

# 学生派遣プログラム 成果報告書



政策提言タイトル

鯖江学園 1年 A組！～大学生と共に手にする man power～

鯖江 A 班 地方の力

商学部 1年 青島龍之介

農学部 3年 佐藤祐輔

政治経済学部 3年 出浦優香

大学院 グローバルビジネス学科 1年 新藤浩一

# 目次

- 2 p (1) 我々の考える望ましい状態
- 3 p (2) 望ましい状態を妨げる要因は何か
- 4 p～5 p (3) 障害を解決するにはどうすればよいのか
- 6 p (4) 事前研修・本研修を踏まえた反省とプランの練り直し
- 7 p (5) これまでのプラン概要
- 8～9 p (6) 現地調査について
- 10 p (7) 第2回目の熟議について
- 11 p～12 p (8) 今後のプランについて

## (1) 我々の考える望ましい状態



まず、このプログラムにおける最終的に望ましい状態とは何かを考えました。我々が考える望ましい状態とは、最終的に鯖江に住んでもらう。すなわち、「定住化」をしてもらうことだと確認しました。

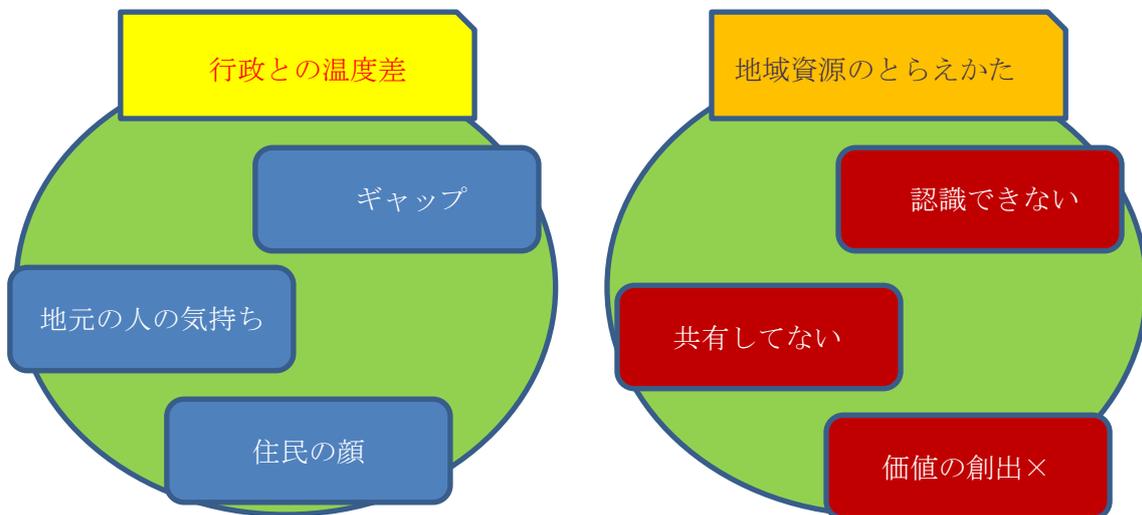
定住化をしてもらうまでにはどういう段階を経ていく必要があるのかを考えました。

まずは、鯖江に来る人が増加しないと定住化につなげることはできないと考え、一時的にでも鯖江に来てもらい、魅力を感じてもらう形で訪問客の増加を図っていくこと。訪問客の増加を図るには、鯖江の魅力を印象に残る形で伝えていく「PR活動」の部分がまだ弱いのではないかと考えました。

しかし、鯖江の魅力をPRするとなった場合観光客にアピールできる何かがあると考えると、我々の中では明確な答えというものがありませんでした。

そこで我々は、鯖江でしかできないこといわゆる「オリジナル」なものをつくって鯖江市に訪問してもらうきっかけを創出しそれを新しい魅力としてPRしてもらい、訪問客の増加、そして最終的には定住化につなげていきたいと考えました。

## (2) 望ましい状態を妨げる要因は何か



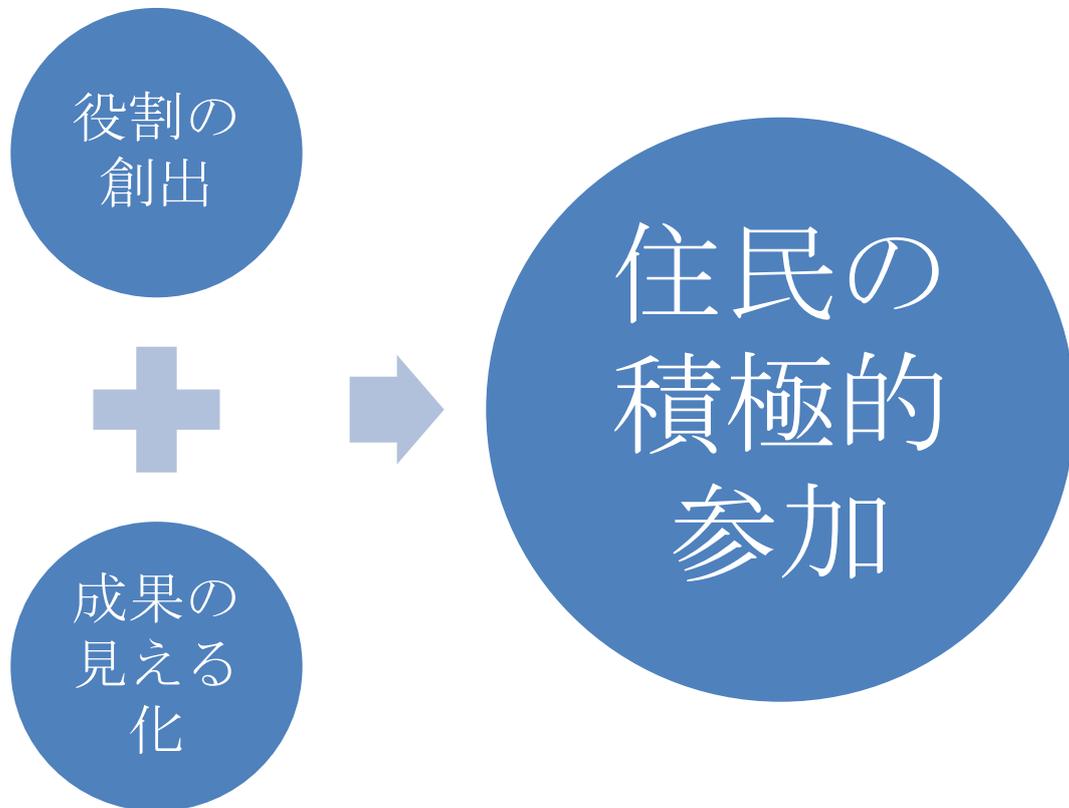
我々は、グループワークを重ね、オリジナルの創出→認知度向上→訪問客増加→定住化という方向性を確認しましたが、そのうえで、その望ましい状態を妨げている要因は何なのかを次の段階で考えました。そこで上がってきたのが主に上に書いてある項目になります。

まず、行政との温度差についてですが、鯖江市のことを調べた印象では、地域活性化プランコンテストなど様々な企画が活発に行われているという印象を受けました。しかしながら、鯖江で行われている地域活性化のためのプランや実際に行われている企画などを見た印象は「住民の顔」が見えないということです。地元の人々は地域活性化を望んでいるのか、行政の一方的な考えに過ぎないのではないのかといった「地元の人々の気持ち」を無視し、行政主体で鯖江市の地域活性化が行われているという構図があるのではないかと我々は感じ、住民と行政の間に「ギャップ」があるのではないかと、総括すると、住民と行政の「温度差」が我々の考える望ましい状態を妨げる要因だと考えました。

また、我々は地域資源のとらえ方にも障害があると考えました。鯖江市の人々は地域資源を認識できていないのではないのかと感じました。認識ができていないということは、地域資源を利用して新たな価値の創出につなげることもできていないのでは、と感じました。また鯖江市を象徴する眼鏡や漆器というものは一部の職人によってもたらされるものであり、地元の方々がそれを地域資源として共有しているという意識はそれほどないのではないかと思います。これらを踏まえて外の視点から地域資源を発見し、鯖江市民と新たな価値の創出につなげることはできないかと考えました。

### (3) 障害を解決するにはどうすればよいのか

#### a) 行政と住民の温度差

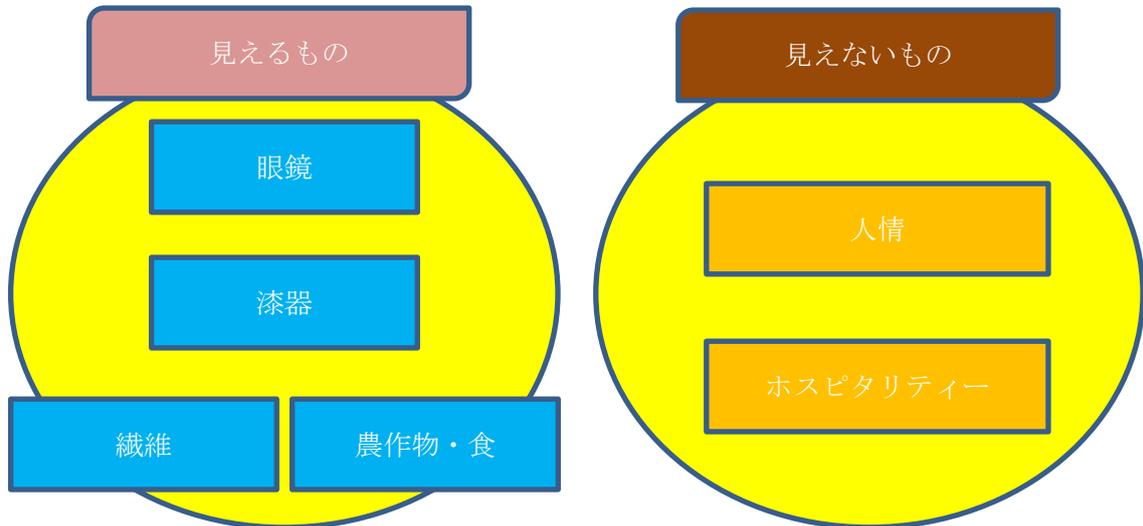


行政と住民の温度差をどう解消していくかを考えました。住民の方々の積極的な参加や同意があってこそ、質の高い地域活性化ができると考えたからです。鯖江市民の方々に積極的に参加してもらうにはどうすればよいのか？鯖江市民の方々にその地域活性化のプランにおいて重要な役割を担わせることだと考えました。重要な役割を担わせることで鯖江市民の方々は自分が必要とされているという意識を持ち、地元の方々の誇りを刺激して住民の積極的な参加が見込めるのではないかと考えました。

また、重要な役割を担わせるだけでは不十分で、その重要な役割を担った結果、自分にどのようなメリットがあるのか。自分の役割の成果を見える形で示していくことも住民の積極的な参加を促すうえで必要だと考えました。

この二つの議題は、我々だけで答えが出せるものではなく、事前研修や本研修での地元の方々との交流や熟議を通じて考えていきたいと思いました。

b) 地域資源のとらえかた



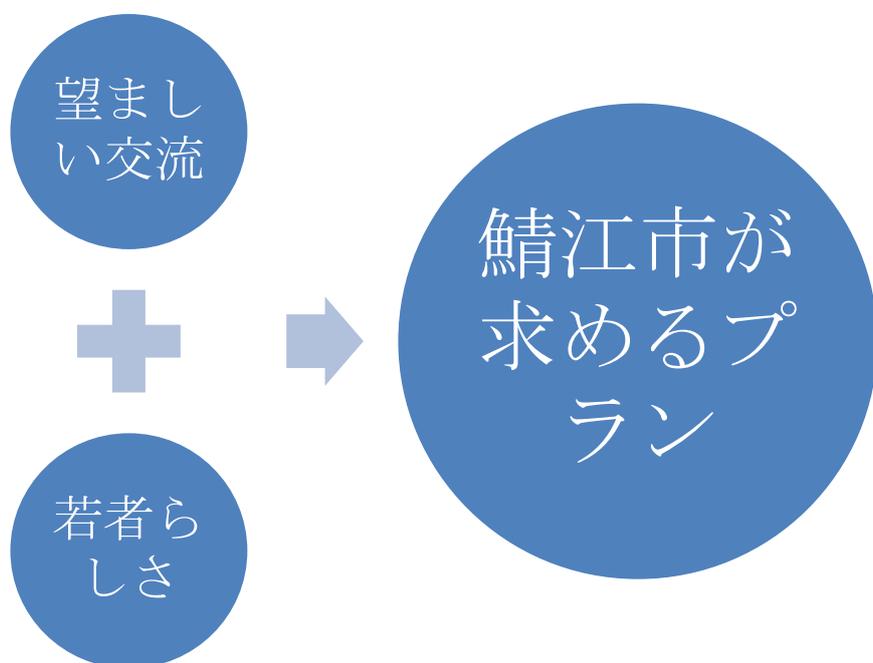
地域資源のとらえかたをどうするか考えたときに、まず鯖江市にはどのような地域資源があるのかを考えました。代表的なものとしては、鯖江市が押し出している眼鏡・漆器・繊維であったり、吉川ナスやマルセイユメロンといった農作物であったり、鯖江ドックに代表される鯖江ならではの食というものが挙がりました。

また目に見えるものだけでなく、目に見えないもので地域資源になりえそうなものはないかと考えた結果、人情・ホスピタリティーといった地元の方々が持っている温かさというものも挙がりました。

これらの地域資源をどう活かし鯖江の魅力を創出していくのか、またここに挙げられていないものでも、われわれが現地に行くことで、外からの視点でしかわからない地域資源もあるのではないか、その発見の可能性も含めて、鯖江の地域資源をいかして住民の積極的な参加を促すことを目的とすることをグループ内で共有しました。

しかし、事前研修や本研修の前段階でわかることには限界があり、事前研修や本研修での地元の方々との交流や熟議を通じて地域資源の可能性を探り、我々のプランに活かさないかを考えていくことにしました。

#### (4) 事前研修・本研修を踏まえた反省とプランの練り直し



事前研修・本研修をふまえて我々のプランの至らなさを実感しました。まず、この学生派遣プログラムの目的は「交流人口の増加」だということ。我々は大学生らしい突拍子もないアイデアということにとらわれ、明確な交流の形、また望ましい交流とはどういうものかというゴールを見据えずに、プランを考えてしまっていたことは誤りでした。

また大学生らしさというものを考えたときに、大学生らしさというものは、若い人にか考えられない突拍子もないアイデアを出すということではなく、我々大学生が鯖江に行ってできることというのは何なのか、どう役に立てるのかということプランに反映させていかなければならないと感じました。

## (5) これまでのプラン概要

最終的なプランに至るまで複数の案が出ていました。理想の交流の形や、私たちが求められていることを探っていく中でどんどんと変更されていきました。参考までにこれまでのプラン概要を記載します。

### サバエクエスト

鯖江市全体を舞台として市内を練り歩きながら、鯖江にまつわる様々なミッションに挑戦しクリアを目指す、RPGに近いゲーム感覚の企画。ミッションに鯖江のメガネ、漆器、繊維などの地場産業をとりいれ、ゲームのクリアを目指すことで自然と鯖江市の魅力に触れてもらえるようにした。またクリア者特典として、鯖江市内で使える商品券を設けるなどした。

### サバエバル

『過酷さ』をテーマに鯖江市の限定区域でTV番組の『逃走中』と宝探しをまぜあわせたゲーム企画。ターゲットは日常の生活に飽き飽きしていて、非日常体験を求める大学生。ターゲットを広く浅くするのではなく、狭く深くすることで、『こんな体験は鯖江でなければできない』と感じてもらい、ファンを獲得し、リピーターの創出につなげる。宿泊所の中から企画は始まっており、ゲーム攻略のヒントが隠されていたり、命令が来たりするため参加者は気が抜けない。鯖江の地場産業などの要素もとりいれ、ゲームを進めていく中で鯖江の魅力に触れてもらえるようにした。

### 鯖江食材フュージョン ～鯖江創作料理王決定戦～

『食』をテーマに料理コンテストを行う。ターゲットは料理家を志す、市外の専門学生や大学生。鯖江の食材と市外から持ち込んできってもらう食材を組み合わせる創作料理を作る。料理制作チームは鯖江市民と市外学生の混合。レシピづくり、調理を通してチーム内でのメンバーの交流を図る。出来上がった料理は市長をはじめとする審査員に味、見た目、チームワークなどの観点から審査してもらい、優勝チームを決める。また特別審査員として川越シェフを呼び、審査に加わってもらう。優勝チームには川越シェフからのアドバイスがもらえる。

## (6) 現地調査について

### 現地調査 行程表

8月27日 現地調査2日目	8月28日 現地調査3日目
市役所 秘書企画課 都市計画課 商工政策課	鯖江市商工会議所 鯖江市民活動交流センター

現地調査では5件のヒアリング調査を行った。各ヒアリング先での調査内容、結果は以下の通りである。

#### 市役所 秘書企画課

鯖江市役所秘書企画課が企画した大学生関連事業における過去5年間のデータについて、以下の①～⑤の項目について

- ①大学生関連事業の具体的な事業内容と参加した大学名
- ②鯖江市に訪れた大学名と各大学の学生数
- ③各大学の訪問時期
- ④別々に企画した大学生関連事業間で学生の交流があったか
- ⑤大学生関連事業の各予算と事業に掛かった原価及び経済効果

#### ヒアリング結果

「各大学の鯖江市訪問時期を揃えるよう調整していただくのは可能か」という質問に対して「現状では鯖江市の受け入れ態勢の状況を考え、時期は分散するようにしている。訪問時期を揃えると対応できる宿泊所や市役所職員の数が不足するため、実現性は低い」との回答を受けた。

その他の質問項目については『平成24年度「学生との連携・協働事業」実施状況調査』資料、『2013夏の「学生との連携・協働事業」参加者実績』資料、参考資料『大学・学生との連携事業について』、『平成24年度 学生提案具現化にかかる関係部署検討結果』資料等をいただき、説明を受けた。

#### 市役所 都市計画課

西山公園及び周辺地域について、以下の①～⑦の項目について

- ①使用可能な最大人数  
(西山公園内を走り回るゲーム企画を考えております)
- ②使用可能な時間帯  
(近隣住民に対する騒音の考慮が必要と考えております)
- ③簡易な構造物の建設の可否  
(サバエバルのセット作成で必要と考えております)
- ④西山公園周辺を歩行者天国にすることの可否  
(行政や警察の許可が必要と想定しております)

⑤西山公園で火の使用の可否

(夜 BBQ を企画したいと考えております)

⑥西山公園施設利用における制限

(例えば、西山公園内を走り回ると芝生や木の破損の恐れがあるので禁止等)

⑦西山公園の利用規約について

ヒアリング結果

公園使用にかかわる法律文書の資料をいただき、サバエバルでの公園使用について指摘をいただいた。イベントでの公園使用には適切な申請書、計画書の事前提出が必要である他、公園の占有は難しい等の回答を受けた。

市役所 商工政策課

A 班が検討した運営方法、集客方法、鯖江市に経済効果を生む仕組みについて、商工政策課から実現性があるかご指摘を頂きたい。

ヒアリング結果

検討している企画のコンセプトについて指摘を受け、イベントに参加する団体にモチベーションを与えるような企画作りをするようにと提案を受けた。レンタサイクルの手配をしていただき、27日の午後はヒアリング終了後に JR 鯖江駅周辺の視察を行った。

鯖江市青年会議所

「手に入れろ！真夏の秘宝！！～空と大地のアドベンチャー～」を運営する上で、問題点、障害になった事及び上手く行った手法をご提示して頂きたい。サバエバルの企画案を提示して、問題点や実現性についてご教授頂きたい。

ヒアリング結果

「手に入れろ！真夏の秘宝！！～空と大地のアドベンチャー～」(以下「手に入れろ！真夏の秘宝！！」)の企画説明と、企画立案の過程について説明を受けた。運営メンバーの構成は青年会議所の会員のボランティアであることや、参加者を集める工夫や思い出に残す企画の工夫などを教えていただいた。

鯖江市市民活動交流センター

サバエバルの企画案を提示して、実際協力してもらえる可能性のある NPO はあるか確認していただきたい。協力してもらえる NPO があるとしたら、協力可能な人員と期間及び必要な費用を可能な範囲でご教授頂きたい。

ヒアリング結果

鯖江 NPO サポートに関する資料をいただき、説明を受けた。NPO にとっての参加メリットの具体化と、継続的に企画にかかわる人材の確保が欠かせないとの指摘を受けた。また、企画にシナリオを持たせるべきとの提案を受けた。

## (7) 第2回目の熟議について

### <熟議の目的>

我々の考えるプランにおいてどのような要素が足りないのか？

外からもたらされる客観的な意見によって現時点で足りない要素を把握し、今後のプランの作成に活かしていくこと

### <熟議の成果>

熟議を踏まえた結果、プランの枠内での要素を付け加えたり、削ったりするのではなくプランそのものを根本的に変えていく必要があることをチーム内で認識

我々は何を前提としてプランを作成したのか？その前提を考える上での動機付けの部分が足りないということをチーム内で認識

このプログラムの目的である「交流人口の増加」の「交流」という要素が現時点でのプランの中であまり示すことができていないので「交流」という要素をどうプランの中に示していくのかをチーム内で確認

### <熟議の感想>

我々は大学生らしい突拍子もないアイデアということにとらわれすぎて最終的な目的である「交流」という要素を軽視していたことを今回の熟議を通じて実感した。また、熟議を通じて明確なゴールを定めずに、プランを作成していったこともまずかったと思う。

しかし、ダメな所ばかりでなく、熟議の半ばあたりから熟議というよりは、むしろ談笑というものであったが、お互いの個人的な話をしたり、何気ない日常的な話をしたりして、雰囲気よく盛り上がった状態で話をしたり聞いたりすることができ、望ましい交流とはこういう事をいうのではないのかと思い、このような要素を交流という形で、今後のプランの中に示していきたいと思った。

この熟議を通じて鯖江市の方々のことをよく知ることができた。鯖江市の事をよく知ることができたのは、めがねや漆器といった地域資源ではなく、人という地域資源ではあるが、あまり地域資源としてとらえられないものであった。人こそが最大の地域資源であるということをこの熟議を通じて実感した。この自分たちの実感を形にすることが重要で、そのようなプランが、自分たちが納得し、またプランを提案される側も納得するものができるのではないかと感じた。

※熟議にて



#### (8) 今後のプランについて

- ・望ましい交流とは

何気ない話を  
して会話が弾  
む

協力して物事  
をやり遂げる

お互いのこと  
を知る

プランを練り直すに当たって望ましい交流とは何かを考え直しました。これは、熟議で我々が実感したことなのですが、何気ない話をして会話が弾んだり、協力して物事を行うことで参加する側と鯖江市民がお互いのことを知ることが交流として望ましいと我々は考えました。

・若者らしさとは

外から地域資源  
(鯖江市の良  
さ)の発見

異文化に触れる  
ことでその驚き  
や感動を伝える

次に若者らしさとは何かを考えました。

外からの地域資源の発見についてですが、これは元々望ましい状態を妨げる要因として地域住民の方々が、地域資源を認識できていないという現状が考えられます。そこで外からの視点を通じること、それも若者にしか分からない地域資源を利用することが、若者らしさを発揮する要素として重要なのではないかと思います。

また若者は異文化に接することで得た驚きや感動を素直に伝えることができ、それをきっかけに鯖江の人々は自分の土地に誇りを感じることができるのではないかと考えています。

このことも若者らしさを出す上で重要なことではないかと考えました。

・本番（10/20）までに考えるべき事

人をどう呼ぶ  
のか

プランに参加  
することによ  
って何が得ら  
れるのか

また鯖江にき  
てもらうには  
どうすればよ  
いのか

この枠組みに基づいて、先に挙げた望ましい交流・若者らしさの要素を踏まえたプランを10/20の発表で提示したいと思います。

# 地域活性化プロジェクト 福井県鯖江市

～地産レストラン「さばえ農場」 & 早映えつつじロード～



鯖江B班 人・人・人

商学部 2年

青野 宏紀

農学部 2年

小菌江奏柳

政治経済学部 3年

山上 源太

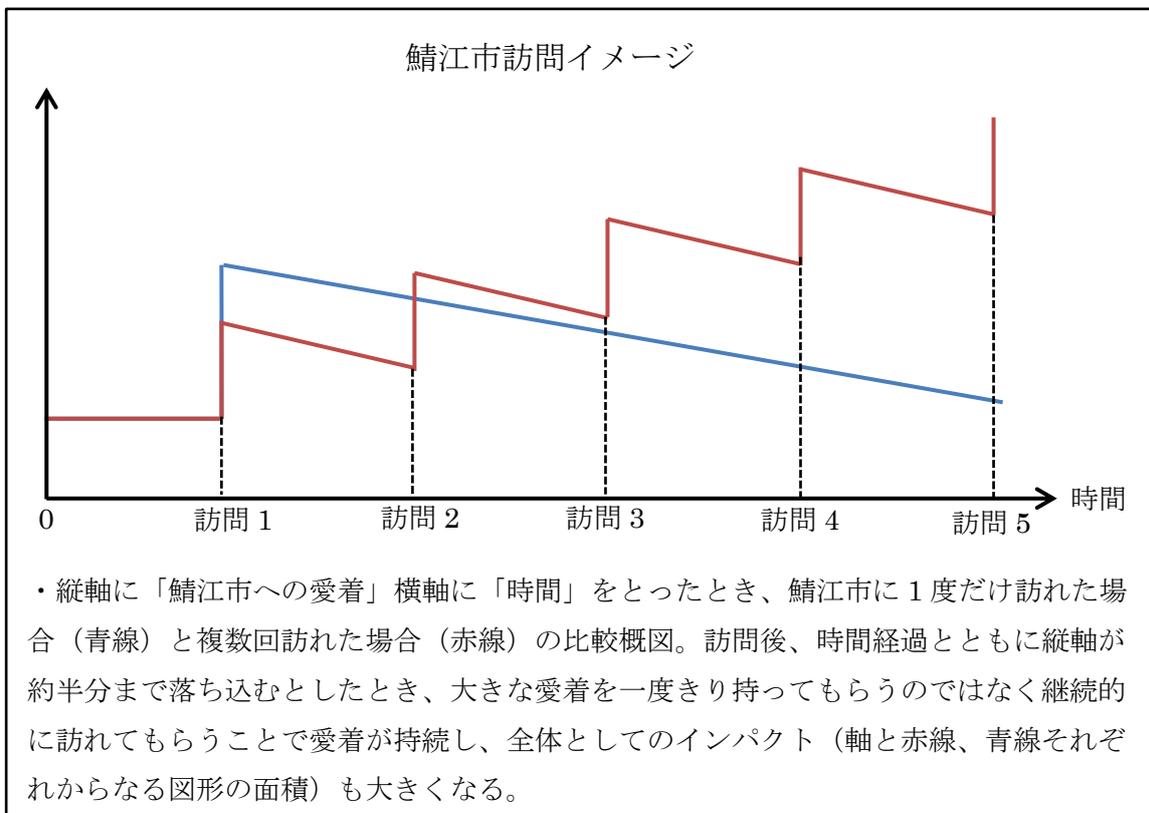
## 目次

1、目的	
(1) 趣旨	～ 2 ～
(2) 概要	～ 2 ～
2、フィールドワーク活動報告	～ 4 ～
3、提案	
①提案概要	～ 7 ～
②提案 1～レストラン「さばえ農場」～	
(1) ロケーション	
(2) 料理	
(3) 問題点	
③提案 2～早映えつつじロード～	～ 9 ～
(1) 概要	
(2) イベント	
(3) 展望	

## 1、目的

### (1) 趣旨

今回の鯖江班共通の目的は、「交流人口を増やすこと」つまり市外の人々と市外の人々の接点を増やすことである。私達は、まずこの目的を「市外の人々が持続的に鯖江市を訪れてくれる環境をつくること」と解釈することから始めた。これは、話を単純化して交流人口が「鯖江市訪問者数」と「1人あたり訪問回数」の積で求められると考えたとき、後者を上げる、つまり何度も鯖江市を訪れてくれる「サバエファン」を増やすことで、継続的により大きなインパクトを鯖江市に与えることができると考えたためである。



### (2) 概要

次に、鯖江市民の方々と市外の人達との交流の舞台をどこに設定するのか。私達は、それを西山公園に定めることにした。西山公園は、市の中心部に位置し丘を少し上がったところにはつつじが植えられており満開になる春には一面きれいな花畑と変身する。また一番上まで行くと無料で一般開放されている動物園が存在する。人気者のレ



道の駅：（仮称）西山公園完成予定図

ッサーパンダをはじめサルや数種類の鳥類を見ることができる。つつじ祭りの際には合計30万人もの人々が訪れる鯖江市きっての観光地であるとともに、鯖江市民にとっては憩いの場でもある。鯖江市を訪れた観光客と鯖江市民が交わる場として、西山公園は最適といえる。更に、平成26年度供用予定の「道の駅：(仮称)西山公園」オープンにより、休日のみならず平日にも近隣の市や町から自動車で親子連れや観光客が訪れることが考えられる。また、交通面に関しても鉄道のみならず鯖江駅を発着するシティバスの存在は観光客の大事な「足」となるだろう。しかし現在は利用者が少ないこともあり1日の本数がわずかであるのが現状である。我々の提案により利用者が増え本数の増発が見込めると推測している。更に付け加えると、道の駅が営業を開始することで、交流人口を決定する「鯖江市訪問者数」が増加することはほぼ自明であるから、西山公園あるいは道の駅の課題として「訪れた観光客をいかにリピーターにするか」が挙げられるであろう。これは、鯖江市を訪れる人の「1人あたり訪問回数」を増やすという私達の目的と合致する。

<b>交流人口</b> <b>(訪問延べ数)</b>	<b>=</b>	<b>鯖江市訪問者数</b> …道の駅オープンにより増加する変数	<b>×</b>	<b>1人あたり訪問回数</b> …西山公園、道の駅の課題となりうる変数 ⇓合致 私達が目的とする変数
-------------------------------	----------	-------------------------------------	----------	--

## 2、フィールドワーク活動報告

本調査を行うまで、我々は県外の子供を対象にした農業体験を軸に考えていた。年に数回の農業体験を主軸としたツアーを企画し、更にそこに、より鯖江の魅力を知ってもらうことを目的として観光名所の西山公園（図1）やメガネミュージアム（図2）をツアーの中に盛り込むことにした。そこでの農業体験では地元の小学生に協力してもらい、交流するのもこのツアーの醍醐味である。主に参加者はその季節の農作物の収穫に立ち会う。そこで収穫した作物を使った料理をレストランにて提供する形を考えていた。レストランは主に鯖江の地場ブランド野菜を中心にした料理提供である。この収穫から料理にするまでの一連の流れを作ることで参加した自分が収穫した野菜を使った料理だと強い満足感を得ることができ、更に「また次回も行きたい」というリピートに反映できると推測した。



（図1）西山公園



（図2）メガネミュージアム

### ① 既存のツアーとの差別化

我々が考えている農業体験中心のツアーは既に存在していたことが問題点である。鯖江市で農業体験のツアーを立案し企画している鯖江市役所農林政策課の荒木さんの話では提案を考えている企画案は既に存在しこちらとしては変更を余儀なくされた。話をしていく中で企画の参加者は前年比で微増傾向にある。しかしリピーターが存在していないのが現実である。農業体験だけでなく観光名所を織り交ぜたツアーでも決して大規模なものになるわけではない。鯖江市でこれ以上にツアーを企画するには新たな観光名所などが誕生しないとマンネリ化が進むことが目に見え、現状頭打ち感が否めなかった。

## ② 宿泊施設の充実

農業体験ツアーを組む上で重要であったのが宿泊施設の充実であった。予定では多くの小学生や保護者を含め集客することを考えていた。フィールドワーク時にはラポーゼかわだや椀 de 縁といった宿泊施設を訪れたが大人数になっても問題ないキャパを有していることが判明した。またラポーゼの方には温泉施設がありバーベキューや料理体験を行うこともできる。椀 de 縁の方でも茶道体験や大学生とアートキャンプなどを行うことができこちらもまた忘れることのできない思い出を作れる。

## ③ 地元小学生への理解

このツアーの軸として重要な役割を担っている地元小学生の存在。提案の概要をよりリアリティを増すためにフィールドワーク時において河和田小学校の加藤教頭先生にお話を伺うことが出来た。実際に加藤先生はこの提案にはご理解をいただくことはできたが小学校の子供たちに協力をしてもらうことには難色を示していた。まず第一に小学生たちが自主的に農業体験ツアーに参加をしてくれるかも微妙であることが分かった。実際に今年の自主参加型の企画においても小学生の参加は僅かしかいなかったとのこと。この企画に参加してもらうためには魅力的かつ引き寄せるものが無いと協力は得ることが出来ないことが分かった。学校主体で協力を依頼した場合でも実現するのはなかなか難しいと返答を頂いた。このツアーを企画するにあたって、あくまでも応募する形をとり小学生には各自で自主的に参加をしてもらうしかないことがツアーの実現の難しさを露呈することになった。

## ④ 鯖江市農業の現実

今回のフィールドワークにおいて多くの農業関係者に会い多くの貴重なお話を聞くことが出来た。元 JA 職員で現在は県内の多くの土地で農作物の生産を行っている大門さんを始め吉川ナス生産者の徳橋さんなど農業に携わっている時間が非常に長い方々とお話をしていく上で、現在の鯖江市の農業に対する考えや思いを深く述べていただいた。後継ぎ不足や TPP 参加による将来の日本農業の懸念事項は鯖江のみならず日本全体でも抱えている大きな「ガン」である。鯖江特有の問題はブランド野菜の知名度の低さにある。農業、繊維、漆器の三大地場産業で成り立っている鯖江市は、そこに依存をしているのが現状である。特に農業での米の生産においては河和田地区を走れば周りは田んぼだらけであるほど農家が多い地域である。その多くは兼業農家である。鯖江ブランドとして菜花米や吉川ナス、マルセイユメロンといった作物が存在する。しかし、私自身もそうであったが名前を聞いてもピンとこなかった。圧倒的に知名度が低いのである。そこに共通して言えるのが鯖江ブランド作物生産者の絶対数が少なすぎることである。それは生産数も必然的に少ないことを示している。後継ぎ不足が鯖江市でも深刻化している中でブランド野菜を全国に発信するためには作物の増産化と話題性が必要である。しかしこの現状ではブランド野菜

が県内で自然消滅をしてしまう可能性も危惧する。また生産を行っている側の鯖江市民がブランド野菜を食べる習慣がないことに気付いた。生産した作物の多くは出荷に充てられるため日常においてあまり馴染みが薄いものと考えられる。それが顕著に示されていたのがブランド野菜を使った代表的な料理が存在しないことだ。農家の方に食べ方を聞いても一般的な調理方法でしか食さないことが判明した。そうなれば、鯖江市内の飲食店でもブランド野菜を使った料理を置いている店は商店街を中心に調べてみたものの存在しなかった。

#### ⑤ やはりメガネミュージアムになる

三大地場産業を軸に成り立っている鯖江市。漆器に関しても全盛期に比べれば安価な輸入品に競争力で圧倒的に負けており、それでも実物に触れた際には質が高く made in JAPAN という非常に魅力的かつ完成度の高いモノを持っていると考えている。農業に関してもまだ全国区ではない鯖江ブランド野菜。素晴らしい素材が存在し、あとは「生かし」そして「発信する」ことだけである。どの産業も実に人を引き寄せる力を持っている。しかし、メインは眼鏡に置かれている。鯖江市長や商店街商工会の会頭は話の中でも眼鏡を絡める話が非常に多かった。数多くの芸能人も鯖江を訪れほとんどの方々は眼鏡ミュージアムを来訪している。県外の人々には鯖江市のイメージを聞かれたら大体が知らないか眼鏡のイメージしかないと思うと考えられている。そうすると鯖江市＝眼鏡という発想を持たせることが一番知名度を上昇させるには最善なのかもしれない。そうするためにも鯖江に来た際はメガネミュージアムを訪れてもらいたい思いがあるのである。

### 3、提案

#### ①提案概要

「鯖江市の交流人口増加」というテーマのもと、私たちは鯖江市の主要観光スポットであり、また来年の春には道の駅が誕生する「西山公園」をより盛り上げようと考えた。

そのためには現在鯖江市には存在しない地元ブランド野菜を使った料理を提供する場所、すなわち「地産レストラン」を作することを提案する。また鯖江市の中心に位置し西山公園にも近い場所にある鯖江中心商店街の活性にも注目した。現在は人通りが昼間でも非常に少なく商業店舗も開店休業状態が現状。近くで祭りが存在すれば少しは活気が戻ってくる。立地は駅から近いこともあり恵まれているが人を引き寄せる魅力を感じられない所に大きな課題を感じる。そこで鯖江駅と今回の提言の主軸である西山公園を結ぶ道にあるこの鯖江商店街も同時に活性することができないか考えた。そこで誕生したのが商店街の道に沿って市のシンボルでもある「つつじ」を植樹し西山公園まで続く道を「つつじロード(仮)」と称して新たな観光スポットにすることを考え、レストランとの「点と点連携」を考えた。



#### ②提案1～レストラン「さばえ農場」～

鯖江市にはブランド野菜や特産品が数多く存在する。例えば吉川ナス、越のルビー、さばえ菜花米、夢てまり（メロン）などだ。しかしそれらを地元住民の方や観光客が気軽に味わえる場所が現地にはない。丹精込めて作られた特産品を気軽に食べられる場所を作ろう、それらのコンセプトを基に誕生したのがレストラン「さばえ農場」である。



### (1) ロケーション

レストランは西山公園道の駅内に作ることを考えている。すると市民の方々、観光客など幅広い客層を呼び込むことができ、またブランド野菜やお土産を買いに来た人、何となくやってきた人にも「ついで」の漁夫の利の感覚や「なんだろう」の興味本位で来ていただくことができると考えた。なにしろ西山公園はすでに鯖江市内における大きな観光スポットなのだから。



また西山公園内に作ることで、道の駅内の直売所と良い循環関係が生まれると考える。直売所で野菜を買った人は、それを食べたいと思いレストランに足を運ぶ。レストランで料理を味わった人は、美味しかったからまた食べたいと思い直売所で野菜を買う。

### (2) 料理

提供する料理はどれも「鯖江市のブランド野菜や特産品を扱ったもの」とする。無駄を削減し生産と消費の循環を良くする意味や低コストでお客様に気軽に来ていただくことを含めて市場で取引されなかったB級品作物を利用しながら低価格提供と安定的な供給を実現することができるのだ。

メニューに関しては地元商店街や飲食店、または住民などからの一般公募により作られる。そのためレストラン「さばえ農場」は「市民が一体となって創り上げたもの」となることをコンセプトにしており最終的な理想として掲げている。

### (3) 問題点

西山公園にレストランを作ることによる問題点がある。

- ・ JR 鯖江駅から西山公園までの道のりが遠い点。(徒歩約 15 分)
- ・ 駅から西山公園までをつなぐ商店街が閑散としていて、中心地としての機能を果たしていない。
- ・ この状況と道の駅建設により市の中心が西山公園に一斉に集中し、より商店街が地味に映ることとなる。

この3点を解決するために我々は商店街活性を目的とした「早映えつつじロード」のプロジェクトを考えた。

### ③提案2～早映えつつじロード～

JR 鯖江駅から西山公園までの道のりをバスや車に乗って移動するのではなく歩いてでも楽しく話しながらでも来ることが出来るようにするために、県の花であり西山公園にも5万株が植えられている「つつじ」を使った「早映えつつじロード」を提案する。

#### (1) 概要

JR 鯖江駅をスタート地点として、西山公園までの商店街の道のりを「つつじ」で彩る。コンクリート製の大きめのプランターにつつじを植え、それを商店街沿いの道に設置する。植樹はレストラン「さばえ農場」がオープンしてから1か月間、「さばえ農場」を訪れたお客さんに先着で行ってもらう。(なお植樹1本目は市長にお願いする。) また植樹者の名前をプランターのプレートに刻印する。

#### (2) イベント

つつじの開花時期は4月下旬から5月中旬である。「早映えつつじロード」と連携することで、西山公園のつつじまつりは、より大きな祭りとなることも考えられる。

その反面、つつじの開花時期は上にも示したように約1か月と非常に短期間である。年間を通して商店街や観光スポットである西山公園への道のりを楽しいもので



きないかと考えた。そのために「つつじおしろい祭り」を行う。これは商店街の通りを年に数回、歩行者天国として盛大な祭りを開くというものだ。開花時期の過ぎたつつじの木々に、参加者が季節の小道具を差し込んだり、吊るしたりする。例えば、春なら風車、夏なら風鈴、秋ならハロウィングッズ、冬ならクリスマスグッズなどである。

通常の祭りは、祭りの期間が終わるとその賑わいは消えてしまうことが多い。つまり祭り当日だけの参加で、それ以外では人がなかなか来ることがない。この「おしろい祭り」は、祭りを通してつつじの木々に差し込んで彩らせた小道具が一定期間内メモリアルとして残るのである。このように日本のお祭りではよくあるその季節限定のお祭りではなく、我々が考案したお祭りは、内容は異なるが四季に応じて1年中楽しむことが出来るのである。お祭りは地元住民のみならず市外や県外の人々を呼びやすい行事なのだ。

### (3) 展望

観光スポットである西山公園を市の中心と考えまた行き着くまでの道のりを一つの観光地にすることで、西山公園を訪れる方々に退屈させることなく、道の景観を用いて目で楽しませる。そして通り道にある中心商店街の店を訪れさばえドッグや大福パンなどの地元名物を通じて食で楽しんでもらう。そして西山公園では道の駅をはじめ公園内で無料で観覧することのできる動物たちを見るなどして身体全体で楽しんでもらいたい。このプロジェクトを通じて、自分の植えたつつじの生育状況が気になる植樹者やきれいになった通りを見たいという観光客や地元住民の方々、更にはイベントによるリピート客は、継続的に訪れたいと思うだろう。またこの道に人が増えるということは、自然と人々の目や足は商店街へと向き、商店街の活性化につながることも考えられる。そして最終的には「早映えつつじロード」が西山公園に並ぶほどの観光名所となるだろう。

鯖江 C 班 鯖笑（鯖江の笑顔）

# 「また会いに行き ますツアー」

～交流人口の増加に向けて～

政治経済学部 4 年 長谷川 哲士

経営学部 3 年 善徳 彩

情報コミュニケーション学部 3 年 渡部 哲

商学部 2 年 四倉 沙織

## 目次

1、はじめに	2
2、現状分析	2
3、企画案	8
4、企画案のねらい	11
5、運営団体と周知方法	12
6、まとめ	13
7、おわりに	14

## 1、はじめに

私たちは、明治大学社会連携機構が主催する学生派遣プログラムに参加し、明治大学の創立者の一人である矢代操先生の出身地である福井県鯖江市でプログラムに取り組んだ。今回のプログラムでは、鯖江市側から「交流人口の増加に向けて」という課題が出され、このテーマをもとに、現地調査や熟議等を重ねて、本提案を作成した。

現地調査は2013年8月5日～6日と8月26日～30日の2回に分けて実施し、市の関係者や地域住民の方々へのヒアリング、市の職員や関係者との熟議を行い、鯖江市の強みや弱みの共有・分析、提案内容の実現性の検討などに取り組んだ。

2つの現地調査と熟議等を通して、私たちは、「交流人口の増加」を「鯖江市に観光として訪れる人を増やすこと」と定義し、鯖江市の魅力を生かせる、宿泊を伴った体験型ツアーを提案する。このツアーの目的はもちろん交流人口を増加させることであるが、その中で、訪れた人に鯖江市の魅力を知ってもらうことや、地域住民とのつながりをもってもらうことなどによって、鯖江市への愛着をもってもらい、最終的には「交流人口」だけでなく「定住人口」の増加をねらっている。

本報告書の構成は、第2章で鯖江市の現状分析を行い提案へのプロセスを説明する。第3章で企画案について述べ、第4章でなぜその企画を行うのかの詳細なねらいを説明する。そして、第5章で運営団体と周知方法について述べ、第6章で本報告書のまとめを行う。

## 2、現状分析



鯖江市は、福井県嶺北地方のほぼ中央に位置し、人口は7万人弱、福井県内で唯一人口が増加しており、人口密度は県内で1番であり、福井県で最もポテンシャルが感じられる市である。眼鏡、漆器、繊維の三大地場産業に特化したまちであり、特に、市のキャッチ

コピーとして「めがねのまち さばえ」とあるように、眼鏡産業は三大地場産業の中でも規模が大きく、最近ではタレントを起用したプロモーションなどが行われており、眼鏡における鯖江ブランドが確立しつつある。また、昔ながらの古民家が集積した河和田地区の古いまちなみや、西山公園にある5万株のつつじ、多くの河川やきれいな水資源など豊かな自然環境を有する。しかし、近年では、三大地場産業の低迷が叫ばれており、漆器と繊維の落ち込みは著しく、販路の拡大や後継者の確保が課題となっている。さらに、他の地方都市と同様、中心市街地の衰退が見られ、大型ショッピングセンターに買い物客を取られた商店街は閑散としているのが現状である。

本章では、特に現地調査によって、直接私たちの目を見て、声を拾い抽出した鯖江市の強みと弱みを分析し、それを基に提案を行う。

## ○強み

### ・地域を学ぶ授業

鯖江市では小学校中学年になると副読本を用いて地元の産業・農業等について学ぶ授業があり、小学校の段階で鯖江市に関する多くの知識を持っている。

→学んだ知識を発揮する機会の必要性

### ・学生との連携

京都精華大学の学生が主体となって2005年から続いている河和田アートキャンプや鯖江市地域活性化プランコンテストなど毎年多くの学生が鯖江市をフィールドに様々な活動を行っている。

→学生を呼び込む土台がある



(河和田アートキャンプ)



(地域活性化プランコンテスト)

・熱心な地元の受け入れ体制

多くの地元ボランティアの協力で'95 世界体操競技選手権鯖江大会を成功させた経験がある。

また自然を体験できる古民家を利用した宿泊施設（椀 de 縁など）がある。  
→受け入れた際の手厚いおもてなし。積極的に活用していくべきである。



(’95 世界体操選手権の開催決定時)

ふる里体験の家



(wan de en。所有者である荒木さんが漆器業を営んでいた古民家を産業体験やイベントなどが行えるコミュニティ施設にリノベーションした。ヒアリングをした際には、荒木さんのバイタリティに圧倒された。)

#### ・河和田地区に残る古民家

「かわだ元気再生プロジェクト」で整備された河和田地区の町並みや歴史のある寺社、古民家などが存在。

→散策してもらうことで魅力を感じてもらう。



(古き良き町並みが残った河和田地区に訪れた際には非日常的な感覚を覚える。)

#### ○弱み

##### ・不便な交通

観光客数は約114万人(H24)とあまり多い数字であるとは言えず、しかも、その多くが県内客で、鯖江市を通り過ぎて金沢等のほかの地域へ向かう観光客が多い状況になっており、どのようにして鯖江市に滞留してもらうかが課題になっている。

都市圏からのアクセスも悪く、日帰り旅行などの「ちょっと寄ってみる」といった気軽な観光ができない。

→宿泊を伴った観光プランを考案する必要性



### 鯖江までの時間

京都から (JR利用)      1時間 23分

大阪から (JR利用)      1時間 50分

名古屋から (JR利用)      1時間 36分

東京から (JR利用)      3時間 25分

小松・東京間空路利用  
(小松・福井間 JR利用)      1時間 42分

移動時間が長い印象



宿泊を伴う必要性

#### ・地場産業の衰退

鯖江市の財政を支えてきた三大地場産業が年々、出荷額、事業所数、従業員数において減少傾向となっている。特に、漆器と繊維産業の低迷が顕著であり、鯖江ブランドの確立や後継者の確保などが課題となっている。また、三大地場産業だけでなく、農業においても吉川ナスなどの特産物があるが、決して知名度は高くない。

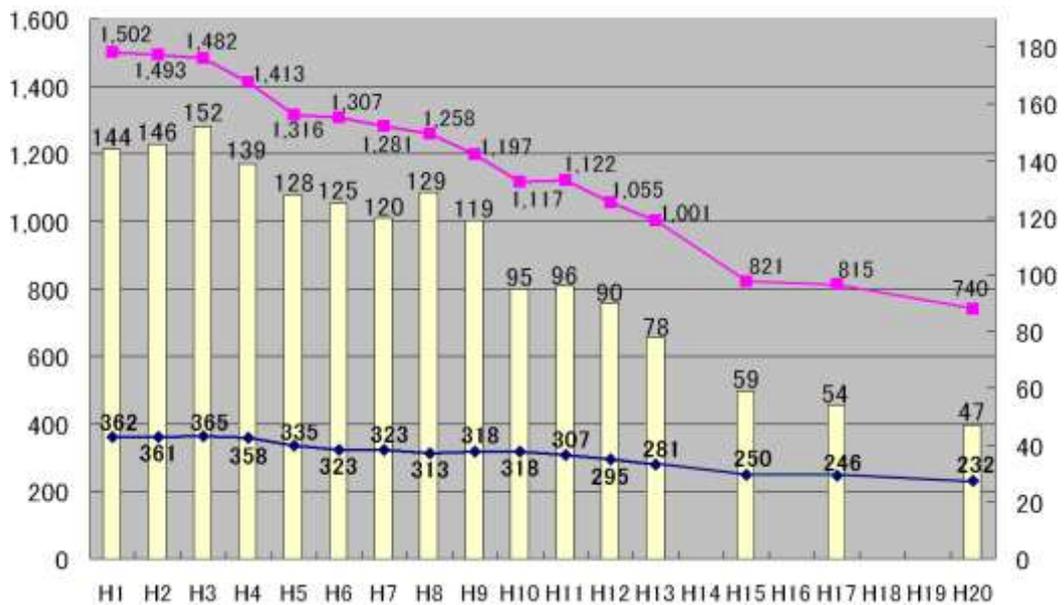
→知ってもらい、体験してもらうことで、鯖江ブランドの確立と知名度の向上を図るべき。

【眼鏡産業】 出荷額・事業所数・従業員数

(人・事業所数)



【漆器産業】 出荷額・事業所数・従業員数



### 【繊維産業】 出荷額・事業所数・従業員数



### 3、企画案

以上の現状分析をふまえ、私たちは、宿泊を伴った鯖江市体験型ツアーを企画した。

このツアーにおいては、鯖江市内の中高生、鯖江市外の大学生をターゲットとする。中高生は、自分の育った街、鯖江市の新たな魅力や課題を知り、自分の住む街についての思慮を深めてもらうこと、そして大学生は、鯖江市の魅力を知ること、「また鯖江市に来たい」と思い、リピーターや定住につながることをねらいとした。

#### 企画案概要

『また会いに行きますツアー』と題し、鯖江市内の中高生、鯖江市外の大学生を対象とした、二泊三日の鯖江市体験型ツアー。

#### ツアー日程

##### ○1日目「鯖江市の産業体験」

産業体験をテーマとし、各グループに分かれて三大地場産業をそれぞれで体験してもらう。以下詳細日程。

- (1) JR 鯖江駅集合、本日のルート確定（昼）
- (2) 各コース（眼鏡、繊維、漆）に分かれて産業体験  
バス・電車で移動

眼鏡コース：めがねミュージアムでめがねストラップ作り体験

繊維コース：繊維会館でコースター作り体験

漆：うるしの里会館で絵付け体験

(3) 宿泊先で炊飯（夕方～夜）

- ・ 宿泊先は椀 de 縁のような古民家の宿泊施設を考えている。
- ・ 炊飯は大学生を中心に自分達でつくる。
- ・ 材料は自分達で買い出しに行くか、街の人からの差し入れなど。

①産業体験レポート作成

本日本験した産業の説明と写真

②明日散策するルート決定

体験した産業以外の2産業は必ず回る（体験はしなくて良い）

○2日目「散策による新たな魅力の発見」

散策による、新たな魅力の発見をテーマとする。各班で市内を散策しながら、鯖江市の紹介地図を作成する。以下詳細日程。

(1) 前日考案したルートを、クイズ（※1）を解きながら散策（午前中～夕方）

初日に体験で回った箇所は除く

バス・電車などの交通機関、レンタサイクル（鯖江駅・西鯖江駅など）で移動

(2) 宿泊先で炊飯（夕方）

①鯖江紹介地図（※2）を作成（夜）

②翌日の『鯖笑の魅力発表会』の準備

○3日目「魅力の共有、思い出作り」

魅力の共有、思い出作りをテーマとする。地図の発表会を行い、思い出作りとして畑に農産物を植える。以下詳細日程。

(1) 『鯖笑の魅力発見会』（午前中）

①1日目に体験した産業体験レポートの発表

②2日目に完成した鯖江紹介地図の発表

(2) 畑に差す名前プレートの作成（昼）

(3) 畑に移動し、特産品栽培（午後）

吉川ナスなどその時期にあった農産物を植える。

畑は、各小学校で実施している給食畑の一角を貸していただく、椀 de 縁に交渉、または市民農園を借りる等。

解散（夕方）

### ○後日「また鯖江においでよ！」

「また鯖江においでよ！」をテーマとする。地元の中高生から大学生にプレゼントを送る。以下詳細。

地元中高生から大学生へプレゼント（以下3点）を配送。

- ・メッセージカード

一緒の班になった中高生からのメッセージ（寄せ書き）

- ・完成した特産品

3日目に植えた特産品を収穫して送る

- ・招待状

次回、本ツアーを実施するときの運営スタッフへの招待状、または次回も参加者として参加することへの招待状

### ※1 クイズ例

- ①漆器に使っている器は( )の木が多い
- ②蒔絵や沈金の技術が導入されたのは( )時代
- ③越前漆器のはじまりは( )年前  
各産業で3問程度。

### ※2 地図例



三大地場産業の体験は必ずする。（地図例☆マーク）ほかに数か所、自分達が回ったところを写真付きで紹介。名所でないところを中心に紹介してもらう。

#### 4、企画案のねらい

##### (1) ツアー全体を通じたねらい

###### ・県内外の大学生

参加する多くの学生が鯖江市を初めて訪れる学生と想定され、産業、農業を実際に体験することで鯖江市の魅力を直に感じてもらうことができる。また鯖江市出身の大学生は地元の良さを再発見する機会にすることができる。このツアーによって鯖江市の魅力を知り、地元の人々とのつながりを持ち、愛着を抱くことで参加学生の将来のIターン、Uターンが期待できる。

###### ・鯖江市の中高生

この企画によって鯖江市の中高生が小学生の時に学習した地元に関する知識を県外の大学生に披露する機会になり、地元鯖江市に対して愛着を持つことができる。鯖江市の散策・地図作りの際は中高生がリーダーシップを持って大学生をリードする役割を果たしてもらおう。この時、地元に関する知識だけでなく鯖江市を訪れた人たちに対する「おもてなし」を意識してもらい、それを実践する場にする。これらの体験を通じて将来も地元鯖江市で暮らしていきたい、鯖江市の課題を解決したいと感じてもらおうことをねらいとする。

##### (2) ツアーでおこなうアクティビティ個別のねらい

###### 1日目「鯖江市の産業体験」

###### ・散策のルート決め

2日目におこなう散策のルートを決定する。中高生が地元のおすすめスポットを大学生に提案することが必要になり、地元の魅力あるスポットを考える機会にできる。

###### ・グループごとの産業体験

実際に地場産業を体験し知識を深める、また体験した工程だけでなく工芸品ができる過程全体を知ることができる。

###### 2日目「散策による新たな魅力の発見」

###### ・鯖江市内の散策

1日目に決定したルートを実際にまわり鯖江市の魅力を発見する。その際有名な観光スポットだけでなく自分たちが見つけたお気に入りの場所、風景を写真におさめて「鯖笑の魅力発見会」で披露する地図作りに活かせるようにする。この時、鯖江市外の大学生という外部からの視点があることで、鯖江市の新たな魅力が発見されることをねらう。

## ・クイズ

主に三大地場産業に関するクイズを解きつつ散策を行うことで体験をしなかった産業についても詳しく知ることができる。

## ・鯖江紹介地図の作成

散策で見たもの、発見したものをグループ内で振りかえりながら地図を作製する。

また、鯖江市の魅力をどうやって伝えるかを編集者になった気持ちでまとめるようにすることで、鯖江の魅力についての理解を深める。

## 3日目「魅力の共有、思い出作り」

### ・「鯖笑の魅力発見会」での発表

1日目の産業体験レポートと鯖江市の紹介地図の発表を行い鯖江市の魅力を多くの人にわかりやすいプレゼンを実践する。ほかのグループの発表を聞き情報の共有を図ることで違う視点を養う。

### ・特産品栽培（農業体験）

3日間のツアーの思い出作りとして鯖江市の特産物を畑に植える農業体験を行うことで、特産品についての理解を深めるとともに特産品のPRを行うことができる。

## 後日「また鯖江においでよ！」

地元中高生から大学生へのプレゼント

完成した特産品、メッセージカード、招待状を参加した大学生に送り、ツアーのことを思い出してもらい、再び鯖江に来てもらう機会を作る。

## 5、運営団体と周知方法

### (1) 運営団体

初年度と次年度以降で運営団体が異なる。

#### ①初年度

市役所の管轄のもと、運営・告知等を行う。

#### ②次年度以降

初年度、本企画に参加した大学生に対し運営側としての参加を依頼する。

(事例) 現在、鯖江市では、先述したが河和田アートキャンプと呼ばれるプロジェクトがあり、これは全国の未来を担う若者たちとともに、アートや様々な手法を使って地域づくりを行っている。河和田地区を中心に、京都精華大学の学生を中心とした若者が集まり、下宿を行う当プロジェクトだが、初年度は市役所の管轄のもとイベントが運営・告知され、

次年度以降は参加学生や関係者が運営に携わっていた。そのため本事業も同様に、初年度は市役所に管理してもらい、次年度以降は過去に参加した学生が中心となって、本事業をより良いものにするべく働きかけてくれることを期待する。

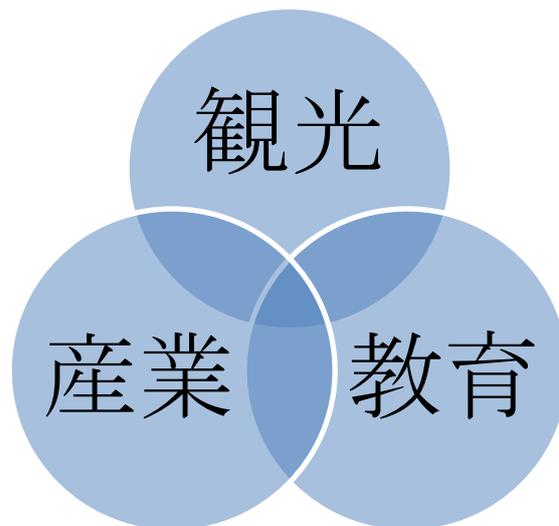
## (2) 周知方法

本企画の告知に関して、以下2点の方法を考案した。

- ①学内ネットワークの活用（例：oh-meiji）
- ②鯖江市が連携している大学（明治大学、京都精華大学等）を中心に告知※

※初めに本事業を全国規模で告知するのではなく、初めは既存の連携をとっている大学を中心に告知を行う。事業の参加者や知名度が徐々にあがってきた時点で、Twitter やフェイスブック等の SNS を利用し全国規模へ拡大し、参加者の増加を図る。

## 6、まとめ



私たちは、「交流人口の増加」を観光面からアプローチをして実現しようと考えた。しかし、鯖江市には魅力的といえる観光資源は少なく、全国的な知名度は低いといえる。だが、「資源がない」といっても、探し尽くしてないのか、それとももともと探す作業をしていないのかの2パターンだと大別し、私たちはそれが後者だと考え、その探す作業をイベント化してみてはどうかと思いついたのが、この企画の出発点である。

企画案では、地図を作成することを通して、観光する人自身が観光をしながら鯖江市の魅力を発見する仕掛けとなることをねらった。また、ツアーの中に産業体験を盛り込み、そのアウトプットを行うことで鯖江市の産業を知る機会を設けたり、中高生の地域を学ぶ授業の成果を発揮する教育の場としたりすることにより、「観光」だけでなく、「産業」と「教育」を組み合わせた体験ツアーとなることをねらった。その上で、特産品を植えて思

い出づくりをすることや、古民家に泊まって地域住民と交流することなど細かな仕掛けをツアーに組み入れることによって、鯖江市の魅力をより知ってもらい、地域住民とのつながりをもってもらいたいと考えた。企画案自体は次のステップへのジャブであり、この企画案により参加者に「また鯖江の人たちに会いたい」「また鯖江に来たい」と思ってもらうことで、リピーターの確保、さらには「定住人口の増加」の実現につながれば幸いである。

## 7、おわりに

本報告書を作成するにあたって、鯖江市の方々には大変お世話になりました。特に、私たちの担当としてサポートに尽力していただいた秘書企画課の鈴木様にはメンバー同心より感謝しております。また、現地調査の際には、学校教育課の田中様、鯖江観光協会の金子様、うるしの里会館の伊部様にも、貴重なご意見をたまわりました。フィールドワークでは、まなべの館の前田様、商工政策課の佐々木様、河和田アートキャンプの参加学生の皆様、河和田小学校様にはご迷惑をおかけするとともに、親身になって接していただき本当にありがとうございました。本報告書が完成したのも皆様のおかげです。心より感謝申し上げます。



「サバエステイ化計画！」  
成果報告書

明治大学 D グループ 『SABAYELL!』

政治経済学部 2年 浅野 友花

商学部 2年 池本 卓磨

農学部 3年 實吉 恭亮

法学部 4年 酒井 亮

第一章 事前研修.....	2
□1-1 市内視察.....	2
□1-2 熟議について.....	3
第二章 現地調査実習.....	5
□8月26日 《牧野鯖江市長、鯖江商工会議所 野村会頭》.....	5
□8月27日 《農林政策課、商工政策課》《河和田地区》.....	6
□8月28日 《丹南高校、図書館館長》《NPO 法人こころ》.....	8
□8月29日 《中間発表》.....	10
第三章 企画概要.....	11
□3-1 企画実施理由・背景.....	11
□3-2 企画内容.....	11,12
□3-3 なぜ『サバエステイ』なのか?.....	12
□3-4 企画のねらい.....	13

## 1. 事前研修

### 【概要】

私たちは事前研修に行く前の大学におけるオリエンテーションやグループでのリサーチを通じて、鯖江市では現在、地元大学のみならず、関東圏や関西圏の学生との交流事業や、地元 IT 職人によるアプリコンテストなど、様々な企画を実施し人材交流の場を創出していることを知った。しかし、グループワークを通し、これらの「外からの人材交流」は、一部の意識の高い住民の間でのみ行われ、それ以外の「普通の住民」にとっては、参加が難しい場となっているのではないだろうかと予想した。

そして、8月5日、6日にかけて実際に鯖江市に赴き、事前調査をし、自分たちが立てた仮説を念頭に、市役所の方をはじめ、市民の方の声を聴き、鯖江市が現在行っている様々な事業や鯖江市の置かれている実情についての理解を深めた。

### 【主な行程内容】

#### ・ 1日目

市内視察

(矢代操銅像→矢代操旧宅地→商店街散策→本山誠照寺→めがねミュージアム→漆の里会館→マイクロバスでの河和田地区、北部地区、西部地区回遊→西山公園散策)

#### ・ 2日目

福井県立大学 地域経済研究所 講師 江川誠一氏による講義  
熟議(鯖江の現状と課題)について

### 【市内視察】

初日は、市内を鯖江市秘書企画課の鈴木さんとともに視察した。まず、明治大学創設者である矢代操先生の銅像を見る。その後、鯖江市の商店街に行き、鈴木さんの説明を受ける。しかし、市内の中心である商店街だが、車の通りはあるものの人どおりはほぼ無く、寂しい印象を受けた。

続いて、商店街近くの真宗誠照寺の本山である誠照寺に行った。ここでは、毎年夏に行われている「市長になりませんかプランコンテスト」で来ている学生たちが2泊3日寝泊りする際に使われているそうである。

続いて、めがねミュージアムや漆の里会館を視察し、鯖江の地域資源とも言える、特産



物のメガネや漆に関しての説明を受けた。市内に住む子供たちにも漆器に馴染みを持ってほしいという思いから、小学校の給食においても漆器が使われているという。

その後、京都精華大学の学生たちが参加する「アートキャンプ」が行われている河和田地区や各地域をマイクロバスにてまわり、鯖江の資源である特産物や各地域の実情についてを学んだ。

#### 【熟議について】

事前調査最終日に行われた熟議において、私たちは自分たちの立てた仮説が正しいのかということ念頭に、「グループテーマに関する課題や問題点、どのようなことを実現したいか」を明確にするということで、行政と市民の方々にそれぞれ以下のような質問を投げかけ、それをもとに熟議を進めていくことにした。

#### 【質問内容】

〈行政〉

- ・「交流人口」とはどのようなことを考えているか？
- ・市の人口政策は全く知らない人に来てもらいたいのか、それとも現居住者に留まってもらいたいのか？
- ・様々な交流事業をなぜ行っているのか？
- ・どのような鯖江にしていきたいか？

〈市民〉

- ・「交流人口」とはどのようなことを考えているのか？
- ・現在、鯖江市では数多くの交流事業を行っているが、市民としての実感があるかどうか？  
また、外からの交流人口創出によって何らかの刺激を受けているか？
- ・鯖江に足りないところや、いいところについて。
- ・どのような鯖江にしていきたいか？

まず、今回の鯖江ブランド創造プロジェクトでは「交流人口の創出」という大テーマが与えられ、そのことについての定義づけを明確にするため、またお互いがどのような方向性を持っているのかを共有し、企画を立てるために「交流人口とはどのようなことを考えているか？」「どのような鯖江にしていきたいか？」という2点の質問を行政と市民の方々の両者に尋ねた。

「交流人口」の増加とは、定住人口の増加を目指すものであり、鯖江市には広大な土地があるわけではなく、福井市のベッドタウンでもあるので、あまり企業誘致については考えていないということ、市役所の方から聞いた一方、市民の方からは「交流人口」について考えたことはないという回答を受けた。鯖江市としては、若者などの現居住者には外に出て行ってもらい、いろいろと経験を積み、いずれは戻ってきてほしいという思いがある。

また市民に、鯖江市の数多くの交流事業における市民としての実感や、外からの交流人口創出によって何らかの刺激を受けているかを聞いたところ、あまり知らなく、市民としての実感もないが、市の広報誌を見て初めて市がこんなにも考えてくれており、活動的な市であることを住民に知られていないのが弱点でもあると回答を頂いた。また、「このような場を知ることができたら来たい」や「もっとこうした外から来た人たちとの交流の場がほしい」などの意見も頂いた。

以上より行政と市民の間には温度差があり、自分たちは当初の仮説通りに地域住民主体のまちづくりを念頭に進めていくことにした。そこで私たちは、ある種のわき役と呼ばれる人たちがより深化した市民主体の街づくりを目指し、それら《外側、内側の両方の「対流」人口の増加》をはかろうという狙いで企画を立てていく方向性になった。

## 2. 現地調査報告

8月5、6日の事前研修からおおよそ3週間後の、26日から4日間にわたり行われた現地調査について述べる。

### □8月26日(月)

現地に到着し、午後から鯖江市長と商工会議所会頭の講義を受けた。既存のものを組み合わせここ(鯖江)にあるものを生かした提言、とおっしゃられた市長。人々が増えるということは活性化されていることと言い、鯖江中心部の空洞化を嘆かっていた会頭。



講義後質疑応答の時間が各チームに設けられる中、私たちDチームが質問した1つに「市長、会頭の考える交流人口とは何ですか?」がある。現地に訪れる前から頻繁に挙がっていた、素朴でかつ根深い質問を投げかけてみた。政策を提言しようにも、交流人口の定義について曖昧な部分があったからである。すると、「最終的には定住人口につながってほしい」「一度来て、さらにもう一度来てもらう」と答えが返ってきた。私たちが立てた仮定ではない生の声を聞けたことで、これまで考え留まる原因であった交流人口の定義についての疑問は収まったように思う。

その後グループごとに、翌日からのグループワークについて担当者との打ち合わせがあった。スケジュール確認後、フィールドワークに先立ち情報広報課情報統括監に、鯖江市の先進的なオープンデータについてお話を伺った。市民がウェブを進んで使えるという基盤はまだできていないということ、土台は行政が作りその先は民間が行うという形が望ましいということが分かり、鯖江市がこれから目指す方向性について、情報の面から伺うことができた。

この日のグループワークでは、現地調査段階まで挙がっていた案の1つ、カフェ経営についての検討、新たに料理コンテストを交えた案を考えた。そして、改めてグループ内での共通理解としての企画の軸について確認をした。《学生と市民が一つの目標に向かうこと》《鯖江市民のおもてなし精神を生かすこと》である。そして翌日、翌々日の1日半のフィールドワーク先へのより具体的な質問内容を考えた。

以下が、1日半に渡るフィールドワークの日程およびヒアリング先である。

27日	【鯖江市役所】商工政策課、農林政策課 →【河和田地区】山田トシさん宅、河和田コミュニティーセンター、アートキャンプ先 →【越前市】ロハス越前
28日	【鯖江市役所】図書館館長へのヒアリング、丹南高校 →コミュニティーカフェ・こころ →NPO 法人こころ事業所、こころ農園

#### □8月27日(火)

鯖江市役所を訪れ、商工政策課と農林政策課でお話を伺った。

まず農林政策課では、私たちが考えてきたホームステイの案について、需要があるのかを、既に市で行っているというファームステイの観点から質問をした。そもそもファームステイとは、ファーム（農場）に住み込みで働き、農場で働く代わりにファームステイ中は、ファーマーの人が用意してくれた部屋と、食事が提供されることである。この取組みを参考にして、市の行なう交流事業に参加する人々を増やし、市外からの参加者が市民と交流する機会が生まれればという考えから生まれたホームステイの案の参考になればと思ったのである。

すると、農家がしてもらいたいこととファームステイ希望者のしたいことの違いがある上でのニーズの一致が大切だということ、そして受け入れに賛同してくださる人が増えていることを知った。

1995年に世界体操が鯖江市で行われた時のにぎわいを取り戻そう、という考えから、もしホームステイを地域ぐるみで行うとしたら現実味があるかどうかも話を聞いた。地区単位での市民の合意を得るのはなかなか難しいそうだが、関わる人をどれだけ増やすかが重要になってくるようだ。

次に商工政策課では、河和田地区で10年ほど続いている京都精華大学の「アートキャンプ」について、地域住民と鯖江市外からの大学生の交流という点でお話を聞いた。私たちが尋ねた、なぜ10年も続いているのかという大きな質問への回答を聞くと企画の「軸」について大変考えさせられた。参加する学生の「やりたい」という根本が変わらずぶれていないこと、行政が中に入り学生と地元の人との折り合いをつけることで地域にも学生が



必要なのではと感じること、人を巻き込むときに決められたことを行なうよりは参加者のやりたいことを優先させた方がいいことなどを話していただいた。

市役所を出ると、河和田地区に向かった。河和田地区で、郷土料理・精進料理などを地元の方に教えていらっしゃる山田トシさん宅を訪ねた。

「ご汁」や「ずいきいも」など、普段私たちに馴染みのない食べ物について教えていただくのと同時に、郷土料理などを作れる人が減ってきているということも知ることができた。トシさんの自宅では手作りのわらびもちとちまきを頂き、懐かしさを感じる味がした。



その後、河和田コミュニティセンターを訪れる。ここでは、河和田公民館の館長に10年近く河和田地区で学生を受け入れている上での現状についてお話を伺った。65歳以上の人口が30パーセント

強い中で、やはり若い人が来ることは地区にとっても嬉しいこと、来てもらえるということが大切だという。しかし学生がもっと地域に踏み込んでもいいのではないかという意見も頂いた。

坂を上ると、アートキャンプ先の拠点である民家にたどり着いた。小さい自転車がいくつも停まっている。地元の小学生が、アートキャンプに参加している学生に会いに来ていたのだった。それだけ地域と密着しているのだろう。4年連続で参加してい



る京都精華大学の学生は「夏が来ると、ここに来たくなるんですね。」と話していた。彼らを惹きつける魅力があるに違いない。

河和田地区を抜け、次に鯖江市の隣の市である越前市で積極的にファームステイに取り組んでいる、ロハス越前に伺った。農家と希望者間の受け入れ時期の需要のマッチングが難しいということや、地域というものは何かの目的地になっていないと人は行かないということ、経営に関して自分ならその料理にいくら払ってもいいと思えるか考えるということなどをお話してくださった。企画の内容について現実味があるか伺ったところ、仁愛大学の生徒がすでに私たちと似たアイデアで農家民宿でのレストランをやろうとしていることも分かった。また、客がこなくても、地味でも細く長く続くものが地元の人にとっても負担にならずにいいのではないかということも分かったことである。

#### □8月28日(水)

朝から二手に分かれて取材に行った。

行先は実際に高校生とコラボしてお弁当を手掛けた先生がいらっしゃる丹南高校、1995年の世界体操時に中心的に関わっていらっしゃった、現在図書館の館長をされている方と待ち合わせしている市役所である。

丹南高校では平馬先生にお話を聞いた。平馬先生は、以前高校生がコラボをしてお弁当を作るのを手掛けた先生である。私たちの立てた仮説のように、意識の高い人ばかりが取り組んでいることや、他の政策とどこで差別化するか、ターゲットを絞ることの重要性について話していただいた。

館長には、まず私たちがかねてから気になっていた「1地区1カ国交流事業」について尋ねた。当時、35か国を10地域に分けそれぞれおもてなしをしたり、選手の応援をしたりしたそうだ。機運を盛り上げること、大会を成功させることを目標に市民が一丸になったことが今も自信につながっているのではないかということである。そして、この時のお

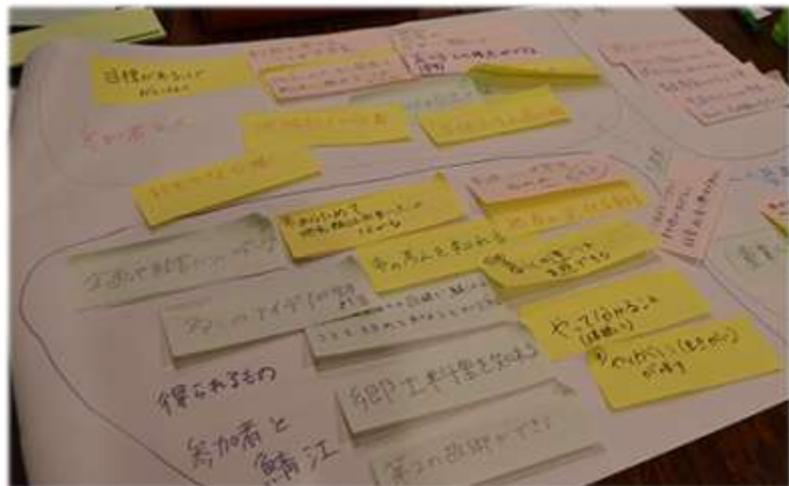
もてなしが、鯖江市の資源のひとつともいえる「人のよさ」の原点であるのだろう。自分たちが楽しんでやれるものは広く伝播する、という館長の一言も印象的である。

その後、二手に分かれていたメンバーが落ち合ったのが、コミュニティカフェの「こころ」



である。私たちがランチを頂いている間にも、老若男女問わずお客さんがやってきているのが見え、市民に親しまれていることを感じた。こころではカフェの案について話し、不安な点を質問に変え、伺った。生産から経営までの流れを外部から来た人が体験でき、地域住民が気軽に来られるような交流の場を作り出すという案、コンテスト形式にするという案である。話していくうちに、こころのメニューに、明治大学の学生が考案した学生メニューを加えるなどのアイデアもいくつか突発的に出てきた。しかし、鯖江市だからこそこできるものであるかという点では、このままの案ではありきたりではないかと感じられた。こころの理事長にもお会いすることが出来、地元を活性化するという面でのお話を聞かせていただいた。理事長は、実は市民役条例を作った人物なのである。普段は漢方薬剤師、時には市民発信の地域活性化のパイオニアとして活躍されている。

ここで1日半に渡るフィールドワークを終え、市役所に戻った。熟議では質問を繰り返しながらブレインストーミングをして、机に広げた模造紙に付箋を貼っていった。



#### 《高校生》

- ・参加したい気持ちがあっても、日程や期間が合わないかもしれない。
- ・大学の無い鯖江に大学生が来てくれるのならば、進路相談などをしてみたい。

#### 《「市長になりませんか？」代表》

- ・企画運営の主体は誰なのか。

など、具体的な内容について考えると、まだまだ詰めが甘いのが熟議をしていて感じられた。

また、運営側、参加者、地元の人という立場を想定して、主に話されたのは、鯖江に来るメリットだ。鯖江の文化を知ってもらおう、というのが多かった。また、もし自分の家がホームステイ先になったらどう思うか？という質問にはネガティブな意見がほとんどだった。

- ・気をつかってしまう。
- ・家に泊めさせられる部屋がない。
- ・見ず知らずの大学生をうちに泊めることに少し抵抗感がある。

などの意見が見られた。

この日グループワークでは、翌日の中間報告会に向けて、具体的な内容を皆で詰めてい

った。誰が主体となっていくのか、時期はいつか、どうやってやるのかを「軸」がぶれないように話し合った。こころを実際に見たうえで、食材調達にかかる時間のことや、前日のロハス越前での話を参考にしてどのようにしたら売れるかなど、細かく絞り込んでいった。しかし、途中で今まで避けてきた「遊ぶ」というテイストのあるものが必要なのではないかということになり、企画の大まかなプロセスを考えた後更なるスパイスはないかと悩んで朝を迎える。

#### □8月29日(木)

朝食後ホテルをチェックアウトして市役所に向かい、中間報告会のリハーサルを行った。リハーサルとはいえ、10分という制限時間の中、私たちチームは8分程度の発表時間だった。睡眠時間はなかったと言ってもいいくらい、前日からのグループワークは明け方まで続いていたせいか、発表に挑むメンバーの姿もどこか疲れが見えた。しかし、寝ずに起きて、これまで紆余曲折してきたそれぞれのアイデアをまとめただけあって、発表・パワーポイントともにまずまずの出来だったように思う。

発表後は、短い時間ではあったが、講評を頂いた。

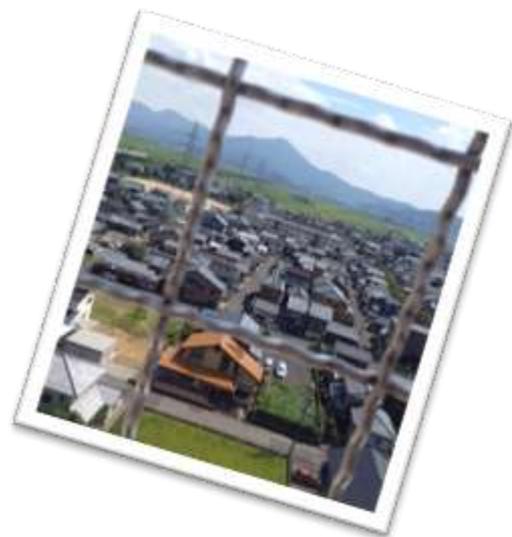
まず「食」と鯖江のイメージが結びついていることに驚いていたようだ。食を用いた提案ならば、青森＝りんごのように、地域のブランディングになるような鯖江＝何かがあるか検討しなければならない。

また「サバエステイ」というネーミングがコンセプトとどう関係し、他の市で行われているものと何が違うのか、市民が・外から来る人がどうやって企画にかかわるのか、ということもおっしゃられていた。

#### 4日間の振り返り

短いフィールドワークの中、多くの人の話を聞きそして考えたことで、もっと私たちの提案に楽しそうだなと思わせる仕掛けを考えたいなと思った。事前調査では曖昧であった鯖江市の地域資源を発見できたように思う。

今、鯖江市では地域産業である眼鏡・漆器・繊維が低迷してきている。その反面、鯖江市外の学生との交流など、様々な企画を実施している。しかし、本来そこに住んでいる住民がそれを知らずいたり、一部の意識の高い住民の間でのみ行われたり、市民が主役でなくなりつつあるように感じた。4日間の現地調査と、中間報告を踏まえて、「市民主体のまちづくり」「交流人口の創出」の案へのイメージがわいたはずだ。



### 3. 企画概要

#### □企画テーマ：サバエステイ化計画！

##### □そもそも「交流人口」とは？

私たちは今プログラムにおけるテーマ「交流人口の増加」の定義づけから鯖江市の調査をスタートさせた。

鯖江市では「市長になりませんかプランコンテスト」や「河和田アートキャンプ」など、さまざまな形で市外の人たちとの交流を盛んに行っている。また、行政データのオープン化などの先進的な行政改革を市に調査に来る学生も多くみられる。《大学の無いまちに大学生を》のスローガンの下でのこれらの施策は功を奏し、市外からの訪問数は毎年増加傾向にある。しかしこれら「外からの人材交流」は一部の意識の高い住民には響く可能性はあるが、その他いわゆる「普通の住民」にとっては参加の難しい場となっているのではと予想した。

そう考え、8月5日、6日の事前研修における熟議では、職員の方々とともに一般市民の方々にも参加していただいた。市民の方々からは

「もっとこうした外から来た人たちとの交流の場が欲しい」

「私たちも積極的に市の活性化に参加したい」

という言葉が驚くほど出てきた。

そうして私たちは、様々な交流に、市民から参加できるようなものを創り《内と外との交流人口》の増加が必要なのではないかという仮説を打ち立て、今企画を作製した。



##### □企画内容・構成

鯖江市の行っている交流事業の宿泊形式には、

- ①鯖江市内のホテル
- ②古民家

の主に二つの形が採られている。

ここに私たちは鯖江市 10 地域それぞれの地域の有志によるホームステイ、または公民館に宿泊してもらう《サバエステイ》という宿泊形式を提言する。



### 【具体的な企画構成】

今企画は、鯖江市の行っている様々なコンテスト形式の交流事業を《10 地域それぞれに宿泊》という宿泊形式を取ることである。

具体的には、下記のような関係を作り出したい。

地域住民	対流交流	学生
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食事等のごちそうをふるまう</li> <li>・ 移動のお手伝い（自転車貸出、運転 etc）</li> <li>・ 企画作成時には市民の方々も混ざり、一緒にプランを作成</li> <li>・ その他生活面でのお世話</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市民の目線に立ったヒアリング調査</li> <li>・ 市内の小中学校、高校にて大学生による授業形式の熟議、進路相談</li> <li>・ 町内会行事に参加</li> </ul>

### □なぜ『サバエステイ』なのか？

#### ①1995 年世界体操競技選手権鯖江大会

鯖江市では 1995 年 10 月 1 日に世界体操競技選手権が初の地方都市開催として開かれた。

開催に向け、各国が地区ごとに選手村を築き行われた交流事業を通して、「あの時優しくしてくれたフランスを応援する」「うちの近くに泊ってくれているからカメルーンを応援しよう」など、地域住民みなが一丸となって応援する形が、自然と作られていた。



このように、縁もゆかりもない国であるにもかかわらず、地域に住み込むことによって鯖江市民の持つ「ホスピタリティー」を通し「縁」を創出して双方向のやりとりが生まれたといえる。

今企画では、かつてのこうした地域住民発の交流、地域総出で訪問者を応援するような雰囲気を生み出したい。

#### ②明治大学生「らしい」地域活性化

私たちは、事前研修を含めた 5 日間で鯖江市内、また少し足を伸ばし越前市と、なにより「現場」の視点を大切にしてより市民の目線に立ったプランを作り出せるように分刻みのスケジュールでヒアリングした。

そんな中、最終日の熟議で NPO 法人エル・





コミュニティー代表・竹部美樹さんから「市長になりませんかプランコンテストでは、あえて地元住民へのヒアリングを重視していない。市の人を考えつかないような学生らしい意見を提言してもらったためだ。」と伺った。それは私たちの考えとは正反対のものであり、当初《学生らしいプラン》

にはらむ矛盾にとっても苦勞した。しかし私たちは《明治大学生らしい地域活性化》として、多くのヒアリングを通して市民が抱えている考えや思いを聞き出し、より地域に根差したプランを提示するという目標を掲げ、今企画を立案した。

## □企画のねらい

今企画を通して、以下の3つの実現を狙っている。

### ①市民との「対流」交流の創出

従来の鯖江市の交流事業では市外から来た人たちの活動が一部の市民のみに共有されており、その他大勢の一般市民はそのことがあったことすら知らないでいる。そこで、今企画において、共にプラン作成にかかわったり、身の回りのサポートをしたりなど、一般市民として積極的に交流にかかわりたい人たちの層を広げる。

また「宿泊」面にかかわっていただくことによって、鯖江市民がもつ地域資源である「おもてなし」の精神を、市民レベルでより濃く市外の人に伝える機会も創出する。このように、従来の一方向の交流に加え、市民発の交流を加えた双方向による《対流》交流の実現を図る。既存の交流をより深化させた交流といえる。

### ②より市民の目線に立ったプランの作成

今企画では、市民としてプラン作成にアドバイスをするなど、市外からの学生との距離を近いものにし、より市民の思いや考えをリアルに反映するプランが作成される。またこれは「市長になりませんか？プランコンテスト」の政策の持つ性格とは少し異なったものが出てくることになり、《学生らしい意見》と《地域に根差した意見》の双方のプランが共存できる環境を創出することができるのである。

### ③まちをあげた鯖江市活性化

市民が積極的に学生とかかわることによって、「おらがまちのチーム」という愛着が生まれ、かつての世界体操のような地域総出でそのチームの応援が行われる。10地域それぞれがこのような雰囲気となることによって、いわゆるボトムアップ型の鯖江市活性化を図る。また、これ



を通して住民一人一人が『自分も市の活性化の当事者である』という意識を持つことにつながり、より濃く、明るい鯖江市の創出も図ることが可能となるのである。