

## 文化資源を活用した地域活性化の取り組み —子供達を中心とした交流イベントのプロデュースを通して—

関口 英里 [同志社女子大学]

キーワード：地元密着型プロジェクト、レクリエーションと文化教育 地域連携

### 1. 地域の課題解決に向けた連携プロジェクト学習の試み

現代の日本社会においては、経済や消費動向の伸び悩み、価値の多様化やトレンドサイクルの短縮化、さらには少子化や人口減少といった要因により、恒常的な文化・産業の発展や繁栄維持が難しい状況にある。そうした現実を受け、とくに厳しい状況に置かれているのが地方都市および旧来型の商業地域である。近年、各地で多数の商店街再生プロジェクト等が進行する中で、さらなる貢献と活躍が期待されているのが大学であり、社会の即戦力となる知識や能力を修得する学生達である。これからの時代において必要とされるのは、地域とともに課題に取り組む大学像であり、主体的に様々な立場の人々と交流し、社会に貢献できる実力を持った人材育成であると考え。その実現のためにも、これまでにない新たなアプローチによる実践的教育に積極的に取り組んでいくことが重要であろう。

そのため筆者は、学生が自ら考え、行動することによって体験的に社会の仕組みを学習できるような、プロジェクト実践型の授業形式を取り入れてきた。またその活動においては、地域貢献を念頭に置いた目標設定と課題解決プロセスを不可欠な要素として設定している。大学が根ざす地域と協力し、現場主義とともに課題に取り組んでいくプロジェクトにおいては、当然ながら地方行政や地元組織、企業や店舗等との連携、協働が必須である。しかし我々の活動の主眼は、単に専門知識に基づく理論的解決法のみを一方向的に提案することではない。むしろ地域の文化や社会を根本から支える人々の目線に立って、今後一層の発展にむけた推進力を担う存在を積極的に活動に巻き込んでいくことが必要であると考え。

そうした意味において、重要なアプローチ対象となるのが子供達であり、楽しみながら地域についての知識や新たな体験を深められるような、レクリエーション要素を取り入れたイベントの企画と実行が我々のミッションとなる。情報メディア学科の学生達にとっては、自らの知識や技術、柔軟な発想を活かしてクリエイティブな地域貢献や交流を行うこと自体が重要な意味を持つ。プロジェクトの実行そのものが、様々なメディアを駆使したコミュニケーションと企画推進の技法を実践する場ともなるからである。情報や文化の発信者を育成し得る教育実践と、地域の長期的発展を見据えた実質的な貢献活動が今後より一層求められてゆくと考えられる。そこで本発表では、昨年度の授業における実践事例のうち、おもに地域の未来を担う子供世代を対象としたプロジェクトを取り上げ、その概要および成果と可能性を示したい。

## 2. プロジェクトの運営方法

今回紹介するプロジェクト型学習は、同志社女子大学情報メディア学科において筆者が担当する「eコマース研究 I, II」の授業で2003年度以来実践されているものである。授業ではプロジェクト運営や活動のプラットフォームとなり、SNSを中心とした活動成果発表や外部交流ならびに評価の場を提供する教育プログラム「Youth Enterprise」（NPO法人アントレプレナーシップ開発センター主宰、以下YE）にも参加して学習効果を高める試みを行っている。

2015年度は、クラスの共通目標を地元・京田辺独自の魅力を活かした地域振興と社会貢献におき、自治体や組織、地域内で活動する個人や店舗・施設等とのコラボレーションを実施した。活動成果として連携先、学生、地域社会と人々の全てにもたらされるべきメリットとは、数値や経済的利益に還元される事象ばかりではなく、連携による新たな解決策の獲得（連携先）、目標達成の方法論や組織運営、外部交流を通じた社会活動の先取り（学生）、レクリエーション効果や産業・文化の活性化（地域社会）等、今後の地域発展や波及効果を含めた有形無形の利益といったものを指している。

授業は例年、週1回2クラス（2～3年生、約50名）、計5～6社のチームで行っている。企画の具体的なトピックや連携先、活動や組織運営等については、指導者の指示ではなく全て各チームの裁量で決定させており、実質的には全く特色の異なる複数の企画が独立して進行してゆく。プロジェクト遂行においては、授業内作業に加えて課外活動を積極的に行い、それぞれが、独自の新商品やサービスあるいはイベント等の企画開発、連携先との関係構築、実働体験、企画報告書作成、プレゼン実施、内容改善といった作業を計画的かつ自主的、積極的に進めることが成功の鍵となる。

春学期は、おもに組織固めと企画立案および準備作業（研究調査、現場及び市長訪問、連携先との打ち合わせや事前試行等）に充てる。夏休み中も課外活動により企画推進を心掛け、各チームが秋学期の実践に向けた準備作業（商品試作やアイデアの具体化）を継続する。秋学期は、年間最大イベントであるYEの全国大会「トレードフェア」でのブース展示や製品販売、プレゼン等で活動成果を競い、各界識者からの評価を得て表彰されることを目標に作業の密度や質を高めてゆく。フェア参加後は成果検証と製品や企画の改善・再検討を行い、年度末には全提携先とマスコミを招いての最終報告会を開催して、プロジェクトの発展的継続に向けた総括作業を行っている。

## 3. 各プロジェクトの概要紹介

2015年度に活動した全5チームについて、チーム名と企画タイトル、京田辺市提携施設、コラボレーション活動の経緯と概要、1年間の具体的成果は以下のとおりである：

- ① すまいたなっと：「おいしなっと」で京田辺市民の健康をサポート
  - ・連携先：普賢寺ふれあいの駅（加藤様）
  - ・課題：京田辺の伝統食材である一休納豆の知名度および売り上げ低迷
  - ・解決策：一休納豆の加工食品への利用、パッケージや分量の工夫
  - ・最終成果：一休納豆をアレンジした「おいしなっと」の企画開発～販売

②Twinklink：観光&フォトツアー「きっちゃか京田辺」

- ・連携先：京田辺市観光協会
- ・課題：市内各地の観光スポットへの来客低迷
- ・解決策：身近な風景の魅力再発見と SNS 発信用写真撮影技術講座での集客
- ・最終成果：ツアーの企画および実施、写真集・絵葉書の製作

③Identitea：「玉露×ゆるキャラ×アート」による地域活性化

- ・仲井芳東園、新田辺キララ商店街
- ・課題：京田辺特産玉露の知名度と消費、地元商店街の利用者低迷
- ・解決策：ゆるキャラとデジタルメディアを活用した PR 活動の実施
- ・最終成果：玉露 PR モザイクアートイベントの実施とキャラクター作品制作

④g-ni：「Once a Month Project」

- ・連携先：新田辺キララ商店街
- ・課題：商店街の地域住民の定期利用低迷、市民間・親子間の交流の希薄化
- ・解決策：商店街で親子を対象とした季節イベントを月一回実施
- ・最終成果：ハロウィンイベント、クリスマスイベントの実施と集客

⑤Parasola：「ソラカラ」

- ・連携先：新田辺キララ商店街
- ・課題：商店街の魅力と明るい雰囲気演出不足による来客低迷
- ・解決策：商店街を空から明るくカラフルにする子供達作成の傘アーケードの作成
- ・最終成果：イベント実施とマニュアル製作、グッズ製作→トレードフェアで受賞

4. 子供達を対象としたプロジェクトの実践事例：具体的な活動と成果

昨年度プロジェクトにおいて大きな特徴となったのが、全5プロジェクトのうち、子供達を対象とするレクリエーション型イベント企画が3件にのぼったことである(上記一覧③～⑤)。企画立案や運営については全て各チームの学生自身のアイデアに任されているため、例年個別のテーマや課題、目指される成果や表現方法等は多岐に亘ることが殆どであった。とくに企画の目的や有効性そのものに関わる根幹要素となる商品やイベントのターゲット設定においては、これまで若い世代や女子大生、といった身近な対象の選択が多くみられていた中での新展開であった。しかも結果として、これら3チームのプロジェクトが集客やイベント規模、マスコミ登場回数、外部評価等の総合的指標において大きな成果を上げたという事実も特筆すべき点である。そこで今回の発表においてはこれら3プロジェクトの活動と主要イベントを重点的に取り上げて内容を紹介し、それぞれの活動成果および地域貢献に果たした総体的意義を提示する。

③Identitea は高級茶である玉露を市民がより親しめるものにしたいという目的と商店街の活性化を同時に実現すべく、ゆるキャラを活用して広くモザイクアート作成写真の募集を呼びかけ、グッズを製作して参加者に抽選で進呈した。完成したアート作品は商店街でお披露目するとともに玉露クイズや利き茶会も催した。④g-niのメインイベントは商店街でのハロウィンスタンプラリー(10月)とクリスマスカード作成(12月)イベントであったが、ゆるキャラとの交流会等もあり、いずれも想定外の集客を得て大盛況を博した。

⑤parasola は商店街に幼稚園児にイベントで絵付けをしてもらった傘をアーケードとして設置し、賑わいを演出した。その後も通り初めには園児を招待し、キャラクター柄のエコバッグを作成する等、商店街への継続訪問を促した。またイベントが汎用継続されるよう実施マニュアルを作成した点も貢献は大きかったといえる。

このように、具体的な活動目的も内容も異なる3チームの企画であったが、そこには一定の共通性と効果を指摘できる。まず第一に、「子供」という幅を持った対象設定ではなく、事物への興味や理解が明確化されてくる年長組を中心とした幼稚園児、およびその直接的教育を行う保護者を対象としたことである。そして第二に、イベントの実施を幼稚園、商店街といった公共の場で集团的に実施し、その後家庭でもイベントで得た体験や知識を再確認できるような演出を行った点も重要である。また第三に、地元の特産品から近年話題の「ゆるキャラ」まで、地域独自の文化資源を取り上げて有効活用し、それらの消費や認知度を高めることで地域へのメリット還元を試みたことも独自性となっている。そして第四に、アクティビティを通じた楽しい経験を通して、地元の文化や社会について身近に捉えるきっかけを創出した点である。そして最後に、こうした明確なコンセプトの設定と確固たる信念に基づく一貫したイベント運営、さらには地元連携先との目的・メリットの共有と綿密な事前作業が成功をもたらした側面も見逃してはならないだろう。

幼少期から京田辺の地域社会や固有の事物に関心や興味を持つことは、参加型レクリエーションを通じた能動的な学びとして機能する。都会の現代っ子にも、時代の文化的価値観に合う「自慢できる故郷」を実感させることで地元への愛着を醸成し、将来貢献を促す効果も期待できる。さらに世代や立場を超えた人々の交流や協働作業は、希薄化したコミュニティの再生にもつながる。こうした地元密着のエデュテイメント型イベントは、地域の魅力と将来発展のプロデュースから社会貢献を学ぶ学生、振興を願う地元組織や市民、そして地域の将来を担う子供達のベネフィットの相乗効果をもたらすものである。

## 5. 活動総括と今後に向けて

昨年度の YE トレードフェアでは、今回紹介した3チームのうち parasola が「審査員特別賞」を受賞した。未来の地域社会の主役となる子供達が誇れる地域文化とコミュニティの活性化をもたらす商店街イベントを展開した点が、ユニークな社会貢献活動として各業界専門家である審査員に高く評価された。子供達と商店街の距離を縮めることで地域の人的交流を促進し、地域振興を継続させる具体的な取り組みが実を結んだのである。学年末に実施した連携先を招いての最終成果報告会の様子を含め、その他チームの活動も、学びと地元活性化を融合させた独自の実践教育としてマスコミにも多数取り上げられた。報告会においては、各連携先から今後のプロジェクトへのご協力を前提とした建設的なご意見とともに、連携とイベント効果について高評価を頂戴した。こうした授業全体の貢献活動は地域行政機関からの高評価に繋がり、来年度以降も京田辺市及び関連団体や商店街との更なる連携が実現する運びとなった。また学生達からは、プロジェクトや組織運営の方法論のみならず、地域と社会に対する貢献意識が向上したとの事後調査回答を得た。これまでの教育的取り組みと学生達の努力によって築き上げてきた産官学の連携を一層発展させ、子供達と地域がともにいきいきと魅力を発揮できるような新たな取り組みに挑戦したいと考える。