

宇土市住民を対象とした生活習慣と疾患に関する横断研究

グループ名：吉村研究室

メンバー：小坂詩音 大村彩矢香 重黒木彩乃 高瀬ひかり 田尻絵里

指導教官：環境共生学部 吉村英一

連携先：宇土市役所 健康福祉部健康づくり課

要 約

宇土市の特定健康診査受診者を対象に、自記式アンケート調査票を用いて生活習慣調査を行い、居住地域と生活習慣との関連、食物摂取頻度と関連する要因について調査した。カイ二乗検定を用いて居住地域と生活習慣との関連を検討したところ、居住地域は漬物、脂っこいもの、夜食、嗜好飲料の摂取頻度と有意に関連していた。食物摂取状況と関連する要因を多重ロジスティック回帰分析にて分析した結果、居住地域や買い物のしやすさなどの環境要因には有意な関連が認められず、食意識や食費のゆとりなどの個人的要因と有意な関連が認められた。今後、生活習慣の特徴と疾病構造に関する要因分析をすることで、優先順位の高い健康課題が明らかになり、介入効果の高い生活習慣が抽出できると考えられる。

キーワード：生活習慣、食物摂取頻度、環境要因、個人的要因、特定健康診査

1. 背景と目的

現在、熊本県宇土市は新規透析導入患者数が全国 1 位である。市内は地域ごとに農業従事者や漁業従事者が偏在しており、生活習慣が大きく異なるため、一律の保健指導では効果が出にくいと考えられる。本研究は宇土市の特定健診受診者を対象とし、居住地域と生活習慣との関連を明らかにするとともに、食物摂取頻度と関連する要因について実態把握することを目的とした。

2. 方 法

I 対象者

宇土市在住の国民健康保険加入者を対象とした。

アンケートを回収した 1120 名のデータのうち、基本情報に欠損がなかった 1018 名を分析対象とした。

II. 調査内容

II-1 生活習慣調査

生活習慣を調査するため自記式のアンケート調査票を作成した。調査票は平成 28 年 4 月から 9 月の期間に 27 回実施された特定健診の会場で配布した。調査票は、基本情報（性別・年齢・居住地域・世帯状況・職業）および食物摂取頻度、食意識、食行動、不活動時間などに関連する質問項目を採用した。

より詳しく食習慣の違いを見るため、野菜・果物・外食・脂っこいもの・間食・夜食・嗜好飲料の摂取頻度について、回答を点数化した。

「1 日 2 食以上」「よく食べる」を 4 点、「1 日 1 食」「ときどき食べる」を 3 点、「週に 4~5 回」「たまに食べる」を 2 点、「それ以下」「ほとんど食べない」を 1 点とし、野菜・果物を食品グループ①、外食・脂っこいもの・間食・夜食・嗜好飲料を食品グループ②としてそれぞれの項目を合計して分析を行った。

II-2 居住地域の分類

市内の7つの校区(宇土・花園・網津・網田・走潟・轟・緑川)を、都市部(宇土・花園)、海側(網津・網田)、その他の地区(走潟・轟・緑川)の3地区に分類して分析を行った。

III. 分析方法

居住地域と生活習慣の関連についてはカイ二乗検定、食物摂取状況と環境、個人的要因の関連については多重ロジスティック回帰分析を用いて分析を行った。従属変数は、食品グループ①と②の得点から、高得点=1、低得点=0とした。独立変数には居住地域、世帯状況、食意識、食費のゆとり、買い物のしやすさを採用した。多重ロジスティック回帰分析の解析には、欠損がなかったデータのみを採用した。

データの分析には、統計解析ソフト「IBM社製 SPSS Statistics21」を使用し、 $p < 0.05$ を有意とした。

3. 結果

I. 調査対象者の特性

本研究の対象者特性は、表1に示す通りである。

表1. 対象者特性

	全体		男性		女性	
	度数	%	度数	%	度数	%
性別						
男性	439	43.1				
女性	579	56.9				
年齢階級						
60代未満	224	22.0	91	20.7	133	23.0
60代	512	50.3	216	49.2	296	51.1
70代	282	27.7	132	30.1	150	25.9
居住地域						
都市部	784	77.0	331	75.4	453	78.2
海側	127	12.5	62	14.1	65	11.2
その他	107	10.5	46	10.5	61	10.5
世帯状況						
一人暮らし	82	8.1	32	7.3	50	8.6
夫婦のみ	412	40.5	188	42.4	226	39.0
二世帯世帯	370	36.3	161	36.7	209	36.1
三世帯世帯	113	11.1	41	9.3	72	12.4
その他	41	4.0	19	4.3	22	3.8
職業						
農業	90	8.8	49	11.2	41	7.1
漁業	13	1.3	8	1.8	5	0.9
会社員	61	6.0	36	8.2	25	4.3
無職	645	63.4	249	56.7	396	68.4
その他	209	20.5	97	22.1	112	19.3

II. 居住地域と生活習慣との関連

カイ二乗検定において居住地域と有意な関連が見られたものは、漬物、脂っこいもの、夜食、嗜好飲料の摂取頻度、および買い物のしやすさであった。漬物、脂っこいもの、夜食、嗜好飲料の摂取頻度については、どの項目も海側の地区で有意に摂取頻度が高かった。買い物のしやすさについては、海側の地区において買い物がしにくいと感じている者の割合が有意に高かった。

III. 食物摂取状況と環境、個人的要因の関係

III-1 食品グループ①

食品グループ①(野菜・果物)の高得点と関連している項目について、食意識の「とても気を付けている」「まあまあ気を付けている」、食費のよりの「ある」に有意な関連が認められた。居住地域については、有意な関連は認められなかった。

表2. 食品グループ①多重ロジスティック回帰分析結果

	低得点		高得点		OR	95%CI
	度数	%	度数	%		
居住地域						
都市部	250	39.3	386	60.7	1.19	[0.68-2.09]
海側	41	42.3	56	57.7	1.24	[0.62-2.49]
その他	39	47.6	43	52.4		
世帯状況						
単身世帯	32	33.3	64	66.7	1.31	[0.79-2.17]
2人以上	298	41.4	421	58.6		
食意識						
とても気を付けている	35	28.7	87	71.3	3.77	[1.98-7.16]
まあまあ気を付けている	203	38.1	330	61.9	2.73	[1.63-4.58]
気をつけていない	61	69.3	27	30.7		
食費のゆとり						
ある	110	35.0	204	65.0	1.75	[1.07-2.85]
ややある	143	41.6	201	58.4	1.47	[0.93-2.30]
ない	68	49.3	70	50.7		
買い物のしやすさ						
思う	164	38.8	259	61.2	0.91	[0.54-1.54]
やや思う	87	40.1	130	59.9	1.00	[0.59-1.70]
思わない	70	43.8	90	56.3		

※性別、年齢、職業の有無を調整因子として加えた

III-2 食品グループ②

食品グループ②(外食・脂っこいもの・間食・夜食・嗜好飲料)の低得点に関連している項目について、世帯状況の「2人以上の世帯」、食意識の「まあまあ気を付けている」「気をつけていない」、食費のよりの「ある」に有意な関連が認められた。居住地域については、有意

な関連は認められなかった。

表 3. 食品グループ②多重ロジスティック回帰分析結果

	低得点		高得点		OR	95%CI
	度数	%	度数	%		
居住地域						
都市部	341	58.1	246	41.9		
海側	39	47.6	43	52.4	1.71	[0.96-3.05]
その他	41	47.7	45	52.3	1.26	[0.74-2.17]
世帯状況						
単身世帯	58	70.7	24	29.3		
2人以上	363	53.9	310	46.1	2.38	[1.37-4.13]
食意識						
とても気を つけている	78	71.6	31	28.4		
まあまあ気を つけている	279	55.6	223	44.4	1.76	[1.10-2.81]
気をつけていない	32	39.0	50	61.0	3.50	[1.83-6.88]
食費のゆとり						
ある	163	59.5	111	40.5		
ややある	197	57.8	144	42.2	1.04	[0.73-1.50]
ない	57	43.5	74	56.5	1.78	[1.10-2.89]
買い物しやすさ						
思う	223	58.4	159	41.6		
やや思う	114	54	97	46	0.93	[0.63-1.36]
思わない	80	51.6	75	48.4	0.82	[0.50-1.34]

※性別、年齢、職業の有無を調整因子として加えた

4. 考 察

居住地域と生活習慣との関連では、海側の地区で漬物、脂っこいもの、夜食、嗜好飲料の摂取頻度が有意に高かった。また、買い物がしにくいと感じている者の割合が、有意に高かった。しかし、多重ロジスティック回帰分析を行った結果、居住地域の違いや買い物のしやすさによる有意差は見られなかった。

先行研究では、買い物がしやすい環境であるほど、野菜と果物の摂取量が多いと報告されている¹⁾。年齢階級と移動手段との関連についてカイ二乗検定を行った結果、60代未満では60%以上が、60代、70代では約50%の者が自動車を利用していた。また、70代では徒歩の者が35.4%いたが、どの年齢階級でも20%程度の者が自転車を利用していた。このことから、近隣にスーパーマーケットなどの食料品店がない場合でも、自動車や自転車を使用することで遠距離の移動が可能であるため、環境要因よりも個人的要因の方が食物摂取頻度に影響していると考えられる。

Hanibuchiら²⁾は、スーパーマーケットが近いほど高齢者のBMIがより高い傾向にあったと報告している。農林水産政策研究所が作成した食料品アクセスマップ³⁾によると、宇土市に

おいては、生鮮品販売店舗までの距離が500m以上の人口が80%以上である地域が、海側とその他の地区の大部分を占めていた。しかし海側の地区は、網津地区、網田地区ともに、平成28年度の特定健診結果でBMIの有所見率が県や国の平均よりも高かった。海側とその他の地区で生鮮食品販売店舗までの距離とBMIが関連していないことも、多重ロジスティック回帰分析の分析結果と同じく、個人的要因の影響を強く受けているためであると考えられる。しかし、本研究では直接的に環境とBMIとの関連を検討できなかったため、今後さらなる検討が必要である。

特定健診の際に配布される標準的質問票の平成28年度の宇土市の集計結果によると、網津地区と網田地区は、週3回以上夕食後に間食を摂取する者の割合と、毎日飲酒をする者の割合が、県と国の平均よりも高かった。このような食習慣も、BMIや血圧の有所見率に影響していると考えられる。

海側の地区に限らず、7つの校区のうち5つの校区において、メタボ予備軍とBMIの有所見率が県や国よりも高かった。また、4つの校区で血圧の有所見率が高かった。Torikaiら⁴⁾によると、特定健診で脂質異常症、高血圧症、糖尿病と判定されたが服薬治療を実施しなかった者のうち、30~40%の者は翌年の特定健診で検査値が改善していた。生活習慣や食習慣を見直すきっかけとなり得るため、特定健診を受診するだけでも検査値の改善が期待できる。よって、特定健診の受診者数を増加させることで、市全体の健康増進に繋げることができると考えられる。

本研究は、特定健診受診者を対象として行ったため、分析サンプルが住民全体の代表性を欠いている可能性がある。そのため、結果の妥当性の検証もふまえ、今後さらなる検討が必要である。しかし、居住地域別の生活習慣や食習慣との関連を把握することができたことから、本研究には大きな意義があると言える。

5. 結論

①宇土市の住民を対象に生活習慣調査を実施した結果、カイ二乗検定では、漬物、脂っこいもの、夜食、嗜好飲料の摂取頻度が海側の地区で有意に高かった。

②本研究の対象者では、食物摂取頻度と環境要因に有意な関連は認められず、個人的要因に有意な関連が認められた。

③特定健診の受診者を増加させることで、市全体の健康増進に繋げることができると考えられる。

6. 今後の課題と展望

本研究は特定健診受診者を対象としたため、今後は特定健診未受診者への調査が望まれる。

また、調査範囲を広げて生活習慣の特徴と疾病構造を分析することで、管理栄養士に必要な地域診断の技術を身に付けることができると考えられる。

謝辞

本研究を行うにあたり、調査に協力していただいた宇土市保健センターの皆様、ならびに調査対象者の皆様に心から感謝いたします。ありがとうございました。

引用文献

1) 平井寛, 武田岳, 南正昭: 盛岡市における買い物環境と食物の摂取状況との関連の検討, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.70, No.5 (土木計画学研究・論文集第 31 巻), pp. 1,295-1.303, 2014

2) Tomoya Hanibuchi, Katsunori Kondo, Tomoki Nakaya, Miyo Nakade, Toshiyuki Ojima, Hiroshi Hirai, Ichiro Kawachi: Neighborhood food environment and body mass index among Japanese older adults: results from the Aichi Gerontological Evaluation Study (AGES), International Journal of Health Geographics 2011, 10:43

3) 農林水産政策研究所公式 HP, 食料品アク

セスマップ (熊本県): <http://cse.primaff.affrc.go.jp/katsuyat/pdf/43kumamoto.pdf>

4) Keito Torikai, Nobuyoshi Narita, Yuko Tohyo, Masatoshi Hara, Takahide Matsuda: The Effect of the Treatment on the Risk Factors of Arteriosclerotic Diseases in the Elderly: Investigating the Specific Health Checkup, J. St. Marianna Univ, Vol.6, pp. 41-45, 2015

クローン病患者の栄養状態と排便状況についての研究 ～患者の生活改善のためのパンフレット作り～

グループ名：臨床栄養学研究室

メンバー：堤麻耶 白川彩愛 宿輪優里奈 益田知佳 松田菜摘

指導教官：環境共生学部 南久則

連携先：社会医療法人社団高野会大腸肛門病センター高野病院

要 約

【目的】クローン病は、小腸や大腸を含む口腔から肛門までの全消化管粘膜で炎症が生じ、腸に潰瘍や狭窄が起こる病気である。主症状は、下痢、腹痛等の消化器症状で、それが生活の質（QOL: Quality Of Life）の低下に繋がる事が指摘されている。そこで本研究では下痢、腹痛に影響する諸因子を検討し、より良い栄養管理、栄養指導の開発に貢献する事を目的とした。【方法】熊本市内の T 病院にて加療するクローン病患者 80 人を対象に、消化器症状、食事摂取状況を調査した。

【結果】病型、症状の重さ、腸管手術が便回数に影響を及ぼし、重症度、腸管手術、抗 TMF α 製剤及びその種類、成分栄養剤が便量に影響を及ぼした。また、栄養面からは便秘型の患者においてエネルギー摂取量と便性状が正の相関を示した。そして、不溶性食物繊維摂取量が多いと便秘型が減少し、正常、下痢型の割合が増加した。これより、クローン病患者において適正なエネルギー量を摂取すること、不溶性食物繊維の摂取に気をつける事が重要であるということが言える。

キーワード：クローン病、排便状況、食物繊維、エネルギー摂取量

1. はじめに

クローン病(CD)とは、小腸や大腸を含む口腔から肛門までの全消化管粘膜で炎症が起き、腸に潰瘍や狭窄が起こる原因不明の病気である。発熱、下痢、腹痛などが主症状であり、寛解と再発を繰り返す 1)。治療には、栄養療法や食事療法、薬物療法があり、食事療法では低残渣・低脂肪食にする事が勧められている。また、栄養療法では中心静脈栄養や残渣の少ない成分栄養剤などの経腸栄養剤が使用されている。最近では、抗 TNF α 製剤の導入が勧められ、食事制限は解除されているが、依然栄養管理の実施には管理栄養士の適切な指導が重要である 3) 4)。

しかしながら、本症は完治が難しく、下痢や腹痛、血便などの症状が生活に支障をきたし、患者の QOL が低下する 2)。そこで、本研究では患者

の生活に大きく影響する下痢や腹痛といった症状に関与する因子を検討する事により、患者の QOL 向上に役立てる事を目的とした。

2. 方法

2.1 対象

T 病院で加療しているクローン病患者で、入院中もしくは外来通院中の患者で研究協力の同意の得られた 80 名（男性：65 名、女性：15 名、平均年齢：42.5 歳）を対象とした。

2.2 調査内容

(1) 食事摂取状況調査

患者に研究計画を口頭で説明し同意の得られた者に、記録表を渡し外来受診 1 週間前の連続した 3 日間の食事内容の記録を依頼した。食べた量は目安量を記入してもらい、受診時に管理栄養士

の聞き取りによって重量を記録した。

(2) 排便状況調査

排便状況は、便性状をブリストル便形状スケールに基づき記録した。便量は①親指程度、②拳程度、③片手量程度、④両手程度の4つでスコアとして記録をした。

(3) CDAI (Crohn's Disease Activity Index、クローン病活動指数)

患者のクローン病の重症度は CDAI を用いて判定した。CDAI は、過去 1 週間の水様便、腹痛の回数、主観的な一般症状、服薬状況等により評価する。

(4) 食習慣の調査

日頃の食生活は、牛乳、ヨーグルト等の乳製品、魚、揚げ物、コーヒー、野菜、アルコール、お茶の摂取頻度を 9 段階で回答してもらい、1~9 点で点数化した。

(5) 血液生化学検査

食事調査後の外来時に血液生化学検査を行った。

2.3 解析方法

クローン病患者を BMI、経腸栄養剤使用の有無や種類・使用量、抗 TNF α 製剤使用、脂質摂取量 (30 g 未満、30 g 以上)、腸管手術、血漿 ALB 値、CDAI 値、病型で群分けし、群間の便回数、便量、便性状の差を判定した。また、エネルギー及び 1000 kcal あたりの栄養素量 (脂質、炭水化物、タンパク質、食物繊維、ビタミン B1 等) と食品摂取頻度、罹患年数については、これらの項目と排便状況の相関関係を判定した。

3. 結果

(1) 罹患年数

便回数、便量は罹患年数が長くなると増大した。

(2) BMI、血漿 ALB 値

患者の BMI、血漿 ALB 値は、影響しなかった。

(3) 病型、症状の重さ (CDAI)

病型により分類すると小腸型は小腸大腸型に比べて便回数が有意に小さく、便量は差が見られなかった (図 1、図 2)。便性状は、小腸型は小腸大腸型に比べて適度な便になった人の割合が

大きかった (図 3)。CDAI150 以上の群 (再燃期) は、150 未満の群 (寛解期) に比べて便回数、便量ともに有意に大きかった (図 1、図 2)。便性状は、CDAI が 150 未満の患者は 150 以上の患者に比べて、適度な便になった人の割合が有意に大きかった (図 3)。

(4) 腸管手術

腸管手術有り群は無し群に比べて便回数、便量ともに有意に大きかった。また、腸管手術有りの患者において抗 TNF α 製剤の使用群は不使用群に比べて便量、便回数ともに有意に増加した (図 1、図 2)。しかし、腸管手術無しの患者においては抗 TNF α 製剤の使用で差は見られなかった。また、便性状において腸管手術有り群は無し群に比べて適度な便の人の割合が低かった (図 3)。

(5) 抗 TNF α 製剤

抗 TNF α 製剤使用群は、不使用群に比べて便量が有意に増加し、便回数には影響しなかった (図 2)。使用製剤の種類別で比べると、IFX と ADA 間では差が見られなかったが、便回数、便量ともに IFX の方が不使用群に比べて有意に増加した。また、製剤の投与日数と便回数、便量の間で正の相関が見られ、投与回数においては便回数にのみ正の相関が見られた。

(6) 経腸栄養剤

経腸栄養剤使用群は、不使用群に比べて有意に便量が増加したが、便回数は差がなかった (図 2)。また、経腸栄養剤の使用量は、便回数、便量ともに影響はなかった。使用栄養剤の種類で比べると、ラコール群の方が不使用群に比べて有意に便量が増加した。

(7) 脂質の摂取量

30 g/日 以上群と 30 g/日 未満群では便回数、便量ともに有意な差が見られなかった。また、脂質摂取量と便回数及び便量には相関は見られなかった。

(8) 栄養素

便回数と正の相関が見られた項目は、エネルギーのみであった。また、便秘タイプの患者においてもエネルギーのみ、摂取量と便性状の間に正の相関がみられ、エネルギー摂取量が多いと便秘型

が正常になることが分かった。一方、下痢型の患者においてはエネルギー摂取量でも相関がみられず、他の栄養素でも同様の結果となった。

また、食物繊維は便回数、便量ともに相関は見られなかったが、不溶性食物繊維において摂取量が多い群は少ない群に比べ、便秘型の患者割合が優位に減少し、正常、下痢型の患者割合が増加した。

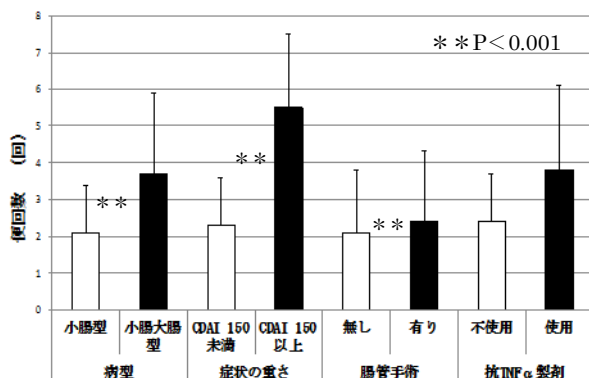


図1：便回数に影響を及ぼした項目

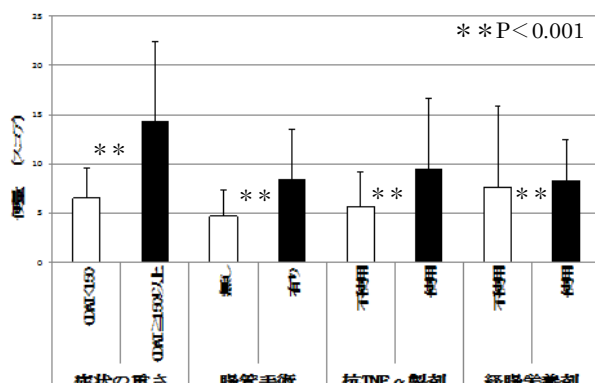


図2：便量に影響を及ぼした項目

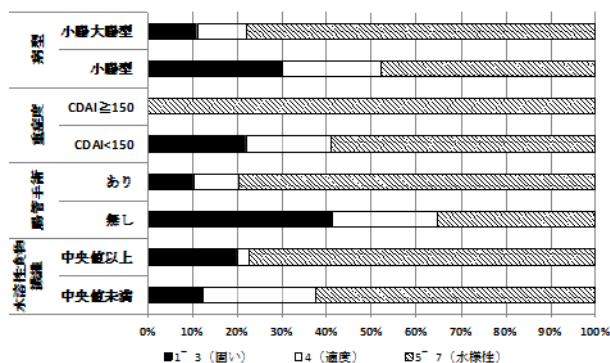


図3：便性状に影響を及ぼす因子と患者の割合

4. 考察

本研究では、クローン病患者の QOL に大きな影響を与える排便状況に及ぼす種々の因子を検討した。

患者の病型で比較した結果、小腸型よりも小腸大腸型の方が、便回数が有意に増加した。これは、小腸大腸型の方が、障害部位が広い事が原因だと考えられる。

抗 TNFα 製剤の使用は、不使用群に比べて、有意に便量、便回数を増加させた。これは、重症度の高い患者に薬を投与するため、製剤使用群の方が便量、便回数が増加したと考えられる。

腸管手術の有無においては、腸管手術により腸が短くなった事で便中の水の吸収が障害され便回数、便量が増加し便性状が悪化したと考えられる。

また、不溶性食物繊維を多く摂取している患者は、便秘型が減少し、正常と下痢型の割合が増加した。これは不溶性食物繊維に、便量を増やし、腸の蠕動運動を促す作用がある事が原因だと考えられる。実際のクローン病ガイドラインには、不溶性食物繊維は炎症の悪化や腸の狭窄を引き起こすため制限が必要だと記されている。

5. 結論

本研究で、排便状況に影響を与える臨床的な因子は病型、重症度、腸管手術、経腸栄養剤、抗 TNFα 製剤であることが分かった。栄養面では、エネルギーと不溶性食物繊維である事が分かった。これより、クローン病患者において、排便状況を良くするには、適正なエネルギー量を取り、不溶性の食物繊維の摂取に気を付けることが大切であるという事が言える。

6. パンフレット作製について

クローン病患者にアンケートを行い、どのようなパンフレットが良いかを調査した。その結果、簡単に作れるレシピや食べる事ができる食品一覧がよいという意見が多かった。そのため、クローン病の食事の基本についてと調理法についての 2 種類のパンフレットを作製した。そのうちの

1つを図4に掲載している。そして、11/26のT病院主催の患者会で3名の患者に渡した。



図4：実際に作製したパンフレット

7. 今後の課題と展望

(1) 研究について

排便状況には、腸管手術や症状の重さに大きく影響される。そのため、症状の重さが同じ、もしくは残存している腸管の長さが同じ患者を対象にし、再検討する必要がある。

(2) 社会人基礎力について

この活動を通して、3点社会人基礎力を高めることができた。1点目は、情報収集能力だ。パンフレットを作成する際、どのような内容が良いかアンケートをしたり、掲載するレシピを考える際に本を借りたりした。そうすることで、自分の中のアイデアが膨らみスムーズに物事が進むという事を学んだ。2点目は、関わる力である。IBD料理教室の開催に伴い、会場の手配等で高野病院の栄養科の先生方と連絡を取ることで社会人としてのふるまい方が身についたと考える。また、会場は早めを取る必要があるため、早めに行動することの大切さも学ぶことができた。

3つめは、病気に対する知識が深まった。臨床的なデータを分析する事で、症状や病態等を把握する事ができ、将来病院で働く上でとても勉強になった。

謝辞

本研究を行うにあたり、調査にご協力して頂いた特定医療法人社団法人高野会高野病院の職員様、患者様に深く感謝致します。また、日ごろからご指導いただいた南久則先生、皆様に篤く御礼申し上げます。

引用文献

- (1) 佐藤和人、本間健、小松龍史 (2015)、エッセンシャル臨床栄養学第7版、医歯薬出版
- (2) Post S, Kunhardt M, Herfath C, Subjective assessment of quality of life, pain and surgical success after laparotomy for Crohn disease., *Chirurg*. 1995; 66(8):800-6.
- (3) Tursi A, Elisei W, Picchio M, Comparison of the effectiveness of infliximab and adalimumab in preventing postoperative recurrence in patients with Crohn's disease: an open-label pilot study, *Tech Coloproctol*, 2014;18(11):1041-6
- (4) Csontos AA, Molnar A, Piri Z et al, The Effect of anti-TNF α induction Therapy on the Nutritional Status and Dietary Intake in Inflammatory Bowel Disease, *J Gastrointestin Liver Dis*, 2016;25(1):49-5

大津町を対象にした震災の記憶オーラルヒストリー

グループ名：Coho'zu

メンバー：総合管理学部 上田幸奈、飯沼玲佳、多賀有紀

指導教官：総合管理学部 津曲隆

連携先：大津町役場 総務課地域づくり推進係

要 約

2016年4月、熊本を最大震度7の地震が襲った。世間の関心は被害が集中した益城町や西原村に集まった。これらの地域は関心が高いため記録が残りやすいであろうが、相対的に報道される機会が少なかった大津町は、その記録が残りにくいのではないかと考えられた。このため、私たちは大津町に住む人々が震災以後、どのような想いや行動で震災に立ち向かったか、その記録を残すべく、大津町の人々の震災についてのオーラルヒストリー（口述史）^{注1}収集を行った。大津町に足を運ぶこと20回以上、そこで収集した延べ30時間に及ぶオーラルヒストリーをテープに起こし、記事としてまとめたものが町の広報誌『広報おおづ^{注2}』に特集として掲載された。不完全ながらも大津町の人々の当時の想いや行動の記録としての資料を提供できたものと考えている。

キーワード：熊本地震、オーラルヒストリー、広報おおづ、大津町役場、持ち場、復興

1. はじめに

当初、「広報おおづ」の若者世代への浸透が弱いという課題を解決するため、町と若者とのコミュニケーションデザインを学生の視点で構築する研究を行っていく予定であった。しかしその実施前に、熊本地震が発生した。連携先の大津町は、益城町や西原村と隣接しており（図1）、この2つの自治体より被害は少なかったとはいえ、大きな被害を受けた。被災後、連携先の大津町の状況は緊迫しており、場合によっては、連携自体がなくなる可能性もあった。少し落ち着いた後、役場と相談し当初の計画は白紙にして、大津町の人々取材し、大津町の人々が震災に立ち向かった記録を残すことを連携の新たな目的として、活動を再開した。その後は大津町に住む人々が震災以後、どのよう

な想いで、どのような活動を行ったかを解き明かしていくことを活動の中心とした。

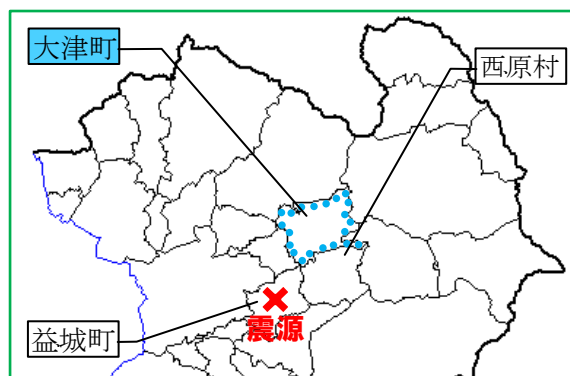


図1 震源地からの距離

取材した中で、ある方の言葉に非常に印象的なものがあつた。その方は、復興に向かうため

注1 歴史研究のために関係者から直接話を聞き取り、記録としてまとめること。

注2 毎月1日に大津町の13,000世帯に配布される町の広報誌。町の情報や活動を掲載している。

には「一人の百歩よりも、百人の一步」だと話された。取材が本格的に始まっていた頃だったので、その言葉に強く共感した。被災しながらも復興へと向かい、自分の持ち場で行動した人々の一步が大津町には無数にあったのだろうと思った。そのような人々の行動を記録として残すことは、熊本地震に向き合った町の姿を描くことになり、価値あることだろうとも思った。本研究では、そうした姿を描くことを目的に大津町の人々のオーラルヒストリー収集を目指した。

2. 取材活動と広報おおづへの掲載

大津町役場経由で紹介してもらった取材対象者 24 名に「震災による困難や試練、挫折に直面しながらそれを乗り越えようとしている人たちの言葉を後世のために記録する」ことを柱として、オーラルヒストリーを収集した。現在（平成 28 年 11 月末）までに大津町在住の人々を対象とし、大学生 2 名、地域おこし協力隊 1 名、民間企業 3 名、町議会議員 1 名、区長 1 名、民生委員 3 名、消防団長 1 名、大津町役場職員 12 名に 6 月から 12 月にかけて聞き取り調査を行った。

取材は、文献「〈持ち場〉の希望学」を参考にした次の①から④の質問事項と、それに⑤の質問を新たに付け加え、

- ①震災直後の行動や心境
- ②震災後 1 カ月間の行動
- ③復興に向けて一区切りついたと思う時期や出来事
- ④震災前と現在の考え方の変化
- ⑤これからの自身や大津町に望むこと

という 5 つの質問を軸に行った。

チームで大津町を 20 回以上訪問し、1 人 1 時間以上の取材を図 2 のスタイルで行った（2 人がインタビュー担当、1 人が記録担当）。取材対象者の中から代表的な 6 人を抽出し、その姿を『広報おおづ』12 月号（図 3、図 4）に特集記事として掲載させて頂いた。



図 2 オーラルヒストリー収集（取材）



図 3 広報おおづ 12 月号（表紙）



図 4 広報おおづ 12 月号（特集記事の一部）

3. オーラルヒストリーの分析

収集した 24 名のオーラルヒストリーを比較分析した結果を以下に述べる。

3.1 緊急時の人々の行動

熊本地震が発生する以前は、「熊本では地震は起こらない」と思っていたという人が多かった。そんな中で、4月に身の危険を感じる強い揺れが熊本を襲ったわけである。この時、人々はどのような想いをもち、行動していたのだろうか。

取材した全員に共通していたことは、地震直後の緊急時には「誰かのため」を原動力に行動していたということであった。家族などの場合もあったが、あの混乱の中、多くの人にとっての「誰か」とは目の前の人たちであった。自分の目の前で困っている人のために、ほとんどの人が行動されていたのである。

年齢も立場も異なるたくさんの人たちが、地震の際に自分が居合わせたところを持ち場にして、自分に出来る行動を起こしていた。

学生であれば学校、会社員であれば会社が、自分が普段活動する「持ち場」である。しかし震災時の混乱の中では、その時たまたま居合わせた場がその人の「持ち場」となって、そこで自分が出来る範囲で地震に立ち向かうべく行動していた。ある方は「店の営業よりもボランティアをして住民の不安を取り除きたい」と思い、震災後すぐに、店の駐車場で炊き出しや物資の配給などのボランティア活動を行っていた（図5）。



図5 地震直後の道の駅大津での物資配給

3.2 混乱から日常へと向かう瞬間

今回の取材では、「一区切りついたと思った出来事や時期を教えてください。」との質問を行った。それに対し、「震災直後からの活動が終わった時点」という回答、「震災対応が終わり、プライベートの方にも手が回る瞬間」、「学校が再開した日」、「SNSでの震災に関する情報発信を停止した日」といった回答があった。

多くの人にとって、ある時、ほっと一区切りつく瞬間があり、そこを契機に日常に向かう一歩が踏み出されていくようであった。取材ではその過程が印象に残った。こうした過程が（日常を回復していくという意味での）「復興」と呼ぶべきものであろう。

3.3 オーラルヒストリーが明らかにしたこと

町民の活動の原動力になったものは、「誰かのために」という想いであった。それらの想いがひとつになって、町は全体として復興へ向かっている。普段何気なく生活している日常というのは、当たり前にあるものではなく、たくさんの人たちが、日々努力していることによって維持されていることを改めて明らかにした取材であった。

4. まとめ

オーラルヒストリー収集を経て、大津町広報誌「広報おおづ12月号」の特集記事を完成させた。広報誌は、平成28年12月1日に大津町全世帯に配布された。連携先の役場職員の方からは「素晴らしい出来栄に感動した。」という言葉を受けた。また、広報誌が届いた住民にも意見を頂き、その中で「震災中の一人一人の行動が伝わってきた」「私自身も半年経って熊本地震の記憶が薄れつつあるので今回の記事を読んで自分の行動を振り返るとともに、地震に対する思いも持ち続けたいと思った」「自分も何か行動を起こしたいという気持ちになった」という感想もあった。

こうした感想から、今回の記事作成を通して少なからず住民の皆さんが地震時の行動や想いを振り返ることができる機会になったので

はないかと思う。このことは震災の経験を過去のものとするのではなく、町が未来へと進むための一歩となるきっかけになったのではないかと考えている。

5. 今後の課題と展望

広報おおづ 12月号の6頁特集で、大津町で活動する6名の方の震災時の記憶とその姿を町民の皆さんに届けることができた。しかしこれは取材した一部に過ぎない。取材した多くの方を広報誌に掲載することはできなかった。

我々は、インタビューを行った計24名全員の記録を残すため、これから一冊の書籍を作ろうと考えている。東日本大震災においては、釜石市において多くの人々の行動や想いを記録した「〈持ち場〉の希望学」という本が作られている。我がチームも、今回のオーラルヒストリーを用いて、大津町版の「〈持ち場〉の希望学(仮)」を作成予定である(図6)。書籍化することによって広報誌では語りきれなかった部分にも触れることができ、より具体的に震災の記憶を後世まで残すことが出来るものと考えている。

6. 社会人基礎力に関して

大津町役場との連携活動を通して次の3点の社会人基礎力を高めることが出来た。1点目は計画設定能力である。取材、広報誌作成においては、締め切りに合わせた計画、行動が求められ、チーム内で話し合いながら週ごとに作業計画を立てて進めることが出来た。2点目は文章力である。取材したもの全てを掲載することはできないため、その中から重要な点を簡潔に分かりやすく伝えなければならない。そこで何度も構成、修正を重ね、その力をトレーニングできた。また、連携先や取材対象者とメールでのやり取りを行って行く中で、言葉遣いや表現方法も学んだ。3点目は話を聞く力である。取材という行為を繰り返すことで、他者の話を聞くという訓練を十分に出来たと考えている。

課題となったのは相手が話しやすい環境を

作ることである。取材前は互いに緊張しているため、取材とは関係のない話をしてリラックスしてもらうなどの工夫が大切だと感じた。

今回得たスキルは社会に出ていくにあたってとても重要なものになると思う。

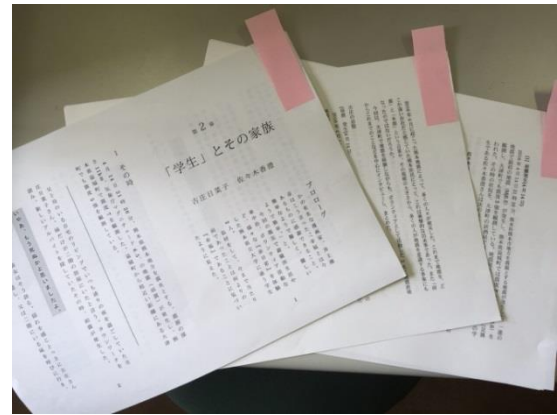


図6 書籍化に向けた制作作業

謝辞

取材に応じて下さった皆様にこの場を借りて感謝の意を表します。また、連携先である大津町役場総務課地域づくり推進係の皆様には、取材対象者の紹介や取材方法、記事作成についてまで継続的にサポートしていただきました。長期間の支援に関し、大変感謝しております。ありがとうございました。

引用文献

- (1)東大社研+中村尚史+玄田有史編(2014)『〈持ち場〉の希望学』東大出版会。
- (2)早稲田大学後藤晴彦研究室(2005)『まちづくりオーラル・ヒストリー』水曜社
- (3)玄田有史(2006)『希望学』中央公論新社。

参照 URL

- (1) 気象庁平成28年熊本地震情報ページ
http://www.jma.go.jp/jma/menu/h28_kumamoto_jishin_menu.html
- (2) 『希望学』: 東京大学社会科学研究所
<http://project.iss.u-tokyo.ac.jp/hope/>
- (3) 矢ヶ崎太洋、一ノ瀬友博 『オーラルヒストリーの収集と分析による 東日本大震災以前の記憶と地域イメージ』(2013年11月)
https://www.jstage.jst.go.jp/article/arp/32/Special_Issue/32_209/_pdf

玉名市における周遊観光を促すツールの開発と SNS を用いたゆるキャラの PR 研究

グループ名：たまラボ

メンバー：松崎萌々子 塚田薫 中村洸介 藤村雅俊

指導教官：総合管理学部 津曲隆

連携先：玉名市役所 産業経済部ふるさとセールス課観光振興係

要 約

本研究では、玉名市の着地型観光プログラム「旬たま WEEK」の改良と、玉名市マスコットキャラクター「タマにゃん」の PR 活動の 2 点について取り組んだ。昨年、旬たま WEEK の体験同士をつなぐために謎解きゲームを使った方法が旬たま WEEK にて実践された。魅力的な手法であったが、内容が若干複雑であったため、観光事業者側が企画を十分に理解できず、観光客に内容をうまく説明できないという状況が見られた。今年度はこの点を改良し、また、旬たま WEEK を起点として玉名市周遊へと観光客を誘導することも意図し、旬たま WEEK にスタンプラリーを組み込んだ新たな手法を考案し、高評価を得た。また、もう一つのテーマである「タマにゃんの PR 活動」に関しては、ツイッターアカウントを作成し、日常のツイートに加え動画投稿を行うなど、SNS の効果的な運用を研究した。これらの実践によって、今年度は、ゆるキャラグランプリにおいて、昨年と比べ 7.5 倍もの票数を獲得する成果を上げることができた。

キーワード：旬たま WEEK，着地型観光，スタンプラリー，タマにゃん，SNS，ゆるキャラグランプリ

1. はじめに

玉名市は観光振興計画に基づいて、着地型観光を進めている。本グループは、玉名市ふるさとセールス課と協力し、その具体化に向けた活動を行っている。今年度は、前年に引き続き、着地型観光商品のプロモーションと、それと独立した新たなプロモーションの検討が玉名市からの課題として提示された。

2. 研究内容

2.1 旬たま WEEK に関する研究

2.1.1 研究概要

玉名の観光資源を生かした体験イベントとして「旬たま WEEK」が開催されている。本研究

では、旬たま WEEK で使うパンフレットの検討と作成を（株）JTB 九州コミュニケーションズと共同して行った。4 月から昨年度の「謎解きを組み込んだ観光パンフレット」の問題点の検討を開始した。旬たま WEEK の体験がそれぞれ単発で、体験同士が有機的にはつながっていないことの解決と PR 効果を高めるために物語要素を取り入れた「謎解き」ゲームを導入した。しかし、これを実際に用いた結果、新たな課題が生じた。内容が複雑で、観光事業者側の理解が追いつかず、うまく活用できなかったのである。そこで今年は、内容を簡潔にした「すごろくスタンプラリー」の開発とそれを紹介する「パンフレット」を作成した。これは、有機的な接続だけでなく、観光客の

玉名市周遊も狙って作成した。

2.1.2 調査方法と結果

平成28年度の旬たま WEEK は9月17日を初日にそれ以後、多様なプログラムが展開されてきた。その中の3つのプログラムに参加し、誘客効果についてのアンケート調査を行った。調査はインタビューにより行い、各プログラムの受付時間を利用した。調査の際には、作成したパンフレットを持参し(図1)、インタビュー用紙を準備し質問を行った。

調査対象者は男性4人、女性14人で、その概要を図2に示す。40代女性が圧倒的に多い。これは、旬たま WEEK のプログラムが家族層をターゲットにしているからであると思われる。実際、「一緒に参加した人は誰か」という問いに対し、67%が家族、17%が子どもであり(図3)、旬たま WEEK は家族向けプログラムとして機能していると言える。参加者の出身地は、玉名の地元住民が多く、また県北地域で7割を占めていた。ただ、中には大宰府など遠方からの参加もあった。

参加者から、我々が開発したスタンプラリーについての回答は図4のようになった。

興味がある・参加したいという人の理由は、「遊び心がある」「子どもと体験できる」「面白い、期間を忘れることなく、短すぎることもなく、ちょうどいい」であった。しかし、「3,000円以上がネックで、達成できないと思ったから。2つの施設の距離が離れていて、距離的にも時間的にも遠い。」というマイナスの声も多かった。

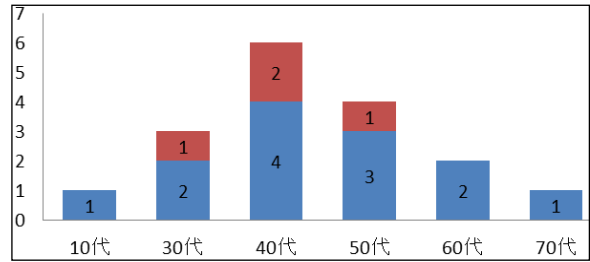


図2 回答者の男女・年代内訳

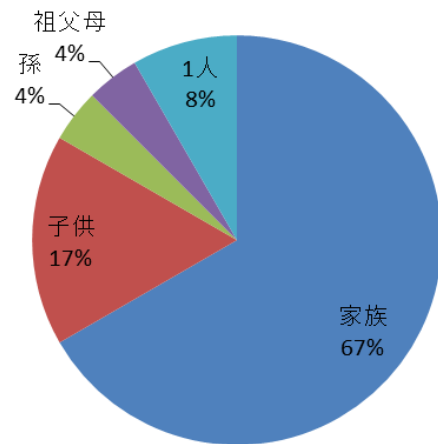


図3 参加者が一緒に参加した人

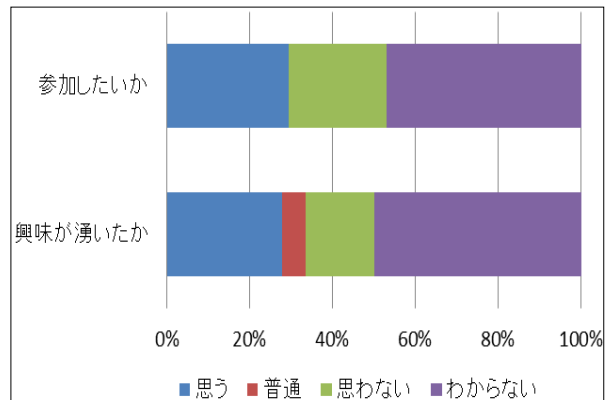


図4 スタンプラリーへの興味・参加希望



図1 開発したスタンプラリーと作成したパンフレット

なお、昨年の反省である「内容が難しく、主催者側も参加者側も理解できていない」という点については、主催者側である玉名市商工会会長（60代男性）より「昨年より分かりやすくなった。自分たちにはないアイデアを出してくれる学生には感謝している」との言葉を頂いた。

ちなみに、平成 28 年 12 月 1 日時点でスタンプリヤーをゴールした人はいない。今後ゴールする人が出てくる可能性もないことはないが、興味を湧かせるものであっても、スタンプリヤーの各ポイントを回ってもらうこと、そして 3,000 円という金額といった障壁は我々が考えていた以上に大きいようである。

2.2 ゆるキャラの PR に関する研究

2.2.1 研究概要

玉名市マスコットキャラクター「タマにゃん」は、ゆるキャラグランプリに今年 3 度目の出場を行った。前回 1069 位という散々たる結果を受け、今年度はタマにゃんの認知度向上に向けた PR 活動を積極的に行った。主な活動は、ネット利用者対象にしたツイッター運営である。「タマにゃん」専用アカウントを作成し、タマにゃんの日々の出来事をツイートで世に発信している。コンテンツは文章、静止画、動画と多様なものを用い、どのようなツイートが人々に強く反応するのか研究した。また、毎日午前 0 時と午後 12 時にフォロワー数と投票数を記録していた。

2.2.2 調査方法と結果

現時点のツイート総数は 578 件。インプレッション^(注1)の総数は、640,884 という結果になった(11月21日時点)。アカウントのフォロワー^(注2)の推移についてはこの4か月の期間で次のようになった(図5)。順調に伸び、最終的に648人となった(11月20日時点)。

ここで、フォロワーの上昇に影響があったと思われるツイートをいくつか紹介する(“影響があった”とは、表1においてフォロワー数の前日比の大きいものである)。

最も影響が大きかったのは、同田貫^(注3)を用いた動画投稿であった。ちなみに、トップテンには、動画4本の投稿が入っていた。文章だけのツ

weetよりも、動画はフォロワーを増やす効果があることが分かる。実際、動画を8本投稿したツイート全てのインプレッション

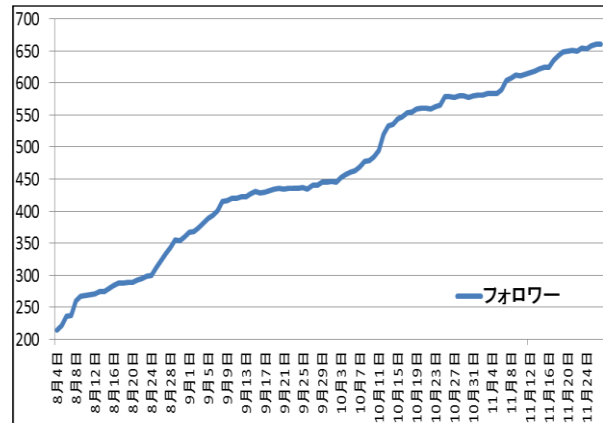


図5 フォロワー数の推移

表1 ツイート内容とその影響一覧

日付	ロー	ワー	前日比	ツイ	送付	前日の動き	当日の動き	割合	ご当地	位
10月12日	644	520	26			同田貫ツイート	500人突破ツイート	284	174	7499
8月8日	386	260	23	1		炎上	街宣活動ツイート	286	170	1221
11月7日		604	15			4話投稿				
8月6日	338	236	14	7		花火大会に関して	玉中批判ツイート	288	170	1112
9月2日	429	415	14	2		400人突破ツイ		?	?	
10月13日	674	533	13			500人突破ツイ		284	174	7591
						カオリズム/どつかれ				
10月25日		579	13				箒で空を飛ぶツイ			
8月25日	447	312	12	0		城菜園夜市ツイ	焼き肉の日ツイート	296	179	2657
8月29日	363	355	12	2		箒で空を飛ぶツイ		296	181	3011
8月26日	451	323	11	1	5	箒で空を飛ぶツイ		299	181	2744
8月27日	471	334	11	1	3		ラフェス告知	299	181	2849
11月17日		635	10			撤回				
8月28日	475	343	9	3	3	キャラフェス告知	園夜市ツイート	298	181	2931
10月8日	547	478	9			おにぎり片手		283	173	7125
10月11日	564	484	9				貫ツイート	284	174	7385
10月15日	695	544	9				大会に関して	282	174	7787
8月5日	327	222	8	3	8	タマにゃんUCC		285	170	998
9月4日	398	382	8	2	5	キャラフェス告知	心配ツイート	293	180	3636
10月3日	533	453	8	1	8			284	174	6550
8月9日	399	267	7	4	2	街宣活動ツイ	男子ツイート	286	170	1333
9月1日	370	367	7	3	9	RKKラジオツイ		294	181	3327
9月5日	404	389	7	3	9	台風心配ツイ		295	182	3716
9月7日	416	401	7	2	4	朝えキャララジ	人突破ツイート	?	?	?
11月18日		642	7			11月20日自撮り				
8月31日	369	360	6	2	6	4話投稿	ラジオツイ	295	181	3218
9月3日	388	374	6	0	0		ラフェス当日ツイ	294	181	3533
10月7日	540	489	6				おにぎり片手ツイ	284	174	7046

前日の動き	当日の動き
同田貫ツイート	500人突破ツイート
炎上	街宣活動ツイート
4話投稿	
花火大会に関して×5	玉中批判ツイート
400人突破ツイート	
500人突破ツイート	
カオリズム/どつかれ	
	箒で空を飛ぶツイート
城菜園夜市ツイート	焼き肉の日ツイート
箒で空を飛ぶツイート	

は118,455となり、多くの人の目に触れさせることができた。その中でも同田貫を用いた動画は最も影響力があった。タマにゃんだけでなく“同田貫”ファンに届いたからであろう。この動画は、519リツイート、530いいねと、拡散力が絶大であった。

3. 研究のまとめ

旬たま WEEK に関しては、昨年の反省を活かすことは出来たが、内容の難易度を下げたことにより、周遊することそのものへの動機が薄くなってしまった。内容を重視すること、その上で運営をスムーズに行えるという背反する2つの条件をクリアする企画が要求されているということであろう。これは今後の課題である。

タマにゃんの広報に関しては、SNS を用いることにより、若者を中心にして認知度向上に成功したと考えている。拡散力の高いツイッターは、文章に加え動画投稿を行うことで、より人を惹きつけることも分かった。玉名へ出向き撮影、編集、投稿を繰り返した結果、ゆるキャラグランプリの獲得票数は昨年の7.5倍となる8,622票を獲得する大きな成果を上げることができた。

これらの研究は来年度も玉名市と連携して継続して実施していく予定であり、今回の結果は研究室の後輩に引き継ぐ予定である。

4. 社会人基礎力について

研究開始当初に以下の4つを掲げ、その向上に取り組んできた。

- ①**主体性**: 玉名への疑問が湧けば、その疑問の解消のために幾度も玉名へ出向き、学習に取り組んだ。玉名に通った回数は、本格的に連携が始まった4月から考えると、週に1回ペースで出かけた。これは過去6年間を上回る結果であった。また、会議では積極的に提案を行い、様々な手法を実施してきた。その結果、能動的に能力を向上させる習慣を身に付けることができたと考える。
- ②**考え抜く力**: 課題の本質を明確にし、将来性を見据えそれらの課題と真摯に向き合うことで課題解決の糸口を探ってきた。特に今年度は、新た

な事業である「タマにゃんのPR活動」を行うにあたって、1から企画を行う難しさと作り上げていく楽しさを実感できた。研究を通して考え抜く力を向上させることができたと考える。

③**発信力**: 企画会議を通して本チームで考えた案を連携先へ伝えることができた。また、研究の一環としてSNSを用いていたが、その中では一般大衆に対して情報を発信することで能力を向上できたと考える。しかし、まだ社会人としての発信力は十分ではない。というのも、先ほど述べたように、企画を成功させるには、主催者側に対しての十分な教育が必要だが、今回の旬たま WEEK において「スタンプラリー」というものを簡潔に分かりやすく伝える力がまだ不十分だったと考えるからだ。

④**関わる力**: 社会人と連携するという機会を活かし、様々な年代の方と上手く関わる力を身に付けることができた。メールの送り方や名刺交換など、基本に見えてなかなか定着していなかった行為を、この連携を通して身に付けることができた。必要事項以外にもこちらの活動を知らせる等、連絡が途絶えないように工夫していた。約1年間密に連絡を取り合った結果が、本研究の成果に繋がったと考えられる。

謝 辞

これまでの活動で、連携先の玉名市役所産業経済部商工観光課観光係の職員の皆様、協力頂いた玉名観光協会たまララの職員の皆様、(株)JTB コミュニケーションズ九州の上園様には暖かいご支援を頂きました。皆様の支援と協力に感謝の意を表します。

引用文献

- (1)佐藤尚之(2015)『明日のプランニング 伝わらない時代の「伝わる」方法』講談社現代新書。
- (2)鈴木俊博(2015)『稼げる観光 地方が生き残り潤うための知恵』ポプラ社新書。

注釈

- 1) インプレッション: タマにゃんのツイートが他の人のツイッター上に表示された回数のこと
- 2) フォロワー: タマにゃんのアカウントをフォローしている人のこと
- 3) 同田貫: 九州肥後国菊池を中心に活躍した肥後刀工の一群。

農産物を核とした海外流通強化事業

台湾を中心としたアジアへの晩白柚輸出

グループ名：YFV

メンバー：米友樹乃 川邊恵子 龍彩佳

指導教官：総合管理学部 宮園博光

連携先：八代市役所 農林水産部フードバレー推進課

要 約

八代産農産物の海外への流通強化に先立って、2017 年 2 月に台湾基隆市で晩白柚をメインとした「くまもと県南フードバレーフェア」が開催される。文化も感性も異なる現地の人々に如何に晩白柚に興味関心を持ってもらうかが課題となる。本フェアでは、興味を持つきっかけとして海外でも人気のあるキャラクターの利用と、晩白柚の情報をまとめた動画の鑑賞で理解を深め、ショップの配布による購入の円滑化という 3 ステップの PR を行う。現地の文化や嗜好に合った PR を行うことが認知向上に繋がり、今後の流通強化の基盤となると考える。

キーワード：くまもと県南フードバレー、台湾、晩白柚、認知向上

1. はじめに

平成 25 年 3 月に熊本県が策定した「くまもと県南フードバレー構想」は、熊本県・県南地域の豊富な農林水産物を活かし、食関連の研究開発機能や企業を集積させる「フードバレー」を形成することにより県南地域の活性化を目指している[1]。

「食」の安全・安心への要求の高まり、グローバル化による市場規模の拡大、健康・教育・観光など様々な領域での「食」の活用、農林水産業の多面的な機能への注目など、「農林水産業」や「食」に関連した産業への新たな成長産業としての期待が高まっている。こうした中、豊富な農林水産物や高速交通網の結節点としての機能、物流拠点としての八代港など、熊本県・県南地域のポテンシャルを最大限に活用することで、「食」に関連した産業の振興を図り、県南地域全体の活性化を目指している。

特に八代市の意向は「フードバレーやつしろ基本戦略構想」のもと、アジアに晩白柚を中心とした農作物や加工品を売り込み、輸出していくことである。しかし晩白柚の知名度が低いのが現状である。そこで、文化も感性も異なる現地の人々に興味関心を持ってもらう必要がある。

2017 年 2 月に台湾基隆市で「くまもと県南フードバレーフェア」が行なわれる。基隆市は、八代港と友好港である基隆港を有しており、このフェアの成功によって今後の両市の関係が深まると期待されている。今後の海外流通事業の強化に繋げるため、上記のフェアを足掛けとする。

2. 方 法

AIDMA の法則[2]に沿って、フェアで晩白柚への購買意欲を促進させる PR 方法を検討する。今回は表 1 に示す認知段階・感情段階・行動段階の 3 ステップの視点で考案する。

表 1 AIDMA の法則

認知段階	A : Attention (注目)
感情段階	I : Interest (興味、関心)
	D : Desire (欲求)
	M : Memory (記憶)
行動段階	A : Action (行動)

八代市役所・JA やつしろ及び晩白柚農家の方との話し合いや文献調査を経て、輸出の方向性や正確な晩白柚の基本情報を得た。その他必要事項は参考文献及び動画の視聴により分析する。

3. 検討

3.1 キャラクターによる集客

海外の人々が晩白柚に興味を持つためにはきっかけが必要である。海外でも日本のキャラクターは人気であるため、PR にはキャラクターを利用すべきだと考えた。海外でもある程度知名度と人気があるくまモンを利用することが有効であると考えられる。



写真 1 昨年度の基隆フェアでの様子

くまモンは熊本県をアピールすることを目的として活動しており、主な活動内容としては TV 出演・イベントなどへの参加(ショー等)・SNS・グッズ展開・四コマ漫画(原案は一般公募)の 4 つである。今回は海外が対象ということで、基隆市のフェアにおいてくまモンに晩白柚を使って出演して頂き、現地の人々に目の前で晩白柚の印象づけが可能なショーが最も有効な方法であると

考えた。ショーが有効な理由として以下の 3 点が挙げられる。

- ① 日本語を使わなくても動きで表現出来る
- ② くまモンは目の前の観客に合わせ、台本に加えてアドリブでも動くため、現地の人々もより楽しい気持ちで晩白柚に関心を持つことができる
- ③ ショーの様子を観客が SNS に書き込み、拡散されることが期待できる

そこで、フェアで予定されているくまモンショーにおいて晩白柚を PR する時間を設けることとなった。香港や台湾では、黄色が縁起物とされている文化があるため、「福を招くラッキーアイテム」として PR しようと考えている。しかし、くまモンショーにおける台本を作成する上で 2 つの問題点がある。1 つ目は、くまモンのみが印象に残り晩白柚の存在が薄くならないような構成にするという点である。2 つ目は、くまモンは晩白柚専用のキャラクターではなく熊本県のキャラクターであるため、どこまで晩白柚について尽力してくれるのかという点である。今後はこの 2 点について、これまでのくまモンの活動を動画等で調べて考察したり、八代市及びくまもとブランド推進課との話し合いを進めたりする必要がある。

3.2 動画による興味関心

晩白柚を海外の方にも知ってもらうために、産地情報・サイズ・香り・食べ方・味・効能を動画に表現し、鑑賞してもらう。作成した動画は動画サイト等に掲載し、今後多くの人に見てもらう予定である。海外にも通用させるためには、言語を極力排除し、イラストを主に使って制作する必要がある。

産地情報では、世界地図から日本、熊本、八代という順に引き出すことで、日本だけでなく八代も印象付ける。海外において日本産は安心・安全・高級という印象が強い。そのため、産地を示すことで晩白柚の安心・安全性・高級感もアピールできる。

サイズは、温州ミカン・レモン・オレンジ・グレープフルーツといった海外でも知られている

柑橘類との比較によって示す。また、重さは水と天秤を使い表現する。その中にギネス認定の表記を入れる。

香りに関しては、八代市が推進している部屋に飾って香りを楽しむという表現を使用する。

食べ方では、皮をむく際に道具を使うことと皮の厚さの特異性を示す。

味は、甘味・酸味・塩辛味・苦味の基本四味の視点から調査する。日本貿易振興機構(JETRO)の味覚嗜好性調査資料から温州ミカン、オレンジ、グレープフルーツの味覚データを収集した。基本四味の中から、変化の大きい甘味、酸味の数値のみを抽出しグラフ化する。その中に、晩白柚の味覚の予想値を組み込む。これにより、食べたことのない晩白柚の味を想像しやすくする。以下、図1に示す。

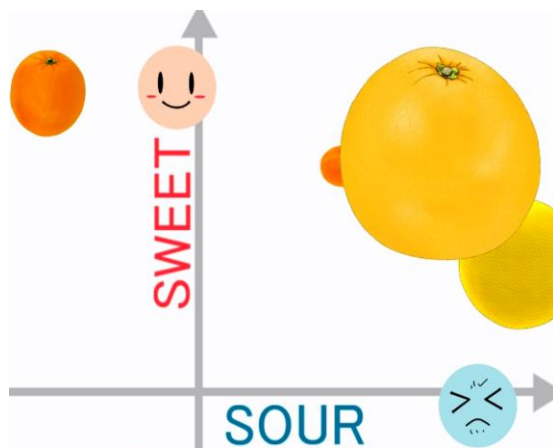


図 1 晩白柚の味の表現

効能は、グレープフルーツの美容表現が評判になったように、食品の成分は注目されやすい要素の1つである。しかし、薬事法等の関係から明確な表示がしにくい。そのため、晩白柚の成分の1つであるビタミンCに着目し、一般的なビタミンCの効能を記載する。

3.3 ショッパーを利用した行動意欲促進

売場の様子や使用される販促品から、台湾ではお得感をアピールする方法が好まれることが分かった。お得感を出す方法としては主に割引法、おまけ法、コントラスト法(周りをより高額な商品で囲むことで目的の商品を安く演出する)、特

典法がある。晩白柚は高価なものであるため、フェアで取り扱う個数も少なく、割引法・おまけ法・コントラスト法は適さない。そのため、特典法を用いたショッパーの配布を行う予定である。ショッパーを配布することは、販売時の課題である持ち運びにくさを緩和できるほか、ショッパーのサブバッグとしての利用による継続した宣伝効果による認知度向上の点で効果が期待できる。

近年、台湾では廃棄物清除法の改正により厚さ0.06mm未満でPE、PP、PS、PVCを含むプラ製レジ袋の提供禁止と厚さ0.06mm以上でPE、PP、PS、PVCを含むプラ製レジ袋の顧客への無料提供が禁止されたことから、ショッパー作成時の素材への配慮も必要であり、今回はコットン素材を用いる。

デザインについて、台湾では漢字を用いる為、ショッパーのロゴにはひらがなとローマ字で「ばんぺいゆ: Banpeiyu」と表記することで日本の商品であることのアピールになる。また、晩白柚のイラストをメインに基隆フェアとの関連性を考慮して、台湾で人気のくまモンを用いることが有効だと考えられる。カラーリングは台湾で縁起の良い色とされている赤と黄をメインに用いる。台湾人が好むとされるデザインに寄せることで、ショッパーを継続的に使用してもらえよう促す。

4. 結論

台湾の基隆フェアにおいて、晩白柚を購入したいと思ってもらえるよう、3ステップのPR方法を考案した。まず、くまモンショーにて晩白柚を「黄色い大きなもの」としてアピールして注目を集める。次に晩白柚の紹介動画を鑑賞してもらうことで理解を深め、より関心を持ってもらう。最後にショッパーバックの配布により、行動に移す後押しとなる。また、継続的に利用してもらうことで長期的な宣伝効果になると考えられる。

5. 今後の課題と展望

研究に関する今後の課題として、ショーにおいてはくまモンショーの台本を完成させることで

ある。動画においては、内容ごとにチェック項目を製作したうえで、晩白柚のことを知らない人に見てもらい、情報が正確に伝わっているか評価を行う。ショッパーに関しては、具体的な価格の見積もりと、サブバッグとして利用してもらう為により台湾人受けするデザインについて考察していくことが挙げられる。

本研究の活動を通して、八代市役所やJA やつしろの方々をはじめ、様々な方々と接する機会があり、コミュニケーション能力向上に繋がったと考えられる。八代市に自らアポを取るなど、積極的な行動をとる必要があったため、身についた力は、社会人になっても生かすことができる。また、グループで活動したことにより、自分がすべき事柄への責任感を持つことができた。

謝 辞

末筆になりますが、本研究を進めるにあたり、ご協力いただいた八代市役所様およびJA やつしろ様へ心から感謝の気持ちと御礼を申し上げます。謝辞に代えさせていただきます。

引用文献

[1] 「くまもと県南フードバレー構想とは？」

<http://www.food-v.kumamoto.jp/q/aview/104/134.html>

2016.12.1 参照

[2] 「有限会社メディアグラフィックス研究所 HP」

[http://www.medi-graph.com/contents/essay/manual/004.](http://www.medi-graph.com/contents/essay/manual/004.html)

html 2016.12.1 参照

コミュニティチャンネルによる地域発見

武蔵校区夏祭りに見る地域継承と総合型地域スポーツクラブによる地域活性化

グループ名：情報デザイン研究室

メンバー：上田晃大 日野明 出田瑛喜 清原秀美

指導教官：総合管理学部 宮園博光

連携先：株式会社 J:COM 熊本

要 約

近年、地域における人と人との繋がりが希薄化しており、今後は少子高齢化により地域コミュニティの中には形骸化していくものが多いと考えられる。過疎地域においてその傾向は顕著であるが、人口の多い地域においても従来活発に活動を行ってきた組織が解散に追い込まれてしまうことが少なくない。様々な地域が抱える課題を映像化し、メディアを通じて発信することで、住民間での課題の共有・連携を促すことにつながる。これによる地域活性化を目的とし、加えて私達自身が取材を行う中で、地域発見を行うことを目的として本研究を行う。

キーワード：番組制作，地域発見，スポーツクラブ，夏祭り

1. はじめに

核家族化や都市化に伴い、地域における人と人との繋がり、地域コミュニティの希薄化が進んでいる。その一方地域で継続的且つ活発な活動を行う様々なコミュニティもある。それらを参考に、現在残る組織等は改善を、新たに設立を試みる人はそれを手本に取り組みが進められている。外部を巻き込んだ活動を行うことで影響は地域全体に及び、地域活性化に貢献している。取材を通し地域コミュニティが存続する要因・コミュニティが地域に与える影響を明らかにし、番組制作を行うことで視聴者が地域コミュニティを見つめ直す契機としたい。

2. 企画

番組制作を行うにあたり、地域性の高いテーマを取り上げることにした。熊本市北区の武蔵ヶ丘で毎年行われる武蔵校区夏祭り（以下、武蔵夏祭り）、熊本県内の各地域にある総合型地域スポーツクラブ（以下、総合型クラブ）との2つのコミュニティを対象に取材を行い、現状や

課題を把握しその背景や解決策を研究・考察していく。同時に、地域コミュニティの継承、クラブによる地域活性化を取り上げた番組を制作し、J:COM 熊本のコミュニティチャンネルで放送することで、地域コミュニティの発見および活性化を促す。番組制作を通して、地域のつながりを発見し、どのような番組を作ることによって人々の地域への関心を高めることができるかについて検討した。

3. 取材対象

3.1. 武蔵夏祭り

武蔵校区夏祭りは1977年に第1回が開催され、2016年で40回目の開催を迎える地域の夏祭りである。1970年代に住宅街が形成された武蔵ヶ丘は、商業施設の開店を皮切りにニュータウンとして急速に発展した。この時、新しく開校した小学校区内で何かイベントを開催しようと提案され、1977年8月に「武蔵校区第一回盆おどり大会」として開催されたのが武蔵校区夏祭りの始まりである。当初は商業施設

が祭りの会場として駐車場を貸し出し、開催資金の援助なども行っていた。しかし、業績の悪化により 2000 年代前半から援助が受けられなくなり、現在は資金の調達から祭りの運営、ステージ出演者までの全てが武蔵ヶ丘の住民により賄われている[1]。



写真 1 武蔵校区夏祭りの様子

3.2. 総合型クラブ

総合型クラブとは、平成 7 年に全国で奨励され、学校での部活動や企業での実業団、それまでの地域における単一種目のクラブ等が変わる新たな形態のクラブである。スポーツ振興、地域活性化などを目的とし、中学校区程度を単位として住民主体で組織運営が行われ、多世代を対象としている。受益者負担を原則とし、住民自らが指導者となり、住民が料金を負担してクラブに参加する。各地域の公園や体育館などを利用し活動が進められ、様々な地域のニーズ、競技レベルに応えられ、文化系のプログラムを含めて多様なプログラムを実施できるクラブが目指されている[2]。全国でクラブ数は増加し、平成 27 年で 3,328 団体に上るが、その一方で増加率は緩やかになっており、廃止に追い込まれるクラブが 86 団体、他総合型クラブと統合に至るクラブが 78 団体と運営状況は厳しいものである[3][4]。



写真 2 総合型クラブでの太極拳の様子

4. 取材結果

4.1. 武蔵夏祭り

取材メンバーの 1 人が既に運営に携っており、それをきっかけに 7 月 2 日から 8 月 20 日にかけて、祭りの準備段階から本番当日、反省会まで取材した。参加観察法を用いて全体会議やステージプログラムの練習、会場の設営などに実際に参加することで委員会の中に入ることができた。武蔵校区夏祭りの実行委員会(以下、委員会)には町内会長、議員、若者など立場や世代に関係なく校区内の様々な住民が携っており、一同に会する全体会議以外ではそれぞれ抽選会・ステージ司会・広報など役割分担した班に分かれ活動が進められていることが分かった。



写真 3 武蔵夏祭りの全体会議風景

課題として、地区の少子高齢化が顕著であり、祭りに参加する子供が減少していることが挙げられる。祭りの中で子供神輿や盆踊りが行われるが、世代間の価値観の違いから参加に対して消極的な姿勢がとられるようになっている。特に盆踊りに関し、祭りの初期から携わる住民がおり、若い世代との意見の対立が起こっていることが確認できた。委員会内でも高齢化が進んでおり、世代交代が難航していることが分かった。特にステージ司会班は放送部に所属する校区の中学生に毎年手伝ってもらっているものの、受験や進学等により数年にわたる継続には繋がらず、役職自体が非常に重要であることから大きな課題となっていた。しかし、今年から司会歴の長い司会者が祭りにおける司会進行のノウハウを指導するなど、次世代の担い手の育成に力を入れていた。祭り終了後に司会を担当した中学生が来年も継続したいという

意思表示をしており、世代交代の兆しを見ることができた。



写真 4 中学生の司会練習の様子

4.2. 総合型クラブ

昨年末から熊本市内の総合型クラブを中心に取材を行い、主にクラブマネージャーや指導者に対し、加えて一部の会員にインタビューを行った。インタビューの中で会員はプログラムにやりがい、楽しみを感じていると答えており、指導者も意欲的に指導に取り組んでいることが窺えた。総合型クラブは全国的に会員の確保・増大、財源の確保、指導者の確保・養成、事務局員の確保、会員の世代拡大などの課題を抱えている[5]が、熊本でも同様に会員・資金・人材に課題を抱えていることが分かった。熊本市内においては人口が多く、設立されるクラブも多くなるため、活動場所の確保も大きな課題となっている。地域の学校と連携し、体育館やグラウンドをうまく活動場所として利用したり、孤高の部活動の指導者(教員)に子供向けのプログラムをお願いし、その補助として高校生に協力してもらったりなどの取り組みが行われていた。太極拳などのそれほど広いスペースを必要としないプログラムについては公民館で行うことで対処し、他にはプロスポーツチームとタイアップしグラウンドを建設するクラブもあった。他のスポーツ団体と連携してイベントを実施し、地域との交流を活発にしているクラブも確認できた。課題解決を図る結果、地域との連携を深め、活性化にも貢献していることが分かった。設立の中核を担った人が高齢化し運営の継承も課題となっているが、クラブが活動を行う中で培われるネットワークを活用し

新たな人材を発掘しようとする動きがとられている。



写真 5 高校生を交えてのラグビー教室

5. 考察

5.1. 武蔵夏祭り

自治体や外部の人間ではなく、武蔵校区に暮らしている住民が「夏祭りを成功させる」という1つの目標に向かって団結することでコミュニティが形成されていると考察する。複数の班で役割を分け、住民同士が互いに協力して作業する仕組みが地域のつながりをより強固なものにしていると考えられる。また、全体会議では様々な世代や立場の人から各自の視点で祭りの改善点や不満点などが挙げられ、会議は毎回白熱していた。高年層から若年層まで全ての世代の人が自由に意見を出し合える環境が整っていることを窺い知ることが出来、時代や環境に応じて柔軟に変化できるような祭りの多様性維持、そして新たな若い世代への継承を考慮すると、このような環境づくりは祭りの存続・継承において非常に重要な要因となるのではないかと考える。



写真 6 多世代で会議に臨む様子

5.2. 総合型クラブ

全国的な流れと同じく熊本も厳しい運営状況に置かれている総合型クラブが多いが、クラブ継承への取り組み、地域と連携した取り組みなどに

よりクラブが存続していると考察する。会員は実施されるプログラムへの参加を通して、健康づくりや上達を目標に活動に取り組むが、それだけに留まらず、総合型クラブは人と人をつなげ、コミュニティの形成に一役買っていると言える。

6. 結論

6.1. 武蔵夏祭り

武蔵校区夏祭りは、外部の力に頼らず住民自身が祭りを作り上げており、お互いに協力し合う仕組み、そして世代や立場に関係なく意見を出し合える環境が整っている。これらの要素が祭りの存続・継承に大きくかかわっていると考察した。これを映像化し、メッセージとして分かりやすく伝えることで、視聴者が地域のイベント等に関わるきっかけとなり、地域コミュニティが存続・継承されることが期待される。

6.2. 総合型クラブ

住民自らがクラブを運営し地域に対する働きかけを行うことにより、人と人、コミュニティとコミュニティがつながり、地域活性化が起こっている。番組制作を通し、視聴者にスポーツ、総合型クラブが地域にどのような影響をもたらしているのかを明確に伝え、参画を促すことが出来れば、地域活性化が期待される。

7. 今後の課題と展望

現在視聴者に伝えるメッセージを考え、番組作成に取り組んでいる段階である。構成によっては随時追加取材を行う必要がある。取材で地域に入り込み、内情が分かるだけに感情移入をしまい、関係者だけが喜ぶだけの番組内容とならないよう、構成に注意した番組制作を進めていく必要がある。

取材活動の中で地域に入り込み、課題を発見し考察することで、主体的に行動し課題を解決する能力を身につけることが出来た。また数多くインタビューをする機会があり、コミュニケーションを如何に図り本音を引き出していくのかを学ぶことが出来た。番組制作の過程で地域を巻き込んで活動し、多種多様な考え方を受容する力、多角的に考察する力、考えを発信す

る力を会得することが出来たと考える。

謝辞

末筆になりますが、このたび番組制作にご協力いただきました株式会社 J:COM 熊本の牧様、ならびに取材にご協力いただいた武蔵ヶ丘地区町内会長甲斐様はじめ関係者の皆様、NPO 法人スポレク・エイト様をはじめ総合型クラブの関係者の皆様に心より感謝申し上げます。

参考文献

- [1] 熊本市立武蔵小学校 父母と教師の会『武蔵小学校 PTA 創立 10 周年 記念誌』(1988)
- [2] 谷塚哲, 『地域スポーツクラブのマネジメント』, カンゼン(2008)
- [3] 文部科学省, 平成 27 年度総合型地域スポーツクラブ育成状況,
http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/club/_icsFiles/afieldfile/2015/12/18/1365388_1.pdf(2016.12.2 参照)
- [4] 文部科学省, 総合型地域スポーツクラブ育成状況推移(平成 14 年~27 年),
http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/club/_icsFiles/afieldfile/2015/12/18/1365388_3.pdf
(2016.12.2 参照)
- [5] 山口泰雄, 『地域を変えた総合型地域スポーツクラブ』, 大修館書店(2006)

中山間地域における 6 次産業化推進について

グループ名：小菌ゼミ 6 次産業推進班

メンバー：島松香瑠 東桃香 岡崎由佳

指導教官：総合管理学部 小菌和剛

連携先：八代市役所 農林水産部フードバレー推進課

要 約

本研究では平成 27 年度に引き続き、八代市の中山間地域における二次産品の施策、流通経路の検討、評価などを行い、当該地域における二次産品の生産を通じた地域活性化について検証することを目的とする。特に二次産品として「ピザ」を中心とした産業振興について、リーフレットの活用や八代市で行われるイベントへの参加などのフィールドワーク、また様々な活動を通じて食文化としてのピザの実現可能性を探ることを平成 28 年度の年度目的として位置付ける。

キーワード：八代市, 二次産品, 中山間地域, 食文化

1. はじめに

八代地域は広大な干拓地による大規模農業のもと、様々な農産物を生産している。特に冬トマト、い草、晩白柚などの栽培が盛んで、生産量日本一を誇っている[1]。

一方、八代市の中山間地域では、少子高齢化の急速な進展により農業の後継者が減少し、その継承が難しくなっている。また、農業において一次産品による収入は、大規模化や兼業化しない限り決して高くないという点も後継者が育たない一因となっている。しかし、一次産品を加工した二次産品は、付加価値が加わることも相まって、収入の向上に有益な手段だと言える[2]。

そこで、本研究では八代市、特に中山間地域における実地調査を行い、二次産品生産の可能性について検証を行う。また実際の二次産品の試作、流通経路の検討、評価等を行い当該地域における二次産品の生産を通じた地域活性化の可能性について検討することを課題とする。

2. 方法

八代市と提携し、八代地域の農業や食に関する各種資料等を協力して頂くとともに、実際に二次産品をつくりその文化を八代市に定着させる。候補としてはピザを八代の食文化にする予定である。ピザは様々な特産品を内包でき、年代・性別関係なく受け入れられやすく、何より、他の地域で特産となっていないためである。

その手段としてリーフレットの発行とイベントへの参加を行う。リーフレットでは八代の農家や加工業者などに取材を行い、それらの食材を乗せたピザを作って取材内容と共に記事に載せる。二次産品の提案や地産地消のための情報発信を行うことが目的である。また、イベントでは八代で行われるものに積極的に参加することで住民への研究の周知やピザと住民を結びつけるというのが目的である。

この二つの方法を中心にピザを八代市の食文化にする研究を行う。

3. 活動実績

- 1/18 J A八代 晩白柚取材
- 2/8 八代飯店 中華ピザ試作
- 2/13 くまもと農業アカデミー参加
八代マルシェ キウイジャム取材
- 2/16 丸山教授取材
- 2/18 米粉マイスター中田さん取材
本田農園 トマト取材
- 3/20 ピザ窯お披露目会参加
県大食育イベント参加
- 3/27 やっちょろやっ隊取材
- 3/30 ピザ@フューチャーセッション参加
- 3/28 東陽町ペットボトルピザイベント開催
- 4/5 クミン カレーピザ試作
- 6/20 ワールドキャンパス参加
- 7/30 子どもペットボトルピザイベント開催
- 8/31 ちびっこ妙見祭打ち合わせ
- 9/8 妙見ピザ試作
- 10/19 しょうが祭り打ち合わせ
- 10/23 ちびっこ妙見祭参加
しょうが祭り参加
- 11/9 泉屋本舗取材
まちなか活性化協議会江崎さん取材

上記のイベントや取材活動をもとにリーフレットを作成した。リーフレットは4、5、6、7号を発行し、8号を作成中である。リーフレット6号の内容を図1に示す。



図1 リーフレット6号

また、これまで作成したリーフレットをベースに、学童向けに簡略化し分かりやすい言葉でまとめた八代食のパンフレットを作成した。

4. 結果

4.1 ペットボトルピザイベントの開催

3月と7月の2回、八代市東陽町において親子ペットボトルピザ作り教室を行った。電気やガスを使わずにペットボトルと段ボールで作ったオープンだけでピザを作った。身近な道具で簡単に作ることが出来るので、参加した子供たちや保護者の方々も非常に楽しんでいる様子だった。ペットボトルピザの作り方をまとめた資料も配布したところ、家でもやってみたいという声が多かった。3月に行った教室では、ふるさと食の名人の前田さんに生姜きんぴらの作り方を教えていただいた。子供たちはピザ作りだけではなく、生姜きんぴら作りの説明にも真剣に耳を傾けていて、地域の食と自然について学ぶ機会になったと考えられる。図2は、3月に行ったペットボトルピザ教室の様子である。



図2 ペットボトルピザ教室の様子

4.2 ちびっこ妙見祭

ちびっこ妙見祭は、八代市の伝統的な祭りである妙見祭の後継者育成を目的とした祭りである。今回はまちなか活性化協議会の方と連携し、ちびっこ妙見祭の中で、「妙見祭キャラクターピザ作り体験コーナー」を設けた。子供たちに妙見祭に登場する出し物を観察してもらい、それをピザで表現するという内容にした。

当日は午前の部と午後の部を合わせて定員を超える 50 名の参加者を集めることが出来た。事前に下絵を描いてきた子や、具材を持ち込んだ子などこのイベントに対する意識が高く、子供たちからはこんなに楽しい日があるなんて幸せだという感想を得た。保護者からは子どもと参加できる食のイベントがあってとても良いという意見も得た。ちびっこ妙見祭の様態を図 3 に示す。



図 3 ちびっこ妙見祭の様態

4.3 しょうが祭り

しょうが祭りは東陽町の特産品である生姜の収穫祭である。生姜をはじめ、八代を代表する農産物や加工品などを販売するブースの一角において、しょうがのきんぴらをトッピングに使ったしょうがピザを販売した。100 円で計 37 枚を販売した。約一時間半で完売した。後半の購入者の方で「ピザが美味しいと聞いて来た」と言われた方が 3 名いらっしゃった。購入者の方々にヒヤリング形式で感想を頂いたところ、生姜の風味が効いていて美味しいなどおおむね好評の評価を得た。また、ピザ釜の材料や作り方等ピザ釜自体に関する質問を多く受けた。しょうが祭りで販売したピザを図 4 に示す。



図 4 しょうが祭りピザ

4.4 八代食のパフレット

学童向けの食のパフレットは 4 ページ構成で作成した。1 ページ目を導入として八代市の地図を載せ、どの地域でどのような食材が生産されているのかを表した。2 ページ目以降で 1 ページ目に載せた食材について、農家の方の話やピザのレシピなどを詳しく紹介していく。今後八代市内の小学生を対象にアンケート形式で評価を収集する予定である。図 5 は実際に作成した食のパフレットの 1 ページ目である。



図 5 学童向け八代食のパフレット

5. 考察

リーフレットを八代市の農家や食品業者などに焦点を当て作成したことで、リーフレットが八代市の農業や食の魅力を、地域住民の方々に再認識してもらう情報ツールになった。

リーフレットの配布、八代市や地域の有志と共同での催しの開催などが、ピザ@やっしろプロジェクトの認知度の向上やピザの浸透につながったと考えられる。ペットボトルピザ教室、ちびっこ妙見祭におけるピザ作り体験会の開催は、特に若年層におけるピザの浸透に効果的であったと考える。

ピザ作りを体験できる点や、目の前で窯でピザを焼くというパフォーマンスはこれまでのイベントを通して好評であり、ピザ単体だけではなく自分で作るという体験も合わせて商品化する有効性を感じた。

本研究で活動を通してピザを八代市の食文化にするという実現可能性を探った。そして参

加したイベントなどを通して住民の反応や実際の意見を聞き、実現可能であるとわかった。

6. 今後の課題と展望

6.1 研究に関して

これまでの活動によって、八代市の方々がピザに触れる機会を多く設けてきたものの、現状として食文化としてピザが八代に根付くまでには至っていないことが課題である。また、これまで作成したピザの多くについて、流通経路の検討等、商品化に向けた具体的な動きを行うことが出来ていないことも課題である。

今後の展望として、まずはこれまでと同様にリーフレットの作成とピザを活用したイベント開催を継続していく。今期は小学生など若い世代に向けたイベントの開催を多く行ったため、今後は高齢者など他の世代を対象としたイベントの開催にも力を入れていきたいと考える。次に商品化に向けた取り組みとしては、これまで作成した八代の食材を活用したピザの試食会の開催を目指したいと考える。

このような動きの中でピザがより八代に浸透していき、地域住民の自発的なピザを取り入れた催しの開催の増加や、家庭の食卓に八代の食材を活用したピザが登場するようになることを期待する。そして八代市全体の経済効果が施され、八代市にピザという新しい食文化が定着することを期待する。

6.2 社会人基礎力に関して

社会人基礎力について向上した事柄をリテラシーとコンピテンシーから挙げる。

リテラシーの面では特に構想力が向上した。これは二次製品の周知のために何を行うべきか考えたことや、各イベントの企画や準備の行動計画を立てることで身についたと考える。

コンピテンシーの面では対人基礎力、対自己基礎力、対課題基礎力の中から一つずつ挙げる。

対人基礎力では、協働力が向上した。リーフレットの作成やイベントの開催時にメンバーで役割を振り分け、時には足りない部分を補い

合いながら活動を行って来たことから向上したと考える。しかし、他者の動機づけをするまでは出来ていないので、今後メンバー同士で相談し合う時間を設けるなど更なる向上を図りたい。

対自己基礎力では自信創出力が向上した。以前は取材の際に、自信がなく質問を数回しかすることが出来なかったが、取材を重ねるごとに自分の特徴や役割を認識し、聞きたい質問をすることができるようになった。今後も課題に挑戦する機会を設け、自信創出につなげたい。

対課題基礎力では実践力の向上を挙げる。イベントでは実行していくうちに当初の計画どおりに進まなかったり、予期せぬ事態が起きたりすることがあったが、その時々で周りの状況を踏まえ、臨機応変に対応することができるようになった。今後はなぜそういう事態が起きたかなどを検証し、次への改善をする力も養いたい。

謝辞

本研究を遂行するにあたり、ご協力頂いた八代市フードバレー推進課の皆様をはじめ、リーフレット作成への取材協力を頂いた皆様、イベントへのご協力を頂いた皆様に謝意を表す。

引用文献

- [1] 八代特産・名産品紹介 | 八代商工会議所
H28.11/20 参照
<http://8246cci.or.jp/tokusan/>
- [2] フードバレーやつしろ 本戦略構想
H28.11/20 参照
<http://www.city.yatsushiro.kumamoto.jp/r/w/u/wusQd2dr1Svvh7tE0fKrVTsB.pdf>

宇土市のジゾート（地蔵宇土）開発

RESAS に見るビッグデータの可能性と宇土市の「地方創生」へのデータ活用について

グループ名：Popper を愛する Pearson の子供たち

メンバー：澤田宗成 丸目梨七 岡本菜那 小川桃佳 田尻陽子 平井文浩

指導教官：総合管理学部 飯島賢志

連携先：宇土市役所 企画部企画課企画政策係

要 約

宇土市の地域資源を用いた地域創生案を提案する。提案では、神社や商店街と連携した政策や、冬の観光客数の減少を改善するイルミネーションの実施を盛り込んだ。近年、地蔵は若者の一部で静かなブームとなっているので、それを活用した提案をする。その創生案を実現するための予算については、ふるさと納税の活用を提案する。宇土市に近い人口規模の自治体で、どの返礼品が納税寄附金額に影響しているかを分析し、どのような返礼品を設定すれば予算を確保できるかを明らかにした。

キーワード：地域資源を用いた地域創生案，地蔵，イルミネーション，ふるさと納税

1. はじめに

宇土市は熊本市に隣接し JR 三角線などをはじめとした交通アクセスが充実しているまちである。「住みよさランキング 2015」においても熊本県内第 2 位、九州・沖縄ブロック第 7 位の高評価を受けている。しかし、宇土市周辺は観光資源が豊富であるためにその通り道になっているのが現状である。

そのため、まずは宇土市について知ってもらい、足を止めてもらう必要がある。特に、宇土市は 12 月の落ち込みが課題であるということが RESAS の目的地検索の推移から読み取れるため、その点も考慮して提案する。

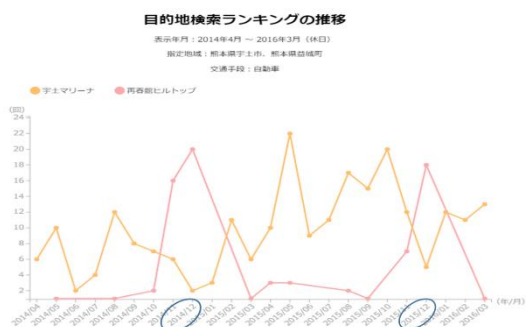


図 1 宇土マリーナと再春館ヒルトップの目的地検索の推移 RESAS より引用

2. 提案内容

① 12 月のイルミネーションの実施

冬の観光客数を伸ばすには、イルミネーションを導入すると良いのではないかと考え、実際に導入する効果があるのかを検証した。

② ジゾート（地蔵宇土）開発

“地蔵”という宇土市の地域資源を活用した、若者や子育て世代に「住んでみたい」と思わせる定住促進策を「ジゾート（地蔵宇土）開発」と名づけ、提案した。

③ 財源としての”ふるさと納税”

①②の導入を宇土市の財源だけで行うのは難しいと考え、一つの方法としてふるさと納税をうまく活用できないかと考えた。

3. 方法

① イルミネーション導入効果分析

江ノ島の藤沢市を例に取り上げた。藤沢市観光課・公益社団法人藤沢市観光協会のページより、観光客数統計のデータを参照し、藤沢市の

12月の観光入込客数(平成8年から平成26年)のデータをとった。

分析は、観光入込客数を従属変数とし、イルミネーションをはじめとして、観光入込客数に影響を与えると思われるイベントの発生を1、発生していないときを0としたダミー変数を独立変数とした回帰分析によって行なった。

表1 藤沢市の観光客数の記述統計量

独立変数	平均	最小	最大	標準偏差
観光客数	517564.1	202063	1131024	261620.6

② ジゾート(地蔵宇土)開発

宇土市最大のイベントは8月の地蔵まつりであり、地蔵とのゆかりが深い土地である。地蔵は「子どもを守る神」であり、宇土市の「子育て世代に支持される街にしたい」というコンセプトと一致している。そこで、地蔵と宇土を重ね、私たち独自の宇土市の地域創生案を「ジゾート(=地蔵宇土)開発」と命名した。

ちなみに、「ジゾート開発」には大規模リゾート開発とはまた違った、宇土市の地域資源を活かすという思いを込めている。ジゾート開発は主に、「地蔵のまち、宇土市」を広めるためのPR活動と若者の定住促進を図る政策を提言している。

③ 財源確保

1741の自治体から、信頼度95%で母比率の推定をするのに足りる315の自治体をサンプリングし、返礼品を品目別に分類したデータを作った。比較対照する自治体は、宇土市と人口が同規模以下の市町村(人口40,000人以下)に限定した。

返礼品を品目別に分類したデータは、「ふるさとチョイス」(<https://www.furusato-tax.jp>)に掲載されている全国の自治体のふるさと納税の返礼品を出典としており、牛肉・鶏肉・豚肉・その他(馬肉など)・肉加工品(ハンバーグ・ハ

ムなど)・米・酒(ワインも含む)・魚介・魚介加工品(干物・明太子)・果実・果実加工・お菓子・工芸品・野菜・野菜加工品に識別した。

315自治体に識別した品目が有るのか無いのかを入力し、どのような返礼品の品目が納税寄附金額の多寡に影響しているのかを統計分析フリーソフト「R」を用いて、重回帰分析によって導き出した。

表2 ふるさと納税品目の記述統計量

独立変数	平均	不偏標準偏差
牛肉	0.390	0.489
牛肉加工	0.184	0.388
鶏肉	0.044	0.206
鶏肉加工	0.070	0.255
豚肉	0.149	0.357
豚肉加工	0.203	0.403
米	0.505	0.501
魚介類	0.232	0.423
魚介類加工	0.305	0.461
酒	0.527	0.500
果物加工	0.298	0.458
野菜	0.410	0.493
野菜加工	0.283	0.451

4. 結果

① イルミネーション導入

藤沢市の12月の観光入込客数に有意だった変数は、イルミネーション(湘南の宝石)と新江ノ島水族館アクアリウムだという分析結果がでた。イルミネーションの導入は10%水準で有意に差があり、イルミネーションをしている場合は、していない場合より約18万2千人観光入込客数が多いと言える。

表3 イルミネーション効果の分析結果

独立変数	偏回帰係数
(intercept)	7818
(湘南の宝石)イルミ	182766 *
アクアリウム	281139 ***
有形文化財	16144
関東三大認定	147003
映画・ドラマ放映	106050
テラスモール	-31692
公園イルミ	-14340

R²:0.6405 Adj-R²:0.3889 *|p≤0.1、**|p≤0.05、***|p≤0.01

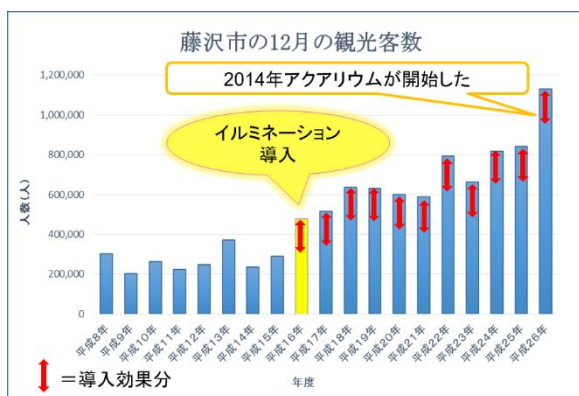


図 2 藤沢市の12月の観光客数の推移

② 財源確保

ふるさと納税の寄附金額の多寡に有意に影響しているのは、1%水準で鶏肉（生）、5%水準で酒類と野菜という結果が出た。つまり、鶏肉（生）がプラス 6 億 2,000 万円、酒類がプラス 9,800 万円、野菜がプラス 9,900 万円の効果があるということが分かった。

表 4 ふるさと納税の品目の分析結果

独立変数	偏回帰係数
(Intercept)	-18139
牛肉	28957
牛肉加工	101257
鶏肉	619469 ***
鶏肉加工	-13120
豚肉	-105994
豚肉加工	-14078
米	-69448
魚介類	25360
魚介類加工	-11097
酒	97699 *
果物加工	37049
野菜	99328 *
野菜加工	57510

R²: 0.2615 adj-R²: 0.1892 *はp≤0.1、**はp≤0.05、***はp≤0.01

5. 考 察

① イルミネーション

結果より、イルミネーション導入で12月の観光入込客数を伸ばすことが可能であると判断できる。

だが、都会と地方では人口も違い、また、イルミネーションの規模によっても来客数は変わるだろうと考えられるため、実際に熊本県の再

春館製菓所の来客数と規模がどのくらいであったのか電話調査を行った。再春館製菓所は去年、400万球のイルミネーションで34日間開催し、おおよそ14万人（一日当たりで計算すると、約4100人）の来客があった。このことから、熊本県で400万球の規模で行うと十分な来客数が見込めると考えられる。

② 財源確保

今、宇土市のお礼の品にない上記の3品目を追加することで、約8億1,700万円の寄附金額が見込めると言える。

6. 結 論

① イルミネーション導入

再春館製菓所の場合、消費電力の小さいLED（400万球・敷地面積30万㎡）で34日間延べ約11万円〔九電工調べ〕の電気料金と、設備投資約1,200万円〔再春館製菓所2010年の収支報告より〕で、イルミネーション総費用は約1,211万円である。同規模のイルミネーションを行うとしたら、ふるさと納税の寄附金額で賄えると言える。

② 財源確保

結果から、熊本県の地鶏である天草大王と宇土市の特産品であるトマト（UTOMATO）を返礼品として追加することや、トマト同様に特産品であるネーブルを使ったお酒を開発し、返礼品に追加することなどを宇土市に提案する。その上で、集まった寄付金を地蔵宇土開発とイルミネーションの実施に活用する。

7. 今後の課題と展望

【研究に関して】

イルミネーションに関しては、宇土市のどの場所にイルミネーションを導入すべきか、実際に宇土市の場合、どのくらいの規模でイルミネーションを導入するか調査を行いたい。

地蔵宇土開発についても、提案は以上のように行うが、宇土市の方が、より実行に移しやすい提案ができるよう努めたい。

【社会人基礎力に関して】

今回の研究で、宇土市の地域創生案を宇土市の方のご意見も伺いながら提案したことで、課題発見力・創造力を総合的に学ぶことができた。また、分析の結果を表にしてまとめたり、提案内容を明確にしたり、パワーポイントの色彩などに配慮したりするなど、私たちの提案がわかりやすく伝わるように心掛けてパワーポイントなどの資料を作成したことで、発信力も身についた。

謝 辞

この度、研究活動に協力して下さった宇土市役所企画部企画課企画政策係白井様、大久保様はじめ、携わっていただいたすべての皆様に感謝いたします。本当にありがとうございました。

引用文献

- ・ 白砂堤津耶,1998,『初歩からの計量経済学』,日本評論社
- ・ 明石輝久,2012,『宇土市西部地区活性化対策調査研究』2011年-2012年度宇土市西部地区活性化対策調査研究報告書,熊本県立大学
- ・ 内閣府,「RESAS 地域経済分析システム」,RESAS 地域経済分析システムホームページ,(<https://resas.go.jp/#/13/13101>)
- ・ 株式会社トラストバンク,2016,ふるさとチョイスとは」,(<https://www.furusato-tax.jp>)
- ・ 再春館製薬所,2016,再春館製薬所ホームページ,(<http://www.saishunkan.co.jp>)
- ・ 総務省,総務省ホームページ,(<http://www.soumu.go.jp/index.html>)

- ・ 総務省統計局,「e-Stat」,(<https://www.e-stat.go.jp>)
- ・ 毎日楽しい.com,2015,「イルミネーションアワード2015 総合エンターテインメント部門ベスト 10!!」,毎日を楽しむ生きるためのお役立ち情報発信基地,(<http://mainititanosii.com/424.html>)
- ・ MOTORENGINEER,「ValentineIslandEnoshima2009～湘南の宝石～」MOTORENGINEER ホームページ,(http://www.motoeng.jp/info/valentine_island_enoshima_2009.html)
- ・ 公益社団法人神奈川県観光協会,「かながわイルミネーション特集」,観光神奈川 NOW 神奈川県公式観光サイト,(http://www.kanagawa-kankou.or.jp/special/05/page2_3.php)
- ・ SHIZEN Gate,「テラスモール湘南イルミネーション」,子どもと100倍楽しむ自然の遊び場,(<http://www.shizengate.com/special/trasumallsyounan1.html>)
- ・ SHIZEN Gate,「辻堂海浜公園イルミネーション」,子どもと100倍楽しむ自然の遊び場,(<http://www.shizengate.com/special/tujidouirumi1.html>)
- ・ 江ノ島水族館,「江ノ島水族館ナイトワンダーアクアリウム 2016」,江ノ島水族館ホームページ,(<http://www.enosui.com/nwa/>)

災害時の熊本県（市）における 外国人のための日本語教育による支援

グループ名：KEQP-PUK（熊本地震プロジェクト）

メンバー：吉田直人 岩永小春 恐田真菜 中川路あい

指導教官：文学部 馬場良二

連携先：熊本市国際交流振興事業団、熊本大学大学院 HIGO プログラム、大阪大学未来共生イノベーション博士課程プログラム、横浜国立大学大学院都市イノベーション研究院、多文化共生リソースセンター東海

要 約

本研究では、熊本県在留外国人や訪日旅行者を対象に、災害時における日本語教育による支援を目的としたテキスト作成や地域の多文化共生社会構築を目指す。今年度は地震に関する調査を行い、その調査結果をもとにそれぞれが『熊本市における「生活者としての外国人」のための日本語テキスト-地震編-』『訪日外国人と日本人をつなぐ』『やさしい日本語で話せるようになる』『多文化共生社会構築』の4つのテーマで研究を行った。

キーワード：熊本地震、災害時におけるテキストの作成、外国人、やさしい日本語、地域とのつながり

1. はじめに

平成 28 年 4 月 14 日と 16 日、熊本で震度 7 の地震が発生し、大きな被害が生じた。日本人だけでなく、多くの熊本県在住外国人や訪日外国人も被災した。彼らの多くは、地震を経験したことがなく、災害時にすべきことがわからないために、多くのストレスや不安を抱えて過ごしていた。また、災害時は日本語での情報が多く、外国人被災者にとっては、理解できないものも多々あったということが問題にあがった。

これまで私たち日本語教育研究室では、平成 23 年から日本で暮らす在留外国人の方々、そして日本国籍で外国にルーツを持つ方々を「生活者としての外国人」と定義し、彼らが日々の生活の中で困難に感じる場面を調査してきた。調査内容からその場面に特化した日本語のテキスト（「災害時編」「行政編」「ムスリムの生活編」など 12 編）を作成してきたが、今回は

熊本地震を通して、より実用的なテキストが必要だと感じ、既存のテキストの見直しを行うこととした。また、観光面にも甚大な被害が生じたため、その被害の実態を把握し、課題を見つけることで、復興につなげるためのテキスト作成も行うこととした。一方、調査を進めていくうちに、情報弱者となった外国人の方々は、地域とのつながりが薄いということが分かった。日頃からのつながりを持つことが重要であると気づき、災害時に情報弱者をつくらぬ地域の構築を目標に研究を進めていくことにした。

2. 方法

4・5 月に会議を行い、これからの方向性、スケジュールの確認、現時点で希望するテーマの確認、アンケート内容の話し合いを行った。6・7 月には、実際に外国人向けのアンケート（紙媒体のアンケートは日本語、Google フォ

ームでのアンケートは英語)を行った。

また、7月からは災害時における外国人被災者の実態等を把握することを目的とし、共同調査を行うためのプロジェクト「熊本地震プロジェクト (KEQP : Kumamoto Earthquake Project)」が発足。熊本市国際交流振興事業団、熊本大学大学院、大阪大学、横浜国立大学大学院、多文化共生リソースセンター東海の方々と協力し、共同で8月17日から21日までインタビュー調査を行った。



図 1 熊本イスラミックセンターでのインタビュー調査

3. 結果

6・7月に行った外国人向けアンケート調査では、紙媒体のアンケートと Google フォームでのアンケートを合わせて 40 名程度 (計 18 カ国) のデータを収集した。質問項目は、個人情報、日本語の使用状況・学習状況、地震についての知識、熊本地震発生時 (発生後) の行動・状況、やさしい日本語についてである。アンケートの結果から、アンケートに回答した外国人に高齢者はほとんどおらず、主婦が多いこと (30代が半分以上)、過半数が中央区に住んでいることが分かった。

前震の際は家にいた方が多く、その後は 25% (10 名) が避難所に行ったようだ。しかし、そのまま家に残っていた方も 20% (8 名) と多い。一方、本震後は約 53% (22 名) が安全性や食料・水の供給を求めて避難所に避難している。避難場所としては熊本大学が多い。ま

た車内で過ごした方も前震後より本震後は 2 倍に増えている。地震発生時 (後) 日本人からしてもらったこととして、食べ物してもらった、避難所の場所を教えてもらったなどがあった。また、ほしい情報内容としては、安全な場所、避難場所、母語での情報提供などがある。

このようなアンケート調査から、実際に熊本地震で被災した外国人の、地震発生後の行動や被災状況、災害時における熊本県在住外国人のニーズを知ることができた。また、調査結果からそれぞれの研究テーマが明確になり、『日本語学習者・指導者に向けてのやさしい日本語のテキスト作成』『観光地におけるやさしい日本語のテキスト作成』『熊本市における「生活者としての外国人」のための日本語テキスト—地震編—』『地域の多文化共生・コミュニティづくり』を目標に、研究を進めていくことになった。そして、8月からの集中調査ではそれぞれの研究テーマに基づいたインタビュー調査を行った。

8/17日から21日までのスケジュール

日付	調査対象
8/1 (水)	くらしのにはんごクラブ、ディスカバリーくまもと
8/18 (木)	阿蘇火山博物館、阿蘇振興局、道の駅阿蘇
8/19 (金)	熊本イスラミックセンター
8/20 (土)	益城町
8/21 (日)	フィリピン人会

4. 考察

インタビュー調査で感じたことをそれぞれの観点からまとめる。

【既存テキストの見直し】

今回の調査で、今までの日本語テキストが熊本市在住外国人に周知されていないことと、地震発生時に何をすべきかわからない外国人が多いということがわかった。2011年には災害に関する日本語テキスト『緊急時編』が作成されたが、授業で使うテキストのため、授業以外で使用されなければ使う機会もない。そのため、

外国人により実用的なテキストとなるよう、授業の際だけでなく、普段も使えるマニュアルのようなテキストを作っていきたい。

【観光復興】

観光業界や観光ボランティアにインタビューを行った結果、それぞれに訪れる観光客の国別の割合や取り組みが異なっていることが分かった。それぞれのニーズに合わせて今後も取り組みを行うことが大切だ。また多言語化の情報発信・提供は進んでいたが、災害時（地震）の情報提供は行っていなかった。熊本地震の経験を生かし、今後につなげることが必要となる。追加調査では、実際に留学生向けのツアーに参加し、各観光地の方々の熱いおもてなし精神を感じた。より多くの外国人観光客に対し、日本人のおもてなし精神を感じることでできる取り組みを行うことが、観光面の復興への第一歩となると考える。

【やさしい日本語】

調査前は、日本語の言い換えで意思疎通や避難誘導をすることが最重要と考えていたが、アンケートやインタビューの結果から、外国人が母語での情報提供を望んでいることが分かった。また、インタビュー調査では日本語の言い換えを含め、「やさしい日本語」の運用の難しさが感じられた。「やさしい日本語」はそれ単体での運用を検討するよりも、多言語化した情報と共に、それを補う形を検討すべきだと感じた。（多言語化できない言語に対して「やさしい日本語」で発信すべき。）

【多文化共生・コミュニティ】

今回地震に関する調査を行い、熊本に在住している外国人の方々と、地域の人々との「つながり」が薄いということに気が付いた。日本語の能力に関係なく、地震の際に地域とのつながりがあった方々は、避難所の場所や炊き出しの情報など、避難生活を送るために必要な情報を、迅速に手に入れることができていた。つまり、緊急時にこそ、「地域の人々とのつながりが重要である」のだと考えた。



図 2 KEQP 共同調査報告会

5. 結論

調査の結果を踏まえ、今年度は『地震編』『観光復興編』『やさしい日本語の使い方(手引き)』のテキストを開発する。また、『地域の多文化共生・コミュニティづくり』を目標とした方法の提案を行う。

・『地震編』

2011年に作成された『緊急時編』の地震に関する部分を見直し、新たに地震に関するテキストを作成する。地震のメカニズムや熊本県で想定される地震について扱う「地震とは」、震度とマグニチュードの意味の違いや震度表について扱う「震度とマグニチュード」、自宅・外出先で地震が発生した場合、すべき行動について扱う「地震発生時・発生後にすること」、地震への備えや災害に関する日本語について扱う「地震が起きる前にすること」の4課を作成する。

・『観光復興編』

現地の人（日本人）と訪日外国人をつなげるための方法としてホームステイを取り上げる。実際にホームステイ受け入れ経験のある日本人、ホームステイ経験者・未経験である外国人にインタビュー調査を行った。日本人、訪日外国人相互にとってのコミュニケーションツールとして「やさしい日本語」を取り上げ、ホームステイのテキスト作成を行う。また、ホームステイの際に阿蘇を観光してもらうために、プランや情報源を記載する。「やさしい日本語」

を通して、異文化交流・理解が深まると共に、日本人と外国人のつながりが生まれ、また来たいと思ってもらえることに繋がるようなテキスト作成を目指す。

・『やさしい日本語の使い方』

外国人の母語を話すことのできない日本人ボランティアや、地域の一般の日本人住民が「やさしい日本語」での会話を意識することで外国人に対しての交流の促進を図るべきである。日本人と外国人で特定の物や概念(例えば、看板や地図記号など)をやさしい日本語化し、やさしい日本語化の練習ができるようなテキスト作成を行う。やさしい日本語化するものは地震や災害に関わるものとする。

・『地域の多文化共生・コミュニティづくり』

熊本県に在住する外国人と、その地域に住む人々とのつながりをつくる必要がある。その為に、外国人が参加したいと思える地域のイベントや、地域で行う日本語教室を開催することが、解決方法の一つとして挙げられる。宣伝の方法としては、災害時にそれぞれの外国人のコミュニティで、どのように情報が回ったかを調査し、そのツールを使って、イベントや日本語教室の情報を流すという方法があると考えている。

6. 今後の課題と展望

今後の活動として、①作成したテキストの試用、②試用をもとにしたテキストの加筆修正③各外国人コミュニティの代表者に連絡を取り、熊本地震の際のそれぞれの連絡ツールについて調査、これら3つを予定している。完成したテキストは国際交流会館のHPに掲載し、誰でも使用できるようにする。

本研究を進めていく中で、私たちは様々な活動を通して社会人基礎力を養うことができた。例えば外国人や日本語支援者に対してアンケートやインタビューで調査を行ったり、調査のためのアポイントを取ったりすることで「コミュニケーション力」が培われた。また、その結果を分析し、それをもとにテキストを作成することで「問題分析・解決力」も身についた。今

回の公開審査会で成果を発表することで「プレゼンテーション力」にも磨きをかけることができたように思う。これらの力は社会に出てからも非常に重要なものであるため、今後も残りの活動を通して更に高めていきたい。また、熊本地震の調査を通して、外国人だけでなく熊本がより良くなるように考えることができた。

謝辞

本研究を行う際、熊本市国際交流振興事業団の八木浩光様をはじめ多くの方々にご協力いただきました。お忙しい中何度も会議や調査に参加して貴重なご意見をくださった、八木様、そして KEQP の皆様、調査協力をお願いを快く受けて下さった調査先の皆様にこの場を借りて心から御礼申し上げます。

引用文献

- ・ 熊本市国際交流振興事業団 HP
<http://www.kumamoto-if.or.jp/default.asp>
- ・ 熊本市国際交流振興事業団 生活日本語教室 (学習テキスト)
<http://www.kumamoto-if.or.jp/education/home.html>