

学生活動サポート奨励金とその報告

法政大学, キャリアデザイン学部学生サポート委員会

(出版者 / Publisher)

法政大学キャリアデザイン学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

生涯学習とキャリアデザイン / 生涯学習とキャリアデザイン

(巻 / Volume)

13

(号 / Number)

2

(開始ページ / Start Page)

135

(終了ページ / End Page)

185

(発行年 / Year)

2016-03

学生活動サポート奨励金とその報告

法政大学キャリアデザイン学部学生サポート委員会

学生活動サポート奨励金制度は、学生の自主的活動の促進を目的として設けられている制度である。2015年度には、14団体（申請時には15団体であったがうち1団体は諸事情により辞退したため）が奨励金助成を受け、各団体とも独自の意義ある自主的活動を展開した。その活動報告をここに掲載する。各団体のメンバーは、それぞれの活動を通して、一定の成長を遂げたのではないかと思う。そうした成長には、①知らなかったことを知るようになった、見えていなかったことが見えるようになったという成長、②知っていることでも、その知っていることに対する見方や意味づけが変わっていくという成長の2パターンがある。各自、参加した活動の経験を通して自らがいかに成長したかを内省しつつ、今年度の活動の成果と残された課題に関してメンバー間で議論し合い、認識を共有して行ってほしい。次年度は、応募の枠組み等に若干の変更が予定されているが、多くの団体からの積極的な応募が引き続きあることを期待する。なお、本奨励金は、法政大学キャリアデザイン学会から支出されている。記して感謝申し上げます。

（文責：遠藤 野ゆり）

千代田学

代表者：酒井ゼミ 3年 菊地麻佑

1 実施概要

《企画の詳細》

【実施概要】

千代田学プロジェクトは企画当初、高校生キャリア教育と絡めて千代田区の定住化を図る取り組みを行おうとしていたが、連携できる高校を見つけることができなかったため、場所を文京区に移しての実施となった。

文京区千駄木にて古民家飲食店の空き時間を活用し、高校生キャリア教育をテーマとしたカフェ事業を展開した。地元の不動産会社（株式会社尚建 徳山明社長）に受け皿として事業立ち上げを依頼し、インターンシップという形をとって企画・立ち上げ・運営を行った。

【企画内容】

「空き家の活用×高校生キャリア教育」をテーマにしたビジネスとして、カフェの運営と高校連携に並行して取り組んだ。

「カフェ運営」

飲食店のランチ営業とディナー営業の間の空き時間を借り、毎週火曜日～金曜日の4日間実際にカフェとして営業した。

不動産関係者との対話を重ねて空き家を使ったビジネスのアイデアを具現化し、事業内容をカフェに決定。実施場所として空き家を探していたが、自分たちで恒常的にスペースを管理することはハードルが高いため、既存の飲食店を時間借りしての開

業に落ち着いた。

収支計画を立て、DIY講座による資金集めなどの準備段階を経た後、開業に踏み切った。メニュー考案、マニュアル・チラシ・看板などの作成、仕入れから接客に至るまで一連の工程をゼミ生自身で行い、僅かではあるが売上をあげることができた。立ち上げ時は、年度をまたぎ継続的に行う予定であったが、人材確保の困難および収益性の低さにより持続困難と判断したため3ヶ月での打ち切りという決断に至った。

「高校連携」

高校生をインターンシップとして受け入れ、キャリア教育の場として展開すべく高校との連携を進めた。

当初の計画としては高校生2～3名のスタッフと監督役のゼミ生1名での営業を目指しており、更に、週4日ある営業日のうち1日を高校生がキャリアについて考えるためのトークイベントを開催する予定であった。東京都立千早高校の親泊寛崇教諭と打ち合わせを重ね、1月から徐々に連携を進める方向で話が進んでいたが、事業の継続困難のため実現には至らず終わった。

《活動日程》

【顔合わせ】

「場所」文京区千駄木（株）尚建本社

「日程」2015年6月18日

「内容」現地視察、徳山明社長と顔合わせ、企画提案

【懇親会】

「場所」文京区千駄木（徳山明社長 他9名）

「日程」2015年6月29日

「内容」不動産関係者への企画提案、フィードバック、事業実現に向けた話し合い

「内容」第1回：顔合わせ、企画プレゼン、高校との仲介を依頼、アドバイスをもらう

第2回：高校連携に関する提案、実現可能性の有無の判断を仰ぐ、意見をもらう

第3回：再提案、連携確定、日程調整

【事前打ち合わせ】

「場所」文京区千駄木（株）尚建本社（徳山明社長）

「日程」第1回：2015年7月2日

第2回：2015年7月16日

第3回：2015年7月19日

第4回：2015年9月13日

第5回：2015年9月28日

「内容」第1回：事業内容とコンセプトの決定、事業実施場所について

第2回：事業計画の詳細、運営方法、フローチャートに関して

第3回：

第4回：オープンに向けた詳細の打ち合わせ（資金管理、収支、家賃）

第5回：最終打ち合わせ（物品、オペレーション、オープン当日の流れ）

【イベント】

「場所」文京区千駄木 古民家飲食店 Okaeri

「日程」2015年9月23日

「内容」DIY 講座として本棚の取り付け作業を実施（徴収した参加費は資本に）

【実営業】

「場所」文京区千駄木 古民家飲食店 Okaeri

「日程」2015年9月30日～2015年12月17日（毎週火曜日～金曜日）

[9月] 30日

[10月] 1, 2, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 16, 20, 21, 22, 23, 27, 28, 30日

[11月] 4, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 17, 18, 19, 20, 24, 25, 26, 27日

[12月] 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 15, 17日

「内容」カフェ営業（飲食物の提供、接客、チラシの配布など）

【現地調査】

「場所」文京区千駄木 古民家飲食店 Okaeri（濱彰子さん、徳山明社長）

「日程」2015年8月6日

「内容」オーナーとの顔合わせ、企画説明、店舗視察

【打ち合わせ】

「場所」文京区千駄木 株式会社尚建本社（徳山明社長）

「日程」第1回：2015年10月17日

第2回：2015年11月4日

第3回：2015年11月13日

第4回：2015年12月7日

「内容」第1回：方向正確、ビジネスフロー修正

第2回：オペレーション確認

第3回：営業報告、今後の方針

第4回：打切り決定、支払いに関しての話し合い、反省、報告

【打ち合わせ（高校連携）】

「場所」文京区水道橋 東京都教職員研修センター（小塩明伸教諭、親泊教諭）

「日程」第1回：2015年7月12日

第2回：2015年9月27日

第3回：2015年11月20日

2 結果・意義・所見

【プロジェクト結果】

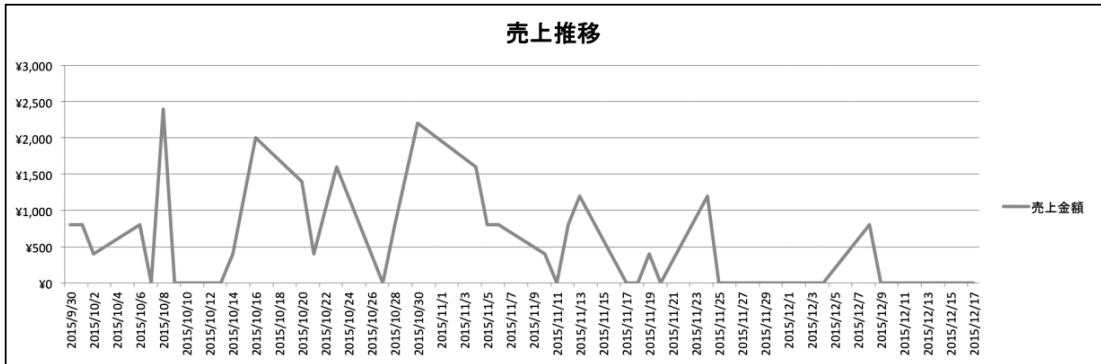
- ・ 総営業日数は41日、ひと月の営業日は平均14日であった
- ・ 約3ヶ月間の売上は以下の通りである

売上総額	月間売上	日割売上	客単価
¥22,200	¥10,149	¥634	¥435

- ・ 営業期間の来客数

男累計	女累計	総累計
27人	26人	53人
50.9%	49.1%	100.0%

- ・ 売上の推移は以下の通りである。



- ・ 10月16日 文京経済新聞 (webメディア) に掲載
- ・ 高校との連携は12月から段階を追って進めていく予定であったが、カフェ自体の運営を打ち切ったため未達成

【反省点】

- ・ 組織内の役割提示が甘く、後半の運営が惰性的になってしまった
- ・ 集客率を上げるための長期的な取り組みが不足していた
- ・ 人が入れ替わっていたため、曜日間の連携がうまくいかなかった
- ・ 報告・連絡・相談の重要性に対する共通認識が甘かった
- ・ モチベーションを維持するインセンティブが不足していた
- ・ 開業前の事業計画の実現可能性が薄かった
- ・ 事前準備の不足による混乱が多く生じた

【事業の失敗要因及び具体的な解決策】

① 準備不足

事業内容の確定からオープンまでの期間が極めて短く、物品面・組織面ともに準備不足であった。現地のリサーチ等も無く場当たり的にオープンしてしまったことは、事業失敗の大きな要因であったように思われる。

《解決策》

- ・ 場所探しや事業計画と並行し、基本的な調査（通行量・統計・居住者…）を実施する
- ・ 準備段階からチーム分けを行い、役割を明確にするとともに、組織運営の練習として準備期間を活用する
- ・ 参考にできる例を見つけておけば何を準備すれば良いかをもっと具体的に考えることができたように思う

②立地

道路から店舗が見えず認知されづらいことに加え、駅から離れた人通りが少ない路地にあるためピラ配りを集客につなげることが困難であった。Okaeri 本体も集客に苦勞していることから、立地も要因の1つとしてあげられると言える。

《解決策》

- ・ 立地のマイナス面を逆手にとって、隠れ家的要素を強みとしたPRを行う
- ・ 周辺家庭へのポスティング等、土地勘のある層へのアプローチ

③組織体制

曜日ごとにメンバーが入れ替わっていたため、反省を生かしたり、顧客の要望を受けて何かを改善したりすることに時間を要した。また、連絡ノートやフェイスブックで共有した情報を、当事者意識を持って把握する体制になっていなかった。12/25に事業部制を導入し役割を明確にしたが、初期段階でこれを行わなければいけなかったと思われる。

《解決策》

- ・ 開業前の段階で組織構成をある程度固めて役割を明示しておく
- ・ 報告、連絡、相談など、基本事項の共通認識をマニュアル化し徹底する
- ・ 情報共有の意義を一人ひとりが理解する

④コンセプトのブレ

初期段階でのターゲットは学生であったが、高齢者や中年主婦・子連れなどが多い店舗周囲の環境にアプローチの仕方がそぐわなかった。学生向けのカフェから、地域の社交場＋キャリア教育というテーマに変更したが、統率がとれず、方向性を全体で共通認識することができなかった。また、企画実施直前のリーダー変更による引き継ぎの不十分さもコンセプトのブレを生じさ

せる一因となった。

《解決策》

- ・ 方針の変更を決定した段階で今後の事業計画の見直しを行い、具体化して全体で共有する

⑤ステークホルダーとの関係性

今回は、外部者に受け皿となってもらうことにより事業を展開したが、それによる問題が存続の可否を決める際に大きく関係した。外部からの過剰な干渉や、責任の所在が不明瞭であったこと、更に、関係性に対する認識のズレ等も事業打ち切りの際の争点となった。

《解決策》

- ・ あらかじめ干渉の範囲や責任の所在を文書化し、契約を結ぶ
- ・ 連携を密にし、活動の可視化を行うことでステークホルダーの理解を得る
- ・ 開業前にフローを完成させ、合意を済ませておく

【論文への展開】

①問題提起

空き家への問題意識 + 高校生キャリア教育の必要性

↓

②調査・分析

2つの問題を取り巻く環境に関して

↓

③解決策の提示

空き家を利用したカフェでキャリア教育の実践

↓

④調査

この部分の不足と改善策を提示

↓

⑤実践

本プロジェクトの実践内容を記述

↓

⑥分析

- ・ 調査が欠落していたことが大きな失敗要因であった
- ・ コンセプトのズレがあった
- ・ ステークホルダーとの関係性が明確でなかった
- ・ 立地が悪かった

- ・ 組織内のシステムに問題があった
- ・ 準備期間足りなかった

↓

⑦改善点

同じ内容で再び経営を行う場合の解決策及び展開を述べる

鉄道資源と商店街の活性化について

地域資源を活用した地域活性化の事例についての調査

代表者：金山ゼミ 3年 吉村友宏

1 実施概要

私たちは今回、「まちづくりを成功させるためには一体どうすればよいのか」という問題意識をもとに、地域資源である「鉄道」を利用することによって、過疎化してしまったまちを活性化させる活動を行っている新潟県新潟市秋葉区新津に訪れ、現地調査を行うことを企画した。

数ある地域の中でも今回の調査地に新津を選んだ理由は、地元の鉄道資料館と商店街が連携して活発な活動を行う等、過疎化が進んでいた地域を住民や行政が協力して「鉄道資源」という強みを最大限に生かすつ、まちの再建に向けた取り組みをしていることが顕著に見られたからである。事前調査を行い、比較検討やまちづくり事例の参考とするために隣接する旧小須戸町（現秋葉区）でのヒアリング調査も必要と考え、調査を行うこととした。

現地調査を通し、新津が鉄道という地域資源を利用してどのようにまちの活性化を図っているのか現状を知ること、そして鉄道資料館がリニューアルされたことにより商店街にどのような波及効果を与えたのか現状を知ることが今回の目的である。

まちづくりの現状と市民や行政の連携について、主に8施設、団体、店舗を対象にヒアリング調査を行った。また新津、小須戸でのフィールドワークを行い調査書にまとめた。対象施設は、秋葉区役所、中央商店街、駅前商店街、新光商店街、小須戸町

家ギャラリー薩摩屋、新津鉄道資料館、村木呉服店、奥村薬局である。

日程 2015年5月1日～5月3日

- ・ 秋葉区新津での現地調査
- ・ 秋葉区役所へのヒアリング調査
- ・ 秋葉区小須戸への現地調査
- ・ 小須戸町家ギャラリーへのヒアリング調査
- ・ 商店街SLグッズ販売店へのヒアリング調査
- ・ 新津鉄道資料館の現地調査及びヒアリング調査
- ・ 村木呉服店、奥村薬局へのヒアリング調査

5月1日

- 中央商店街、駅前商店街、新光商店街：
現地調査
- 秋葉区役所：産業振興課担当職員ヒアリング調査
- ：秋葉区区長ヒアリング調査

5月2日

- 小須戸町家ギャラリー薩摩屋：現地調査
- ：職員ヒアリング調査
- 中央商店街、駅前商店街、新光商店街：
SLグッズ販売店ヒアリング調査
- 新津鉄道資料館：現地調査
- ：副館長ヒアリング調査

5月3日

- 村木呉服店：店長ヒアリング調査
- 奥村薬局：店長ヒアリング調査

調査担当

代表 吉村友宏

会計 桐畑誠也、小菅 葵

記録・インタビュー 吉村友宏
上木貴之
野村龍星
新田純也
福田真也
桐畑誠也
前田早彩
沼尻真実
米持のはな
小菅葵

報告書作成

日程 2015年1月15日

- ・ 報告書の印刷、製本 担当：全員
調査を踏まえ現状と評価、それを受けてのSWOT分析を行い、報告書としてまとめた。調査報告書の印刷、製本を行った。

その他

- ・ 現地調査までに、新潟県新津市秋葉区新津のあゆみ、新津鉄道資料館、商店街の事情について事前調査を行った。
- ・ 報告書の制作までに、新潟県新津市秋葉区新津の活動の文献調査、鉄道資料館の活動の新聞記事の調査を行った。

2 調査

事前調査でわかった評価をもとに、現地でのフィールドワーク、ヒアリング調査を行った。秋葉区役所、小須戸町家ギャラリー薩摩屋、中央・駅前・新光商店街、新津鉄道資料館へは、それぞれの立場の視点から見たまちづくりに関して、活動内容とともにヒアリング調査を行った。資料館では特にリニューアル後の変化と商店街との連携を中心にヒアリングを行った。村木呉服店、

奥村薬局では、まちづくりのキーマンとしての視点からまちづくりの捉え方や活動の内容に関してヒアリング調査を行った。

調査から、行政、商店街（市民）、新津鉄道資料館（団体）におけるそれぞれの連携のあり方や、まちづくりの視点と活動内容について知ることができた。このことから新津における現状分析と評価を行った。これらをもとにSWOT分析を行い、今後も新津の「鉄道」という地域資源を活用したまちづくりを活発に行っていくための方法について考察し、報告書にまとめた。

以下は報告書の評価とクロスSWOT分析、まとめの抜粋である。

(1) 商店街

① 評価

もともと新津というまちに鉄道という地域資源が存在していたために、鉄道によるまちづくりを行うための空間や土台はできている印象を受けた。店のシャッターに鉄道の絵が描かれているシャッターアートのみならず店先に鉄道関連のグッズや新津のメインキャラクターである「きてきち」が商店街の鉄道グッズ販売店に存在しており、商店街としては鉄道というものがテーマとなっていることが感じられた。鉄道グッズの販売数も増加し、新しい鉄道グッズを開発し販売しようと試みているお店もあり、今後も商店街が盛り上がっていくと考えられる。

しかし、商店街を目的に訪れている人はあまりいないように見えた。新津の特色を存分に生かした魅力あるグッズが多々存在しているにも関わらず、こういった状況では非常にもったいない。したがって情報発信の方法を見直すとともに、さらに発信していくべきである。

この新津商店街は経済産業省が選ぶがんばる商店街30選に選ばれたことから、客観

的に見ても魅力的で活動に意欲的な商店街であると言える。「鉄道」という一つのテーマをもって文化施設とまちの商店街が協力して地域を盛り上げていく試みは新津の町ならでは、多くの人々に興味を持ってもらいやすい。発信する情報を増やし、具体的な内容をさらに発信していくことによって人々が興味を持ってくれ、また足を運んでみたいと感じてくれることが、これからの商店街の更なる発展につながるのではないかと考える。実際に商店街の人に話を聞くことが出来たが、商店街の活動について、積極的な人だけでなく乗り気ではない人もおり、まだ意識を統一しきれていない。それでも活動に積極的な人々には「鉄道によるまちづくり」という共通認識が存在していた。そして現状に満足することなく、次々と新しい試みに挑戦していく姿に、これからの新津の更なる発展の可能性を感じた。

②商店街のクロス SWOT 分析による提言

・強み×機会

観光産業が盛り上がる中で、新津にはまちづくりに協力的な人が多い。その人たちが活躍できる場として、地元住民がガイドとなってまち歩きを企画する。新津は自然あふれるところなので、グリーンツーリズムを絡める。ふるさと納税による返礼品が注目されているため、新津の鉄道グッズを絡めることで新津の認知度を上げる。SNSを活用し北陸にける「鉄道のまち」をアピールしていく。

・強み×脅威

大宮との提携を図ることで資料の充実などを図り、北陸での鉄道のまちとしての存在を確固たるものにする。また、鉄道ファンをターゲットとし、住みたいと思えるような環境整備とサービス(特典)を考える。

・弱み×機会

SNSを積極的に活用して認知度の向上を

図る。また行政がまちづくりに協力的であるため、資金調達を仰ぐことでさらに大規模な計画や宣伝の強化につなげる。暮らしに根差した情報を商店街のホームページに載せることで住みやすいイメージ戦略を図り居住者の増加につなげる。

・弱み×脅威

鉄道好きな家族が「住みたい」と思えるような環境整備を図る。空き家を貸す、売る、宿泊地などにするなどの観点からも考えてみる。宿泊地が少なく、施設としても十分に快適なものが少ないため、資金に応じた新たな宿泊地建設計画をたてる。

(2) 鉄道資料館

①評価

リニューアルを経て、新津鉄道資料館の来館者数は約3万人伸びた。リニューアル後は、実際に使用されていた車両・部品・道具などの展示品が多くなった。地元の鉄道OBが多く資料を提供していることで地元との繋がりが強い資料館となっている。リニューアルにより内装が以前より綺麗になり、休憩所も設置された。

一方で、鉄道グッズやお土産が少なく販売のスペースも狭いという課題がある。駅から資料館の距離が離れているため、アクセスに不便さもある。資料館の近くで食事をとるのが難しいことなどまだ改善の余地がありそうだ。また資料館が現在考えているという新たな実車の購入も資料館の今後とそれにとまなう地域の発展に関わるであろう。また、小中学生が土日入館無料といった料金設定を行い、学校の社会科見学で資料館を訪れたり、資料館の職員が学校を訪問したりと小中学校との連携、地元との繋がりも大事にしている。鉄道でまちをアピールしたい資料館が街の代表ともいえる商店街と連携を図っていることはよい傾向である。少し勿体なく感じたのは資料館展示に

においてパンダグラフや標識など館内に入らないものが外にたくさん立っているのにそこに案内がなかったことだ。実車展示の裏、資料館の裏にあるので見落とす来館者は多いのではないのかと感じた。

この資料館には国鉄OBが資料提供にとどまらず、資料館のスタッフとして雇われる。そのため、鉄道に関するマニアックな質問にまで対応できる上に人件費削減という工夫がされている。走行会等のイベントを催すことで地元の人との交流が図れている。地域に根ざした資料館づくりができていないのではないだろうか。新たな実車の導入は再びの来館者を呼び込みに繋がるかもしれないが、資金もかかるためそこが課題となる。

②鉄道資料館のクロスSWOT分析による提言

・強み×機会

SNSを利用し、より多くの人（海外の観光客などにも）に知ってもらうような機会、環境づくりを行う。市や区のサポートを得て、北陸においての「鉄道のまち」（関東の大宮のような）というイメージを定着させる。鉄道好きなタレントとのコラボグッズを開発し、鉄道ファン層以外を巻き込む。

・弱み×機会

鉄道に興味のない人にも興味を持ってもらえるようにSNSを利用して魅力を伝える。外国人向けの説明を今以上に増やすことで外国人旅行客が楽しみやすい環境を整え集客率アップを狙う。旧国鉄OBの知識を受け継ぐ人材育成をすることで人員問題の解決を図る。新津車両製作所と連携し、工場見学や体験型イベントを充実させる。連携が出来れば鉄道グッズの著作権問題も解決す

るかもしれない。

・弱み×脅威

館内に飲食スペース（商店街の鉄道メニューが食べられる）を設けることで、商店街との連携と来館者の長期滞在につながる。また、一度に様々な客層を呼び込むのは困難なので、順を追ってターゲット層を絞る必要がある。それに伴う広報戦略も考えていく必要がある。

・強み×脅威

大宮の鉄道博物館と連携することで資料提供やイベントの企画を行う。近くの観光地（商店街）と連携する。その他に駅前から出ている無料シャトルバスを新津の観光スポットを巡る巡回バスにすることで、地域全体の消費を促す。

(3) まとめ

私たちは今回鉄道資料館を中心としたまちづくりの現状を知るために現地を訪れたが、区役所と商店街、資料館が一体となってまちづくりに対する熱い思いを持ち活動していることが分かった。今回の調査では特に、まちづくりをするうえで「キーマン」となる人の存在が重要だということを実感した。自分の住む地域の特徴や良いところ、悪いところを知っているからこそ、どこを伸ばしていけばよいか、どこを改善すればよいか細かいレベルでわかるのではないかと考察する。さらに地域の人たちとの繋がりという利点もある。そういったキーマンが中心となって活動しているからこそ地域の人達を巻き込める、団体同士や行政と地域の連携もうまくいくのではないかと考察する。

養護施設で暮らす子ども達が通う 小中学校でのフィールドワーク

代表者：遠藤ゼミ 3年 大谷 栞

1 実施概要

離島にある、養護施設に併設している小中学校でのボランティア活動を中心としたフィールドワークを実施し、その後、学生が各自で気になった子どもについて事例研究を行い、その成果をもとに報告書を作成した。その報告書は小中学校の先生方に読んでいただき、学生の視点からの新しい気づきに触れていただくことで、学校の今後の進路指導の発展に尽力できるものとなっている。対象は、山口県・周防大島町立情島小中学校である。

調査先の特徴と目的：

この学校に通う児童生徒はすべて、併設の児童養護施設で暮らしている。つまり、具体的な事情は参加学生には知らされていないが、家庭的、経済的な何らかの事情を抱えている子どもたちである。結果として、児童生徒の低学力といった課題や、精神的ケアの必要性を抱えている学校だ。

また全校人数が小中学校合わせて20名以下の小規模校である。

【児童生徒の学年・人数】

小学校	1年	1名	5年	3名
	2年	1名	6年	2名
	4年	1名		

中学校	2年	2名
	3年	4名

小学校は複式指導のクラスもある。それゆえ、大人数での活動がしづらいといった課題を抱えている学校でもある。

こうした諸困難はあるが、一方で、小規模校ならではの教師と子どもたちの親密な関係、子ども同士は放課後の生活もともにしているがゆえの高い密着関係と、通常の学校では望むことのできない恵まれた環境もある。また自然豊かな環境ということもあり、子どもたちがのびのびと育っている学校である。

全体行程：

日程 2015年6月1日～9月8日

6月末より

学校と相談の上、3日間のスケジュールを決める。

7月11日

合宿オリエンテーション

物資調達班、調理班、レクリエーション班、会計などの役割分担を決定

8月17日・9月3日

レクリエーション係によるミーティング

ボランティア実施：

日程 2015年9月9日～11日

・現地でのボランティア活動を中心としたフィールドワーク

9月9日 14時～18時

山口県・周防大島町立情島小中学校

フィールドワーク調査

9月10日 9時～18時

山口県・周防大島町立情島小中学校
フィールドワーク調査

9月11日 9時～14時

山口県・周防大島町立情島小中学校
フィールドワーク調査

(→それに加えて2時間子どもたちとともにレクリエーション)

報告書作成：

日程 2015年9月16日～12月16日

担当：全員

合宿に参加した学生全員が各自で、教員指導のもと論文という形で報告書を作成。論文は以下のスケジュールのもと、執筆にあたった。

9月29日事例締め切り、10月7日問いの提出、10月21日考察を提出

以降各自平均5回ほど指導教員から添削を受ける

12月16日最終締め切り

・内容

合宿で子どもたちと関わり、観察していて気になった子どもたちの行動について様々な視点と想像力を働かせて考察を行い、子どもたちの心の機微を描くもの。

報告書提出

日程 2016年2月上旬(予定)

・山口県・周防大島町立情島小中学校に報告書を提出する。

担当：大谷栞 徳永やよい(予定)

報告書を情島小中学校に郵送で提出する予定である。

2 結果・意義・所見

結果①:ボランティア活動として学校(先生)側に与えた影響である。合宿中、子どもたちが普段触れ合うことのない、いわゆる外

部の大学生である私たちと触れ合うことで、その反応などから、学校の先生方には新しい気づきを与えられたように考えられる。また、合宿後、私たちが子どもたちについての論文を書き、それを先生方に目を通していただくことから、外部の人間から見た子どもたちについて新たな視点を与えられたように考える。

意義①:学校教育において、教師からは見えにくい「ナナメの視点」といえるものをもってもらえた可能性が挙げられる。子どもたちの捉え方を既存の捉え方だけに絞るのではなく、外部の視点も取り入れてもう一度子どもたちを見つめなおすことで、新しく子どもたちの可能性を伸ばす視点が生まれ、先生と子どもたちとの交流もさらに密なものとなる。

結果②:ボランティア活動として子どもたちに与えた影響である。外部の大学生が来ているからといって、授業のすべてが特別に編成されているわけではないため、子どもたちは通常の授業は通常通り取り組まねばならない。一方で、レクや昼休みの遊びで積極的に遊んでくれる大学生がいることから、子どもたちは遊びにも強く関心が向く。このような状況から、遊びと学びにメリハリをつけるきっかけづくりにも貢献できたように考える。また、放課後に行われる中学生の自習において、大学生がその学習をサポートしたことには大きな効果を発揮したように思われる。生徒の中には、普段「あたりまえ」として扱われている基礎的な内容を実は理解していない子もおり、「そもそも二次関数ってなに?」と聞いてくる子もいた。そういった疑問を解消するため、大学生たちは黒板などを使ってもう一度その概念を説明するなどして、生徒の学習理解を深めることに貢献した。

意義②:子どもたちの学習意欲を高めたこ

とにある。基礎でつまづいていた子を例に挙げたが、学習への意欲をなくしつつある子に多いのは、「最初からわからない」という状態である。大学生がそういった状態の解消に務めたことで、子どもたちの学習意欲が高まったと考えられる。また、遊びの場にて特別な時間を提供できたことから、より活発なコミュニケーションの育成に関われたとも考えられる。

結果③：「東京の大学生」として子どもたちに与えた影響である。離島であり、都心から離れた地方であることから、都心に住む人間に出会う機会は滅多にないように考えられる。そのため、私たち「東京の大学生」との交流自体が彼らにとって貴重な経験であるといえる。彼らの中には「東京に住んでいたら、ディズニーとかたくさん行ってるんでしょ？」などと質問をしてくる子もあり、新鮮さや外部の人間というものに対する興味を与えられたことも言える。このような興味をもってもらえたことは、彼らの好奇心を刺激し、彼らの将来に対する可能性を広げたともいえるため、活動の意味としては小さな「キャリア教育」の要素を含んだ結果ともなったといえる。また「大学生」ということもあり、子どもたちは長年お世話になってきた先生方よりも、年齢や立場という意味では近い距離で接してくれた。このため、子どもたちと触れ合う時間は3日間と一見すると少ないようにも見えるが、その中身は非常に密度の濃い交流であった。

意義③：子どもたちの今後の活動範囲を地元限定せず、幅広い可能性を子どもたちに見せられたことにある。これは地元を離れるをよしとする考え方に寄るものではなく、地元しか知らない子どもたちに、いわゆる「外の世界」を見せてあげられたことに対する意義である。また、「東京」という

キーワードと同様に、「大学生」であるというのも、子どもたちにとって大きな意義を持つと考える。社会人である大人への認識は、自分より偉い人という認識なのに対して、大学生は子どもたちにとって、学生であるがゆえに近しい存在なので、ロールモデルとして捉えやすい。ロールモデルは具体的なものでなくても、「こういう優しさを自分も持ちたい」など、人間性としての可能性も広げられたのではないかと考える。

結果④：私たち参加学生が学んだことである。私たちの中には、貧困とは程遠い環境で育ってきた人間もおり、育成環境においても比較的良好な環境で育ってきた人間が多い。あまりにも私たちと違う環境で育ってきた子どもたちと出会うことで、教育格差の現状をつかむことができ、そのような子どもたちに対してどのようなことが出来るか、どう手を尽くすべきなのかということについて考えることが出来た。

意義④：家庭環境などの背景を知り、実際にその子どもたちと接することによって肌身で格差の実態を感じられたことにある。大学の授業や書籍で実態について見聞きする機会はあっても、その実態がなかなかイメージしにくかったため、現場で教育格差の実態を捉えられたことには大きな意義がある。この経験は、今後私たちがイメージを言語化して、周囲に伝える際に有意に働くと考えられる。

結果⑤：私たち参加学生が発見したことである。当初、我々は「家庭の事情により、いわゆる一般の学校に通えない子どもたち」へのボランティアを考えて出発したが、交流するにつれて感じたのは、この子どもたちも他の地域で暮らす子どもたちと同様、「ふつうの素直な子どもたち」であるということである。もちろん4つ目で述べたように、

特別な環境に育ってきたからこそ出てきた特徴はあるのだが、交流するにあたってそれは単なる背景に過ぎず、その子たちと関わるのに必ずしも必要としなかったのである。このことから、「ふつうの学校には通えない子」という知らぬ内に抱いていた偏見に気づき、子どもたちの環境や経済状況がいかにより子どもたちに影響を与えているのか、身を持って感じる事が出来た。

意義⑤：子どもたちの持つ家庭事情に対する偏見を再度捉えなおしたことに意義がある。これは、どう育ってきたか、どうい

経緯でここにいるのか、という背景を前提として人は他人を観ようとするが、実は人と対話をする時点において背景はさほど意味を持たない場合もあり、むしろコミュニケーションを阻害する要因にもなり得る、という気づきについてである。こういった気づきによって、私たちは人間関係における偏見を少なくしていけることが考えられる。偏見が少なくなれば、その分積極的に交流する人間も増え、成長の機会が増えるため、今回の気づきは大きな意義を持っているといえる。

未来のための「きっかけづくり」・「動機づけ」を応援したい ～ SIGNAL プロジェクト 2015～

高大連携プロジェクトチーム SIGNAL / 渋谷弥生

SIGNALメンバー：高橋みのり・早川俊吾・新井里菜・齊藤真璃子・櫻川博樹・
浅野真里奈・上木貴之・大澤義輝・大西珠緒・村上彩夏・幸喜優里・
清水浩貴・西山珠未・鳴海友理・服部友紀奈・柳杏奈・渡部真帆・
渡邊亮・伊加拓馬・奥田晶彦・谷口大岳・増淵舜一・山井達也・
山本雅貴・吉田みなみ・和田隼人

1 実施概要

高大連携プロジェクトチーム SIGNAL は、キャリアデザイン学部生のメンバーを中心に構成されたチームである。「キャリア教育」「高大連携」「ピアサポート」の3つを軸に、主にワークショップを使ったキャリアサポート活動を、企画運営を通し高校での課題解決を実施している。また高校生たちとは、発足当初より掲げている「きっかけづくり」・「動機づけ」を常に意識しながら交流を続けている。学校の先生とは違い、大学生は高校生にとって“ななめ上の関係”ということを活かしながらキャリアデザインをサポートするこの活動は、連携している高校にとっても定期的な行事となりつつある。

★運営を振り返って

昨年、大学の近隣にオープンした「飯田橋グランブルーム」は、地域貢献として様々な防災機能を備え、千代田区の新たな防災拠点となっている。しかし現状として、グランブルームの防災設備はいまだ広く知られていない。またそもそも、地域住民や周辺の学生・社会人等との関わりも希薄であるように思える。そこで私たちは、グランブルームが地域交流の拠点となり、かつ同

建物が備えている防災機能についての情報を広められるような企画を考案することにした。本年度はメンバー一人一人が責任を持って活動に取り組むべく、「一人一役」を目指して役割の明確化を図った。連携している高校との連絡係やメンバーみんなで顔を合わせミーティングを行う定例会係などを設置し、係を中心に情報共有なども行った。

また本年度の最も大きな変化は、学部やキャリアアドバイザーさんとの関係がほぼなくなったことである。これまでは、アドバイザーさんに企画へのアドバイスや当日のサポートなどをしていただいていた。また、キャリアサポート実習の授業や宮城ゼミが行っている高校生のキャリア支援の活動と連携したこともあった。しかしそれがなくなったことにより、より学生が主体となって活動をしなければならなくなり、低学年も積極的に運営に携わるようになった。企画の司会や、また後期には1、2年生だけで企画のコアメンバーを務めたこともあった。

★企画を振り返って

昨年度から引き続き活動をさせていただいている高校には、毎年メンバーも変わり、体制も少しずつ変化しているにもかかわらず

ず、受け入れてくださることに感謝している。それらの変化が企画のマンネリ化を防ぎ、高校生に新たな気づきを得てもらうために役立つように努力してきた。

また新たに本年度は、足立西高校との連携が始まった。大学生側の思い、届けたい内容は何か改めて考え直し明確にすると同時に、高校側のニーズに応えられるよう、ワークショップを企画した。1つのワークショップを通して、高校生に何を考えてもらいたいのか、どんな姿、どうなっていたらよいかという最終目標を事前にしっかりと決めるよう心がけた。企画後のアンケートでは、高校生から「これから先のことを考えなければならないと思った」「将来について真剣に考えてみようと思った」というポジティブな声をいただいた。また先生からも「ぜひ来年もお願いしたい」「普段見られない生徒の顔があらわれる」といった感想をいただいた。

【活動内容】

SIGNALでは

- ・教育現場（主に高校）に出向いてキャリアデザイン学部生ならではの企画を開催
- ・大学に高校生を招きキャンパスツアーやワークなど、キャリアデザイン学部生ならではの企画を開催
- ・キャリアデザイン学部の新入生への履修相談会のサポート
- ・SIGNALオリジナルキャリアデザインワークの開発（例）学部ワーク
- ・高校での進路ガイダンスのサポートなど、本学部にて特化した活動を行っている。

【活動報告】

2015年度は、以下のように、年間5回活動を実施した。

☆実施企画（年間回）

○私立浦和学院高校企画【6月13日@法政大学市ヶ谷キャンパス】

特進クラス2年3クラス

「3つの自分」「キャンパスツアー」「しゃべり場」

○私立千葉黎明高校企画【7月15日@法政大学市ヶ谷キャンパス】

普通科特進クラス1年2クラス

「キャンパスツアー」「大学生によるプレゼン」「しゃべり場」

○私立浦和学院高校企画【10月24日@浦和学院高校】

特進クラス1年85名

「6人の人生」

○村田女子高校企画【12月10日@法政大学市ヶ谷キャンパス】

特進クラス1年19名

「私たちの未来予想図」「大学生のしゃべり場」「キャンパスツアー」

○足立西高校企画【12月21日@足立西高校】

1年6クラス（うち2クラス特進）

「3つの自分」「しゃべり場」

☆その他活動

活動継続やコミュニケーション目的の営業活動（企画前の事前打ち合わせと企画終了後のフィードバック）

2 結果・意義・所見

この活動をさらに良いものへと発展させるには、企画全体の目標だけでなく、高校生ひとりひとりに合わせた目標を立て達成に近づけることが重要であると考えている。他者の意見を否定しがちな生徒には、「他者の意見を受け入れる」という目標を立て、肯定的に受け止めるように促すことなどが考えられる。このような目標を立て、達成へと促すためには聴く姿勢に注意しなければならない。したがって来年度の活動は、聴

く力や高校生ひとりひとりを見て個人の目標を把握する力を身につけることが、わたしたち大学生の目標といえる。もちろん引き続き、ファシリテーション能力の向上にも努める。

高校生と大学生という“ななめ上の関係”にある学生同士で1つの目的・目標を意識して交流していくことで、自分や相手のキャリアについて考え、理解を深められた。そして“教える”という形ではなく、“共に考える”という形で活動を行うことで、高校生にとって先生とは違った観点からの意見を与えることができた。また大学生も、キャリアサポートを実践していくことで、現場の声を聞き、授業だけではなかなか得ることのできないことに気づき、見識の幅を広げることができた。キャリアサポート実習生や他の学部生とのつながりはなくなってしまったが、今後も私たち SIGNAL メンバーが「キャリアデザイン」を先行していく気持ちで活動を行っていききたい。そして“ななめ上の関係”の強みを活かして継続と革新を両立し、高校側にとっても、私たちにとっても意義のある活動を続けていきたい。

★全体を振り返って

ここまで企画と運営を振り返ってきたが、最後に組織運営の取組による成果と企画実施による成果の両面から今年度の全体の成果を振り返る。

まずは組織運営の取組による成果について振り返りたい。前述のとおり本年度は、学部やキャリアアドバイザーさんとの関係を断ち、より学生主体で活動を進めることになった。そのため、共有方法の再検討、ミーティングの回数や直接メンバーどうしで顔を合わせる機会を増やすなど、本年度は組織運営の面での取り組みが多くなされた。そうした組織運営面での取り組みは、企画自体の内容にも良い影響を与えているよ

うに感じられる。これまで上級生が主体となって進めていた企画準備のある程度の流れが固定化できたことで、早い段階で企画のミーティングを始めることができ、より多くの視点から企画内容の検討が行われ、内容の充実が図れたように感じられる。

次に企画実施による成果について振り返る。本年度も昨年度に引き続き、アンケートを実施し企画の振り返りを行ったが、変わらず高校生や先生方からポジティブな意見をいただいた。

私たちの活動は、“1を10にする”活動ではなく“0を1にする”ことを念頭に掲げて活動を行っている。卒業後の進路についてほとんど考えたことのない高校生に対して、教えるのではなく共に考えるという形で支援活動を行っている。そのため今後は企画直後に測られた数値による定量的な結果だけでなく、企画前と企画終了時の高校生の表情の変化や自由記述欄に寄せられる企画に対する感想や大学生に対するコメント、企画後の訪問でいただく高校の先生方のお話など、定性的な部分にも着目していきたいと考えている。活動の成果はそれらの定性的なフィードバックからも大いに測ることが可能であると考えている。

冒頭で述べた通り本年度も、高校の先生方から「企画の後、大学について興味を持った生徒がたくさんいた」というフィードバックをいただいたり、高校生からのコメントの中でも「進路について初めて考えるきっかけになった」といったコメントも多くいただくことができた。また「学年をまたいで法政大学との企画の話がされている」といった毎年継続的に活動を行っていることの成果も得ることができた。

組織運営の面や、企画内容においてまだまだ検討の余地が多くあるように感じられる。たとえば企画内容について、今までは既存のワークショップや、キャンパスツアー

など立ち上げ以来の企画内容を主に実施してきたが、来年度はキャリア教育プログラムの作成を行い、新たなワークを生み出すなど、より活動を多角的に行っていきたいと考えている。そうした中でも自分たちの掲げる“ななめ上からのきっかけづくり”という軸はブレずに革新もしていきたいと考えている。

最後に、SIGNALの活動は、様々な方の支えにより成り立っている。高校生、高校の先生方、そしてキャリアデザイン学部の先生方、ボランティアの皆さん、ご支援頂きありがとうございました。引き続き、2016年度もSIGNALをよろしく願いいたします。

商店街活性化 ～商店街トークラリー～

代表者：酒井ゼミ 3年 瀬下智貴

企画概要

近年、郊外への大型商業施設の出店、中心市街地の住民の郊外化などが進み、商店街の各店舗の経営は厳しい状況が続き、商店街の活気が失われつつある。かつて商店街は、地域住民の食材や生活用品の買い物場だけではなく、情報を相互発信する地域の社交の場、憩いの場であり、その街の賑わいを提供する場でもあった。今もなお、地域住民の商店街に対する期待は高まりつつある。商店街活力向上研究会によると、地域住民が商店街に期待している内容は、お祭りやイベント、街並みや景観の向上などである。

○仮説

店舗回遊と店主とのコミュニケーション機会の創出は店舗の売り上げにつながる。

○企画

商店街トークラリー ～店主と話してみよう～

○企画内容

1. 商店街の店舗ごとに歴史を掘り起こすため、ヒアリングを実施（※10店舗）
2. ヒアリング内容をFacebook上でまとめて公開。
3. ヒアリング内容より問題を作成。
4. イベント当日、受付より問題用紙とスタンプ台紙を参加者に配布。
5. 1店舗1問、計10個の問題から参加者は

選ぶことができる。

6. 問題ごとに各商店を巡り、クイズの答えを店主に伝える。
 7. 正解したら店主からスタンプ台紙にシールをもらう。
 8. 貯まったシールの枚数に応じてクーポン券と交換。
- ※飲食店4店、お茶屋1店、漬物屋1店、書店1店、造花屋1店、雑貨屋1店、不動産1店

○目的

この企画により各商店のPR、親近感を持ってもらうことで新規顧客の開拓、リピーターの増加、個店の売り上げの増加が目的である。店主との直接コミュニケーションを図る機会を創出することで、顧客との心理的距離を縮め、リピートを促すことを目指す。また、イベントでの集客を通じて商店街の意識を変化させ、商店街活性化のきっかけをつくるのが目的である。

○スケジュール

- | | |
|--------|----------------------|
| 9月上旬 | ヒアリング調査 |
| 10月上旬 | 企画準備、Facebook作成、台紙作成 |
| 10月17日 | 企画実施 |
| 11月上旬 | 店舗アンケート |
| 2月上旬 | 商店街調査 |

○企画の実施

場所：東京都文京区千駄木2-13-1 ルネ千駄木プラザ

協力：千駄木二丁目商店街復興組合
日時：10月17日(土)10:00～16:00【晴れ】

～当日のイベント参加人数～

目標 1日50組

結果 参加者50人 イベント達成者率34%

10:00～11:30

参加者10人(+10) 達成者1人(+1)

11:31～12:30

参加者21人(+11) 達成者3人(+2)

12:31～13:30

参加者48人(+27) 達成者9人(+6)

13:31～13:50

参加者50人(+2) 達成者9人(+0)

13:51～15:00

参加者50人(+0) 達成者17人(+8)

～クーポン利用～

100円クーポン

51枚中37枚使用 利用率72.5%

クーポン使用内訳

野口園(お茶屋)9枚、往来堂(書店)25枚、
華工芸(造花屋)3枚

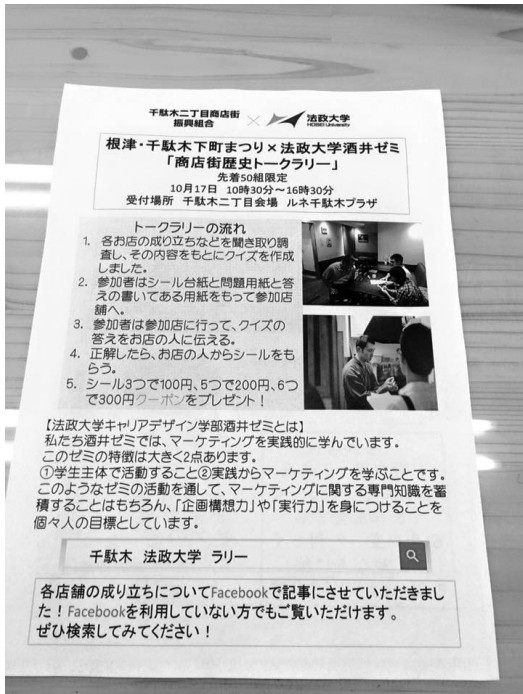
～アンケート～

イベント終了後、8店舗に質的調査のインタビューを行った。

○結果とアンケート結果からの考察

今回の企画により、商店会店舗売上向上につながった点が2つある。

1つはクーポン利用によるリピーターの増加である。イベント達成者には商店街店舗で使用可能なクーポンを配付した。クーポンの使用は51枚中37枚で利用率は72.5%であった。これはイベントによってリピーターを作り出し、売上向上に繋がったと考察される。しかしクーポンの効果は一過性であり、継続的な売り上げ向上に繋がらなかった。



2つはイベント内容によるリピーターと新規顧客の増加である。イベント終了後アンケートを実施したところ、8店舗中1店舗でイベントによりリピーターと新規顧客の増加に繋がったという回答が得られた。内容としては、イベントでの回遊により、その店舗を初めて知ってリピートするようになり、友達にも紹介しているということだった。

上記より店舗回遊と店主とのコミュニケーション機会の創出は店舗の売り上げにつながると考察される。

○考察からの調査（2月予定）

イベントより店舗回遊と店主とのコミュニケーション機会の創出は店舗の売り上げにつながると考察された。

しかし、今回のデータでは非常に少なく、論文構成のために更なるリサーチが必要なため、伊豆の伊東湯の花通り商店街にリサーチ調査を行う。伊東湯の花通り商店街では、4か国語に対応したスタンプ台紙を使用しており、街並みや七福神を題材にしている点から、外国人観光客や歴史を題材としている千駄木二丁目商店街と重なる点が多く調査対象となった。

飯田水引活性化プロジェクト

代表者：酒井ゼミ 加藤玖実子

1 実施概要

実施期間：2015年5月～2016年1月末

6月17日

飯田市役所 担当長谷川氏来校（今後の方針初打ちあわせ）

参加者：加藤・千々松・百瀬・安形

6月19・20日

ワークショップ開催地（カフェ KAIDO）

建設予定地で街頭アンケート調査実施

参加者：加藤・千々松・百瀬・安形

→アンケートと同時期に行っていたウェブアンケート調査の結果により水引商品をプレスレットに決定

7月29日

水引とCASIO商品のコラボレーションのプロジェクト（CASIOプロジェクト）初打ちあわせ

参加者：加藤・千々松・百瀬・安形

8月26日

CASIOプロジェクト 企画書提出

加藤が企画書作成し千々松が担当者さんへ連絡

10月6日

CASIOプロジェクト 打合せ

参加者：加藤・千々松・百瀬

10月14日

長谷川さん・CASIO担当者様 来校

CASIOプロジェクト打合せ

参加者：加藤・千々松・百瀬

（今年度水引プロジェクト結果次第で来年に持ち越すことが決定）

10月21日

水引ワークショップに関して開催地KAIDOにて打合せ

参加者：加藤・千々松・百瀬

11月13・14日

青物横丁においてなんしょプロジェクト実施

→水引プロジェクトに関してのピラ配りを青物横丁のイベントで行う

参加者：加藤・千々松・百瀬

12月5日

水引ワークショップ開催・水引プレスレットの販売

参加者：加藤・千々松・百瀬

1月23・24日

飯田市にて報告会

参加者：加藤・千々松・百瀬・富田・佐藤

2 結果・意義・所見

日本には、多くの伝統工芸品が存在するが、市場の変化や若者の田舎離れによる後継者問題、原材料の高騰問題などによって、様々な地域で伝統工芸の需要の低下がみられ、中には危機的状況に置かれているものも少なくない。だが、古くから受け継がれた技術・技法は、その企業ならではのものであり、日本の技術の象徴でもある。このような技術を継承することは、日本にとって大きな課題であり、伝統工芸品ビジネスを盛り上げることで関わる企業や職人、地域を豊かにすると考える。

上記の理由と長野県飯田市企画部及び飯

田水引協同組合からの協力依頼により、本ゼミでは、飯田市地場産業である伝統工芸品“水引”の活性化に向けたプロジェクトを平成25年度より始動している。

昨年度は、外部環境調査や飯田水引の関連機関へのヒアリング調査を行い、課題発見をした上で、飯田水引ブランド確立には、

- (1) 飯田水引における企業間連携かつ行政との繋がり強化
- (2) 各企業の企業力向上
- (3) 水引マーケットの確立

という3ステップが必要であり、各々のステップに対する企画案を飯田水引関連機関に提出した。その第一ステップとして(2)各企業の企業力向上を目標に飯田市民の水引の認知度向上、水引製品製造企業のデザイン力強化・モチベーション向上を目的としたイベントを実施した。今年度のプロジェクトでは(3)水引マーケットの確立をも目標に「水引産業の活性化」を目的としている。

しかし、水引の認知度調査を行なったところ、活性化しようにもそもそも水引自体を知らないという若者が殆どであった。若者は結婚や出産が身近ではなく、熨斗袋を使用する機会がないため水引に馴染みがないのである。

また生涯未婚率の上昇や少子化、水引が熨斗袋にイラストで印刷されている安価な代替品の存在から、熨斗袋自体の使用機会も減少していることが推測できる。そこで、私たちはそれらの外的要因を打破するための企画の実施を行う。

けれども、未婚率の上昇や少子化、代替品の存在などの現状を変えることは困難である。そのため、それらの外的要因から引き起こされる「消費機会の減少」、「需要の減少」の二つの問題を解決するための企画を実施した。

まず、一つ目に、水引の消費機会を増加させるために「熨斗袋以外の新しい水引商品の開発」を行った。私たちは、熨斗袋以外の新しい水引商品の中でも特に日常的に身につけることが出来るアクセサリーに注目し、調査から得られたデータをもとにして“水引ブレスレット”の販売を決定した。ブレスレットは水色・ピンク・白の3色を各350円で販売し、計9個を売り上げた。

二つ目に、水引に対する需要を増加させるためにはまず水引自体を認知してもらうことが重要であると考え、水引ワークショップを開催した。

東京都北品川商店街にある「KAIDO books and coffee」を借りて、12月5日に“水引しおり”を作成するワークショップを実施した。結果、計27人の方にご来場いただいた。ブレスレットの販売とワークショップの開催でそれぞれアンケート調査を行ったところ、消費者側にどちらの企画に対しても需要があることが分かった。

今回の企画自体は告知不足のこともあり、かなり小規模に終わってしまったが企画の有効性は非常に感じられたため、これらをさらに大規模にして継続的に実施することで水引産業の活性化に繋がり、伝統工芸品継承のための道を1つ増やすことができるのではないかと考える。

よって、新たに抽出された課題としては

- (1) イベントの告知力不足
- (2) 飯田市側との協力体制の強化

が挙げられる。

これらを達成することにより、より大規模で水引産業の活性化という問題を解決する力が強い製品開発やイベントを実施するのではないかと考えた。

さらに、達成するための新たな糸口としては

- (1) 他の活性化を目指した団体との連携
- (2) 地元の学生らとの連携
- (3) 飯田市側との連携強化
- (4) デザイナーや美大生との連携

が挙げられる。

(1) ～ (3) は飯田水引の認知度向上に繋がり、(4) に関しては飯田水引の消費機会増加に伴う認知度向上や需要の増加に伴う生産量の増加が見込まれる。これらの提案は来年の飯田水引プロジェクトで実施していく。

映像制作・取材 情報実習支援

代表者：坂本ゼミ 3年 伊藤香菜絵

1 実施概要

1、映像制作・取材

坂本ゼミでは毎年、三年生が Plural+ と呼ばれる世界規模で開催される映像コンテストに作品を提出している。私たちはブラインドサッカーチームを取材し、作品を完成させ、提出した。

映像制作事前学習

日程：2015年4月20日～5月11日

映像編集の技術向上のため、事前知識を先生や上級生から実践を交えて学んだ。

テーマおよび取材先決定

日程：2015年5月9日～5月24日

テーマの決定：全員

取材許可取得：伊藤

映像の大体の構成を考えながら、この映像をどんなメッセージ性のあるものにするのかを話し合っ、まとめた。それに合った取材先を探し、協力をお願いした。

取材・撮影

日程：2015年5月31日

ブラインドサッカーチーム「埼玉T.Wings」を訪問して取材・撮影をした。

作品材料収集のための撮影や、当事者理解のためのブラインドサッカー体験などをうかがった。

役割担当

カメラ：鈴木、伊藤

音声：牧田

体験：杉田、後藤

作品編集

日程：2015年6月1日～6月8日

担当：牧田

提出

日程：2015年6月15日

完成した作品を Youtube にアップロードし、その URL をメールに添付して提出。

2、情報実習支援

中国とカンボジアの学生や子どもたちとの異文化交流、メディア情報リテラシー教育の支援を目的に、法政大学第二中学校、東京都墨田区立梅若小学校でのビデオレター制作支援を行った。また、カンボジアのメコン大学の学生へのデジタルストーリーテリングの制作支援、カンボジアの小学生と梅若小学校の子どもたちとのスカイプ交流支援を行った。

法政大学第二中学校訪問

日程：2015年7月13日、7月16日

研修旅行事前学習の時間を使って大連の第16中学校の生徒からのビデオレターの返信ビデオレター制作支援を行った。班ごとに分かれ、四人一組の班一つにつきゼミ生が一人ついて、iPad の使い方や編集の仕方、ビデオレターのテーマの設定などの支援を行った。

梅若小学校と MIS（メコン大学附属国際学校）とのスカイプ交流支援

日程：2015年12月22日

梅若小学校訪問：2年生

MIS 訪問：3年生

3年生は昨年制作した子どもたちからのビデオレターを MIS の子どもたちに届け、日本の小学生とスカイプをするための自己紹介や質疑応答などの準備を行った。2年生は梅若小学校を訪問し、スカイプ交流の支援を行った。お互いがスカイプでつながり、スカイプを通して一緒に歌を歌うなど、円滑な交流をすることができた。

メコン大学訪問

日程：2015年12月21日～24日

12月21日～23日

メコン大学の学生一人につきゼミ生一人がついてデジタルストーリーテリング制作支援を行った。作り方、操作方法、内容を教えながら制作過程の全てを一緒に行った。

12月24日

完成したデジタルストーリーテリングの作品を一緒に手伝った学生と共に発表し、作品説明と感想を述べた。最後に日本の歌「涙そうそう」を合唱した。

2 結果・意義・所見

1、映像制作・取材

坂本ゼミでは多様なメディアを学習手段として活用しているが、その中でも特に映像を中心に扱っている。映像編集を行うことが多い私たちのゼミでは、毎年 Plural+ という世界規模で開催される映像コンテストに作品を提出している。

映像作品を作るにあたって、そのメッセージとして、移民・多様性・社会的包摂という3つのテーマの中から「社会的包摂」を選択し、作品の方向性を決めた。社会的包

摂というテーマに沿って、この映像を見る人にどのようなメッセージを伝えたいのかを考え、話し合いを進めた結果、身体に障がいを抱えた人に対して、普通の基準が健常者で障がい者だからその人を特別に扱うのではなく、「障がい者を基準にして、健常者の“普通の概念”を変える」というメッセージを伝える映像を作ることに決定した。

ブラインドサッカーチームを取材先に選んだ理由は、目隠しをして行うブラインドサッカーは目が見えない人でも見える人でもフィールドでは同じであり、フィールドを社会とすると基準が障がい者であり全ての人々が平等に物事をこなせることの比喩になると考えたからである。

私たちの作品は残念ながら未熟な技術力とメッセージ性の表現の弱さが原因で予選で落選してしまったが、今年度の反省を来年度に活かしていきたい。

◎この活動を通しての発見とその意義

このテーマを選んだことで、私たち健常者は普通の基準を無意識に決めつけていたのだということに気づかされた。

→無意識に決めつけてしまっていることを見つめなおし、視点を変えて可能性を考えることは、周囲の考えにのみ込まれない意識につながった。

映像で実際にメッセージを伝える側になり、映像を見る側と比較できたことにより、メッセージを受け取り理解する手段として映像はわかりやすくメッセージが伝わりやすいのに対し、伝える側にとって映像でメッセージを伝えることは難しく、思うようにいかないということを実感した。

→そのギャップを感じたことで、自分が見る映像は必ずしも制作者の意図が忠実に表現されたものではない可能性があることがわかった。今後映像に関わっていくにあたり、学習の課題として、

いかにして本当のメッセージと実際の映像のギャップを埋められるかということを念頭に置いていきたい。

2、情報実習支援

●小中学生の異文化理解とメディア情報リテラシー教育支援

墨田区立梅若小学校の子どもたちとカンボジアの MIS（メコン大学付属国際学校）の子どもたちとの異文化交流・異文化理解、法政第二中学校の生徒と大連の第 16 中学校の生徒との異文化交流・異文化理解の支援を行った。

一年前にビデオレターの交換を行った梅若小学校と MIS のスカイプ交流では、日本の文化や習慣をよりわかりやすく伝えるため、実際にやっているところを見せたり、絵に描いて説明したり、歌を歌ったりするなどコミュニケーション手段は様々であった。カンボジアの子どもたちも日本の子どもたちのために日本語の歌や手遊びなどを練習しており、コミュニケーションのとり方に工夫が見られた。

◎この活動を通しての発見とその意義

言葉で伝えることができなくても様々な方法を使ってコミュニケーションをとろうとする子どもたちの様子から、相手にわかりやすく伝える方法を考えるととても良い機会になった。

小中学生という早い段階から実際に異文化に触れることで、異文化に対する固定概念や偏見にとらわれにくくなる効果が期待できる。

また、ビデオレター制作を通じてメッセージの受け手だけでなく発信側に実際になることで、相手の伝えようとしていることへの理解、メディア・リテラシーの理解が深まるという効果も期待できる。さらに、早い段階からお互いに思うように自分の意思

が伝わらないもどかしさを感じることで、言葉の壁を越えたいという思いが生まれ、興味促進につながり、グローバルな人材育成の可能性が見いだせる。

●メコン大学の学生へのメディア情報リテラシー教育支援

カンボジアのメコン大学の学生へのデジタルストーリーテリング制作の支援を行った。デジタルストーリーテリングとは、今の自分に至るまでを振り返り、写真を映しながら自分の過去と未来について物語る映像のことである。お互いに言語がままならないながらも、ナレーション原稿作成・撮影・編集までゼミ生が支援しながら一緒に制作して完成させ、発表を行った。

◎この活動を通しての発見とその意義

ほとんどの学生が日本のことが大好きで、将来は日本でビジネスをしたいと考えていた。ここまでの影響を彼らに与えたきっかけは日本の音楽、本、アニメ、映画、テレビなどのメディアであった。カンボジアでは日本のようにメディアが充実していない。グローバル化、IT化が進む中でメディア情報リテラシー教育の支援をもっと拡大させる必要がある。

デジタルストーリーテリング制作の支援を行うことで、自分と向き合う機会を学生に提供し、彼らのキャリア支援につながることを期待できる。しかし今回の活動を経て、ほとんどの生徒が最初に見せた見本と同じような構成の作品になってしまっていた。批判的思考力や工夫する力の乏しさが感じられ、私たちは問題点として捉えた。批判的思考力を養うためにはメディア情報リテラシー教育が効果的であるため、やはり早い段階からのメディア情報リテラシー教育が求められるだろう。これは今後の課題である。

コミュニケーションに関しては、お互い言語がままならないながらもなんとか意思を伝えあい交流し協力しながら作品を作り

あげることで、お互いの異文化理解につながり、興味促進が期待できるだろう。

東京農業に可能性はあるか

～ブランド化による付加価値の向上について～

代表者：酒井ゼミ 4年 岩瀬拓也

1 実施概要

前年度から引き続き、同様のプロジェクトを進めてきた。前年度においては、東京の農業について下調べとして、文献研究や畜産研究センター訪問やJA訪問、農業従事者訪問等の現地調査を中心に活動を行ってきた。

今年度は、前年度の研究成果を生かし、東京の農産物を人々に実際に味わってもらう場を提供するため、協賛企業を探し、全国の新鮮野菜を仕入れサラダバー形式で提供されている プティボノ様にご協力頂き、東京産野菜販売促進活動を中心に活動してきた。

プティボノ様との話し合いの結果、東京産野菜を使ったメニューを店内に取り入れ提供し、我々はターゲット層に対して、PR活動を行いプロジェクトを進めることが決まった。東京産野菜の仕入れ先として、前年度に訪問したJA あおば様から食材を調達し、商品提供を行った。

具体的な施策

- ・ 店内掲示用のピラを2枚作成
提供商品の置かれているテーブルに期間中掲示をした。
- ・ 店舗外掲示用のピラと配布用ピラを作成
企画実施中に集客力が弱いことに気づき、店舗外掲示用のピラと配布用ピラを作成し、店舗の外を歩く方々に東京産野菜のPR活動実施を宣伝した。

①店頭でのピラ配り

プロジェクト実施期間の中で2日間、店頭にてピラ配布を行った。

実施日

2015年11月25日(水) 11.30～13.30

2015年11月27日(金) 11.30～13.30

- ・ Facebook を利用し東京野菜魅力発信ページを開設

東京農業の魅力を知ってもらい食べてもらうことをコンセプトに、Facebook ページに野菜の魅力を投稿する中で東京野菜についても紹介し、プティボノの紹介を行った。

東京野菜魅力発信ページ閲覧者を特定し実際の反響を確認するため、プティボノPで製造販売されている、東京産ブロッコリー入りクッキー配布する旨を記述した。

② Facebook ページ「東京野菜魅力発信」投稿

期間

2015年10月26日～11月30日

企画実施打ち合わせ

- ① 2015年4月15日～2015年5月13日
→東京野菜の取り扱い決定と、店内掲示用ピラ作成
- ② 2015年10月1日～2015年10月31日
→東京野菜を食べようフェアの企画実施に向けた準備

東京野菜販売促進キャンペーン活動の実施期間

2015年11月1日～2015年11月30日

各担当

岩瀬拓也 プロジェクトリーダー
森川里奈 プロジェクト副リーダー、書記
下山裕之 会計

ビラ作成

店内掲示用 2種

配布用 1種

2 結果・意義・所見

当プロジェクトで我々は、東京農業の課題と魅力を発信するために研究を進てきた。東京の農家の方や東京産農産物を扱う飲食店の方、東京農業の研究センター等を訪問や東京農産物の研究や試食を通して、東京農産物の高い安全性や新鮮さを理解できた。

しかしながら、その食材のブランド力がまだまだ弱いと感じていた。魅力を消費者に知ってもらい、そして実際に食べる機会を提供することで、そうした東京農産物への関心を高め、購買活動に繋がるのではないかと考え、サラダバーランチを提供している Petit Bonheur とコラボレーション企画を実施するに至った。

企画結果

11月中旬まで Facebook ページのみの広告で、反響が悪かった。そこで2点の解決策を Petit Bonheur からのアドバイスの元に提案した。

1点目は、店の外窓に掲示するビラの掲示である。中旬までは店内用ビラ2枚のみであった。2点目は、店頭での呼び込みである。

①店頭でのビラ配り

1、実施日

2015年11月25日(水) 11.30～13.30

2015年11月27日(金) 11.30～13.30

2、配布総数

計90枚

(11月25日 33枚、11月27日 57枚)

② Facebook ページ「東京野菜魅力発信」投稿数と反響

1、期間

2015年10月26日～11月30日

2、投稿数

実施期間中、4件

3、いいね数

実施期間中、27名。

③配布クッキー数

実施期間中、1枚。

今回の企画でPR活動は主に Facebook 等の SNS を利用した。しかしながら、反響は少ない結果となった。SNS を利用した販売促進活動には、限界がある。

実際、プロジェクト実施当初は SNS のみでの告知をしていた。閲覧数はあるものの「いいね」あるいはシェアするまでの反応は少なかった。そのため新たに店頭に立ってビラの配布や、店内用掲示ビラの増やしプロジェクトを進めた。

・SNS を用いたプロモーション戦略

販売促進方法として、我々は SNS を用いた戦略を中心に行っていた。現代のインターネット社会の世界的な広がりから、不特定多数の人にアプローチすることが可能であり、マーケティングとして有効性が高いと

考えていた。

しかしながら、プロジェクト実施結果から分かるようにプロジェクト実施の中でみてきたことは、インターネットを用いたプロモーションには限界があることである。

インターネット社会は非常に我々の身近にあり、容易く情報収集できるツールではあるが、リアルな現実世界との関係性は弱いと言える。FACEBOOK ページの閲覧数はそれなりにあるものの「いいね」や「シェア」までの反応、そして実際に店に出向くといった結果が少なかった。閲覧者に対して、ページ自体の魅力が足りず反応が悪かった可能性もある。こうした点から、直接人々に東京野菜の魅力を訴えかける必要があると感じ、新たに店頭に立ってビラの配布や、店内用掲示ビラの増やしプロジェクトを進める形を採った。

結果としては、我々が当初ターゲットとしていた若者層だけではなく、中年層への反響が出た形となった。ビラ配布の際中年層まで広げたことが影響しているといえる。中年層まで広げた理由としては、受け取っ

た人々に東京野菜を知り、召し上がってもらうことでその子供にまでアプローチできる可能性があると考えたためである。ビラ配布の結果、中年層の客が増えたことでその家族にまで東京野菜の存在、魅力が伝わる可能性に期待したい。

SNSを用いた販売促進は、プロモーションのための1つツールとして認識を持ち用いながら、実際に現実世界においていかに人々の購買意欲を掻き立て行動に移させるのかを考えることが必要不可欠であることに、今回のプロジェクトを通して気付くことができた。

現代の我々の生活は、インター社会の普及等の急速な技術向上によって日々快適で豊かな生活が提供されている。しかしながら、その技術発達は人間の力を必要としない方向に進んでいることが多いため、そのような環境下においていかに、実際に人々の興味関心を惹くようなマーケティング戦略を立てるかが今後大きなカギであるという点を理解した。

労働教育 NPO 主催
「就職活動について考えるシンポジウム」
学生トークセッション

代表者：筒井ゼミ 3年 藤本亜美（報告者：2年 佐藤梨央・細井美結）

1 実施概要

今年で9回目となる NPO 法人あったかサポート主催のシンポジウム「若者が雇用につまづかないために」に去年に引き続き学生もプレゼンに参加した。具体的には、法政大学筒井美紀ゼミ、同志社大学川口章ゼミ、立命館大学櫻井純理ゼミの学生が参加した。シンポジウム当日は3つのゼミからそれぞれ2名ずつ登壇しプレゼンテーションを行った。まず、「インターンシップとは何か」について、同志社大学キャリアセンターの上田修三先生の説明があり、その後、学生6名がプレゼンテーションを行った。それらを踏まえ6・7人程度のグループごとのグループディスカッションを行った。

当日までの事前準備

2015年11月上旬～当日（12月12日）

筒井ゼミからの登壇者2名は、インターンシップやアルバイトに関して、自分の経験に基づいたプレゼンテーションを作成し、ゼミ内でのリハーサルや練習を行った。

シンポジウム【サポート・プログラム助成対象】

日程：2015年12月12日（土）～13日（日）

12月12日（土）

シンポジウム当日

時間：13:00～17:10

開催場所：同志社大学今出川キャンパス
筒井先生とゼミ生全員で早めに会場に到着し、会場準備を手伝った。

シンポジウム プログラム

1. 開催の挨拶
2. インターンシップについてのミニレクチャー
上田先生（同志社大学キャリアセンター）
3. 「問いかけ」
筒井先生（法政大学キャリアデザイン学部）
4. 学生のプレゼンテーション
 - ・「アルバイトでの経験から学ぶ」3年 栗原史也（同志社大学政策学部）
 - ・「インターンシップビギナーによる短期インターンの考察・アルバイト経験」3年 岸本葵（立命館大学産業社会学部）
 - ・「インターンシップが教えてくれたこと～約8か月働いて見えた理想と現実～」3年 北澤静香（法政大学キャリアデザイン学部）
 - ・「省エネ就活論」4年 西面滯（同志社大学政策学部）
 - ・「インターンシップ経験が社会人になってからどう生かされるか」4年 喜田真輔（立命館大学産業社会学部）
 - ・「インターン・アルバイト経験⇔就活に活かすには」4年 池田修延（法政大学キャリアデザイン学部）
5. 質疑応答（省略）

6. 休憩
7. グループ討論
8. 意見交換会
 - ・各グループから発表・質問
 - ・応答と川口先生（同志社大学）・櫻井先生（立命館大学）からのコメント
9. 閉会

その後、懇親会

シンポジウム後に行われた懇親会では、和やかな雰囲気の中、参加者同士がさらに交流を深めることができた。学生にとっては様々な立場の社会人と話ができる貴重な機会、自分たちの興味のあることや学んでいることに実際に取り組む社会人の話は、とても新鮮なものだった。また、立命館大学・同志社大学の学生も引き続き懇親会に参加していたため、地域や学年が異なる学生間でも交流し、お互いに刺激を受けることが出来た。

12月13日（日）
ゼミ内での反省会

2 結果・意義・所見

シンポジウムの翌日のゼミ内での反省会とシンポジウム参加者へのアンケートの集計結果を踏まえ、シンポジウムの成果・意義についてまとめる。さらに、来年以降さらに実りあるシンポジウムにするため、今年のシンポジウムで掲げられたテーマ、今年初実施となるグループディスカッションに関して、今年の反省を踏まえて改善すべき点について、提言する。

成果

学生にとって身近なインターンシップやアルバイトと就職活動の関連性について、就活を終えた四年生3名、就活を間近に控

えた三年生3名の合計6名が、自分の経験をもとにした発表を行った。そして発表を踏まえ、学生と社会人が合同でグループディスカッションを行い、世代間の差も含めてさらに考えを深めることができた。また、グループディスカッションの内容を全体で共有する時間や、ここまでの内容を踏まえての社会人の方々の意見を聞く時間があり、内容をより一層自分の中に落とし込むことができた。

法政大学からは三年生と四年生が各1名ずつ発表を行った。参加者へのアンケートでは、回答者45人中「わかりやすかった」と「意義があった」という項目に「よく/まあ当てはまる」と答えた人の割合がともに91.1%であり、自由記述では、「労働法の知識をつけることの必要性を感じた」や「(プレゼン内容の中に労働の理想と現実の)ギャップが拳がっていたがどのようにこれらを無くすかなど考えるものがあった」という両プレゼンの要旨が伝わったことが窺えるコメントとともに、「説得力」があったというコメントが多く見受けられた。

インターンシップもアルバイトも、一人ひとり経験が異なっており、それらに対する考え方も様々であったため、自分にはなかった新たな視点から両者を考える良い機会となった。

提言

1. シンポジウムのテーマについて

今年のシンポジウムでは、インターンシップとアルバイトという二つのテーマを扱ったため、内容に一貫性がなく、時間内で効率よくグループディスカッションを行うことができなかった。30分間では話が広がるだけになってしまっていて、未消化なままディスカッションを終えてしまったのは勿体ない。しかし、テーマとしてはどちらも学生にとって身近であり、各人が自分のことと

して考えることができたため、ゼミ内での反省会では「内容ごとに発表やグループディスカッションを分けて2部制にしてはどうか」という改善策が挙がった。

2. グループディスカッションについて

ディスカッションの効率が悪かった。昨年度のシンポジウムでは、発表を行った学生を除いて、質疑応答しか発言の機会がなかった反省点を踏まえ、今年は学生と社会人が30分間のグループディスカッションを行った。そのため、一人ひとりがより積極的にシンポジウムに参加することが出来たが、そのグループディスカッションの中で、学生か社会人、どちらが中心となって話を進めるかが難しく、お互いにとってやりにくいものになってしまったグループが多くあった。社会人が中心となって話を進めると、社会人からの質問に学生が答えるだけのディスカッションになってしまったり、一人が話しすぎてしまったりと、情報や考え方の共有という本来の目的が果たされない。

この原因としては二点考えられる。一点目はアイスブレイクの時間がなく、急にディスカッションが始まったことで、少しでもお互いに打ち解けられていれば、よりスムーズに話を進めることが出来たのではないか。二点目は社会人にとって遠いテーマだったことだ。学生から引き出す立場にならざるを得なかったり、少しテーマから外れた方向に話が進んでしまったりした。

また、上記の内容を踏まえたうえでもやはり、グループディスカッションの時間が足りなかった。提言1. で述べたように、今回のシンポジウムはテーマが広く、提示された問題点や発表者の意見が多岐に渡っていたため、時間内に納得のいくところまで議論しきれなかった。全体でのディスカッション内容の共有を「流れ作業」にせず、

より有意義なものにするためにも、各人が内容を消化できる十分な時間が必要だ。

3. シンポジウム全体の内容量について

今年のシンポジウムではグループ討論など新たな取り組みがあった。そのこともあり、約三時間半というシンポジウムの時間に対して、中身が多くなりすぎてしまった。学生のプレゼンテーション、グループ討論、その後の情報共有など、一つ一つの項目はどれも意義あるものであった。しかし、全体量が多く、それらを各々が十分に消化することができなかった。

来年以降、限られた時間の中でそのような消化不良に陥ることなく、よりいっそう実りのあるシンポジウムにするために実施項目やその時間配分等について、省察し再考する必要があると考える。

以下、アンケートや反省会での意見をもとに、項目ごとに振り返る。

・ミニレクチャー

学生のプレゼンテーションに入る前に、今回のテーマの一つである「インターンシップ」についての簡単な説明の時間あった。これに対し、内容が多くの人が既に知っている基本的な事項に留まっていたため、その点で、必要性を疑問視する声もあった。

・学生のプレゼンテーション

昨年は法政大学と同志社大学から各大学2名、合計4名がプレゼンテーションをした。今年は加えて立命館大学の学生にも参加していただいたため、合計6名がプレゼンテーションを行った。ミニレクチャーと合わせて7名の登壇者が連続して話をする形となり、「時間が間延びした感じがした。」などの意見が出された。

・質疑応答

今回、質疑応答の時間が欲しかったという意見が出た。予定ではその時間はきちんと設けられていたが当日急ぎょ削られることとなった。これも時間に対して内容量が多く予定通り進まなかったことが要因と考えられる。

・グループ討論

グループ討論に関しては、時間が十分ではなかった、という意見や、アイスブレイクの時間が欲しかったという意見が聞かれた。

・その他

他にも、「議論も発表も共有する時間が短

かった。」「プレゼンを消化できないままディスカッションに入ってしまった。」「量が多すぎて未消化の部分があった。」等の意見が聞かれた。シンポジウム全体を通してかなり密度の濃い議論が展開された。しかし、そのあまりに、自分の中で整理しきれないという人も多く出てきてしまった。

プレゼンテーションなどの議論の軸の部分を多少削ってでも、質疑応答や討論、意見の共有の部分を長めにとった方が、一人一人が収穫したものを自分の中にきちんと落とし込むことができるのではないだろうか。その方が得るものも多くなるだろう。

高齢者のためのコミュニティ作り

代表者：酒井ゼミ 酒井遥平

1 実施概要

高齢者地域におけるコミュニティ形成法を高島平団地にあるコミュニティスペースに着目し調査をした。調査協力施設は、ゆいまーる高島平・コミュニティカフェ高島平駅前・コミュニティカフェグリーン・地域リビングプラスワンである。

調査方法

2015年6月11日

1. 高島平団地内のコミュニティスペースヒアリング調査

コミュニティカフェ高島平駅前 村中義雄様
コミュニティカフェグリーン 牧山悟郎様
ゆいまーる高島平 野田浩一様

2015年7月11日～12日

2. 高島平団地内での街頭アンケート

2015年8月7日

3. コミュニティスペースを利用した学生によるワークショップイベント

2015年8月23日・11月22日

4. 板橋区内にあるコミュニティスペース連絡会への参加・ヒアリング

2016年1月9日

5. 高島平団地内にある4か所のコミュニティスペースを利用した合同イベント
協働箇所：ゆいまーる高島平・コミュニティカフェ高島平駅前・地域リビングプ

ラスワン・コミュニティカフェグリーン

調査担当

酒井遥平 1から5

瀬下智貴 1から4

百瀬舞緒 1から3

報告書作成日程

日程 2016年1月31日（予定）

調査を踏まえ、高齢者地域の現状を考察し、新たな可能性を示唆する。

担当：全員

報告書提出

日程 2016年2月中旬予定

協力してくれた施設（ゆいまーる高島平・コミュニティカフェ高島平駅前・コミュニティカフェグリーン・地域リビングプラスワン）に向けた結果報告と提言

2 結果・意義・所見

1. 企画概要

現在、地域のコミュニティは衰退し、近隣付き合いが減少し、安否確認などコミュニティが担っていた役割が廃れ孤独死の増加など新たな問題が浮上した。その要因として価値観の多様化、転居の増加、生活様式の変化などが挙げられる。

2025年には団塊世代が75歳以上となり、介護が必要な高齢者の数が急増する。その為、国が定める「介護保険法」が改正され、市区町村が行う地域支援事業の重要度が増

した。そのことから、現在、高齢者の割合が高い地域に焦点を当て、地域コミュニティの土台となる高齢者層の価値観・ニーズを捉えた地域支援事業として、どのようなことが行われているかを調べ、少子高齢化が進む日本社会に備える。

そこで見つけたのが、地域コミュニティの衰退を解決する手立てとして生まれた、周辺住民とのコミュニティ作りを誘発させる「コミュニティスペース」であった。だが、コミュニティスペースの現状として利用者は住民の一部でしかなく、地域コミュニティの形成にまで至っていない。より多くの住民がコミュニティスペースに関われる仕組みづくりが出来れば、地域コミュニティ活性化に繋がると考え、企画を打ち立てた。

2. 実施内容

数ある地域から65歳以上の高齢者の割合が47.5%を占める高島平団地に焦点を当て活動を行った（平成24年10月1日時点の住民基本台帳によれば、高島平団地住民15,932人のうち7,572人が65歳以上）。以下が活動内容である。

- ・高島平団地内での街頭アンケート
- ・高島平団地内のコミュニティスペースヒアリング調査
- ・コミュニティスペースを利用した学生によるワークショップイベント
- ・板橋区内にあるコミュニティスペース連絡会への参加・ヒアリング
- ・高島平団地内にある4か所のコミュニティスペースを利用した合同イベント

3. 結果報告

- ・アンケート調査（N = 151）から、下記の2点が大きな結果として出た。
 <近所づきあいを必要とする人が9割近くいるが、なかには近所付き合いを好まない人がいる。>

<6割の住民は地域住民との繋がりに満足していない。>

- ・コミュニティスペースのヒアリング調査
 毎月地域住民向けに演奏会などのイベントを開催しているが、コミュニティスペース自体に閉鎖感があり、現状の利用客間での仲間意識が強く、新規利用客を取り組むことが難しい。
- ・コミュニティスペースを利用した学生によるワークショップイベント
 高齢者地域には少ない学生によるイベントを開催し、地域にとって若者に対するニーズを生かしたイベントを行った。参加した人に対しアンケート調査を行ったところ、イベントに参加することで交流の幅が広がったといった声があがり、少なからず効果があった。ただ、イベントによるコミュニティ作りの場合、交流がイベントの間だけと短期的になりがちであり、交流が続くような中・長期的展開が必要であると考えた。
- ・板橋区内にあるコミュニティスペース連絡会への参加・ヒアリング調査
 高島平の属する板橋区には、多数のコミュニティスペースが存在し、板橋区の動きとして、その数を200箇所まで増やそうとしている。多種多様な方法を用い、地域のコミュニティ作りに取り組んでいることが分かった。ただ利用者は固定しており、その中で運営されているものであった。だが、数あるコミュニティスペースを地域に対しオープンな状態にすることができれば、地域コミュニティ活性化に大きな前進がみられるのではないかと考え最後のイベント開催に至る。
- ・高島平団地内にある4か所のコミュニティスペースを利用した合同イベント
 中・長期的なコミュニティ作りをする為には、地域にあるコミュニティスペースを定期的に利用してもらう必要があり、

高島平団地内だけでもコンセプトやTGが異なる4か所のコミュニティスペースの良さを生かし、同時合同説明会を行い、地域住民にコミュニティスペースがどのような目的で活動しているのかと魅力を伝えるイベントを行った。ただ、集客面で苦戦し効果的な結果を得ることができなかった。定期的な固定客により成り立つコミュニティスペースには、管理者と利用者間に信頼関係があり、私たちのようなよそ者にとって信頼関係を築くには時間が必要であることが分かった。

4. 総括

今後増々高齢化社会となる日本社会に

とって地域コミュニティを強くする施設や活動は、より脚光を浴び増えていくだろう。そして、現在、高齢者地域では地域コミュニティ施設が奮闘することにより、小さいものではあるが地域のコミュニティが成り立っている。

都心団地のような人口の多い地域はその個人の価値観も多様化しており、地域全体でコミュニティを成り立たせることは難しい。その為、地域コミュニティ施設などが地域に散らばり、各住民が自分にとっての居場所を見つけ出すことができれば、コミュニティの衰退による孤独死の増加や生活する中での相談者がいないといった事象から抜け出せる。

売れない商品のマーケティング ～CASIO 製品次世代カメラ FR10の販売促進活動

代表者：酒井ゼミ 3年 富田真央

企画概要

CASIO の製品 FR10というレンズ部分とモニター部分が分離する次世代カメラのマーケティングを行った。

FR10は売り上げに繋がっていないという現状があり、それに対して私たちは売り上げ向上を目的にマーケティングを行った。

○事前の現状分析（4月27日～6月23日）

私たちはFR10が売れない現状について4つの原因があるのではないかと分析した。

1. 現在のカメラ市場は、高性能カメラ付き携帯電話の普及と経済危機により減少しており、2015年もカメラ市場の縮小傾向がある。
2. 家電量販店では、配置が部門ごとになっている。FR-10は様々な利用可能性はあるものの、部門ごと特化した競合商品にその「専門性」で勝つことは難しい。
3. WEBより男女90人にFR10について認知度・印象・価格についてのアンケートを行った結果、FR10を知らない人が9割と占めた。FR10を提示して印象を聞いたところ「面白そう」、「楽しそう」という回答が多かった。しかし、FR10の本体価格42,984円をどう思うかという質問に対しては、高いと回答した人が7割を占めていた。
4. CASIOの社員にFR10のターゲットとコンセプトを伺ったところ、FR10はターゲットが決まった商品ではなく、従来のカメラの定義を覆すために作られた製品

であるということが分かった。

○仮説の構築

上記の分析から、FR10の利用多様性を発掘し利用用途を消費者に提示することで、商品価値が向上し、売上向上に繋がるのではないかという仮説を立てた。

○企画の実施

仮説に基づき、以下の3つの企画を行った。

1. 使用用途の開発（6月24日～7月29日）

様々な職種の人にインタビュー調査（質的調査）を実施。1人1人の仕事内容などを調査した後にFR10に関して質問し、様々な業種に向けた新たな使用用途を発掘した。

2. 使用用途の提案（7月30日～）

CASIO公式オンラインショッピングサイトのe-CASIOで法政大学酒井ゼミ専用ページを作成し、私たちがインタビューより開発したFR10の使用用途を法政大学内のサークル活動で実践し、それを記事して公開した。

3. 使用用途の体験（12月12日、13日）

ステージ上に巨大サンタとスノーマンを配置し、フォトプロップスや小道具などを使って、FR10で自由に撮影してもらうFR10体験イベントを行った。

○仮説検証の結果

1. 使用用途の開発

調理師や美容師、ガス会社など様々な業

写真：酒井ゼミによる商品の解説ページ



種から質的調査を18人に実施。インタビューから合計66個の使用用途を開発。開発した使用用途をCASIOに報告した。

2. 使用用途の提案

- ・ e-CASIO 全体閲覧数 (10月13日～11月19日時点) 482件
- ・ e-CASIO ページ別閲覧数 (10月13日～11月19日時点) 375件
- ・ e-CASIO 購入件数 (10月13日～11月19日時点) 19件
- ・ e-CASIO FR10購入件数 (10月13日～11月19日時点) 0件

3. 使用用途の体験

～実施～

場所：三井アウトレットパーク幕張

日時：12/12(土) 10:00～16:00【晴れ】

12/13(日) 10:00～16:00【曇り時々雨】

～イベント参加人数～

12日(土) 70組 198人 (子供98人、若者20人、中年77人、高年3人)

13日(日) 105組 301人 (子供132人、若者35人、中年134人、高年0人)

合計 175組 499人 (子供230人、若者55

人、中年211人、高年3人)

※子供＝小学生以下 若者＝中学生以上から20代 中年＝30代から64歳以下 高年＝65歳以上

～本体実績 (FR-10購入件数)～

12日(土)

イベント参加者来店数56組→購入0台

13日(日)

イベント参加者来店数67組→購入1台

合計

イベント参加者来店数123組→購入1台

～アンケート～

合計86人 (男性41人 女性45人)

【FRシリーズを体感していただいた感想】 (N=86)

a. 非常に面白い 26.7%

b. 面白い 68.6%

c. 普通 4.7%

d. つまらない 0%

【非常に面白い、面白いと答えた方 面白いと思った機能は何ですか】 (N=82)

a. 自由なアングルで撮れる撮影スタイル 87.8%

b. 簡単に体に装着できるアタッチメント 3.7%

写真：企画当日の現場の様子



- c. 簡単に感動的なショートムービーが作れるハイライトムービー 1.2%
- d. 広角で撮影できるレンズ 7.3%

○結果からの考察

上記の3点の企画を実施することで、FR10の利用多様性を発掘し利用用途を消費者に提示することで、商品価値が向上し、売上向上に繋がるのではないかという仮説の検証を行った。

まず利用多様性について、私たちは様々な職種に質的調査を行い18人から66個の使用用途を開発することで、FR10の使用用途開発が可能であり、利用多様性を引き出せることを証明した。

次に、開発したFR10の使用用途を記事して公開することで消費者に使用用途を提示し、利用多様性提示による商品価値向上と売上向上を検証した。サイトの閲覧は375viewにのびたが、そのうち売り上げ

に繋がるものはなかった。そこで私たちは、利用多様性による商品価値向上を証明するには、使用用途の認知だけでなく、使用用途の体験も必要であると仮定し、FR10体験イベントを実施した。

結果はFR10を体験した175組中123組が店舗に来店し、1台購入につながることができた。またアンケート結果から体験した人の9割強が非常に面白い、面白いと回答しており、非常に面白い、面白いと答えた方へ面白いと思った機能は何ですかという質問に対しては、8割強が自由なアングルで撮れる撮影スタイルという利用多様性についての回答になった。

上記の結果から、利用多様性を体験するイベントを行うことで今後のFR10の売上向上に繋がると考察する。

○CASIO への報告会 (2月予定)

上記の考察をCASIOへ報告する。

神楽坂で自分磨き

代表者：梅崎ゼミ 遠藤ひとみ

実施概要

1 プロジェクトの目的

①自らの地域研究への関心の向上

私たちはゼミの活動で、オーラルヒストリーというインタビューの手法を用いて、神楽坂のまちづくり・地域ブランディングを行っている。その発信方法として、インタビュー記事を作成し、しんじゅくノートというポータルサイト上で発信しているが、web上の記事のみでは地域に与える効果が薄く、目に見えづらい。そこでWebという間接的な発信だけではなく、直接人々に神楽坂の魅力を伝えたり、神楽坂の魅力を肌で感じてもらったり、神楽坂の人々を結び付けたりすることのできるようなイベントを開催する。自ら地域と人に関わることで神楽坂の関心を高め、更なる地域研究へ活かすことを考えた。

②神楽坂の新たな魅力の発信と地域活性の促進

地域の住民ではないよそ者の視点で地域を見ることであらたな魅力を発見し、それを潜在的ニーズにアプローチする。またそれにより、さらなる地域の活性化を促していく。具体的には、神楽坂に対するイメージ調査より得た、「和」と「おしゃれ」というイメージより、「神楽坂＝和の習い事の街」というイメージづけを目指す。また、イベントを通して先生同士、イベント来訪者同士、先生と来訪者のつながりを築ききっかけを作り出し、更なる神楽坂の活性化を促す。

2 プロジェクト体制

5名のチームで行った短期イベント型プロジェクトの体制を以下に示す。

*担当

遠藤…華道教室全般、青空フェスタ運営局との連絡
小野寺…チラシ作成、PR
清本…PR、イベント運営
多胡…会場手配、PR
田中…ガイドブック作成、書道教室担当

*実施日

2015年10月4日

*実施場所

風雅すたいるカフェ

*参加教室

華道教室相阿彌流
書道教室優見

*参加人数

華道教室5人
書道教室6人

*実施内容

2015年10月4日に神楽坂（風雅すたいるカフェ）にて14時から2時間実施。

*運営方法

各教室1回1時間定員3人 2部制にて実施。

3 スケジュール

次に、プロジェクトのスケジュールを以下に示す。

2015年8月中：以前ゼミの授業中にインタ

ビュー調査を行った教室の先生にアポイントを取る。
(イベント参加・ガイドブック掲載について)

実施場所の確保を行う。

8月から9月：ガイドブック作成

ガイドブック概要：神楽坂にある和の習い事教室を5教室掲載。教室の詳細や地図を記している。

10月：青空フェスタという神楽坂のお祭りでチラシを配布する許可を取る

SNS を用いてイベント開催を告知。

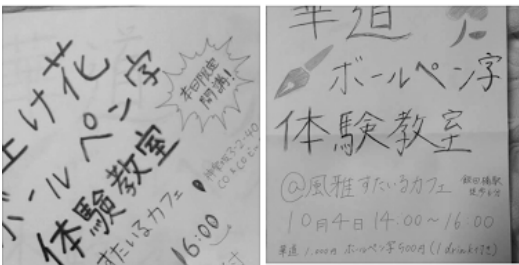
華道教室は教室のHPを通して事前予約も受け付ける。



10月4日限定！
神楽坂で和の習い事体験教室を開催します！
今回は『ペン字』と『華道』
たくさんの人にこの体験教室を通じて
日本の和の文化に興味を持ってもらう事が目的です。

【場所】風雅すたいるかふえ
【時間】14時～16時
【費用】ペン字500円、華道1000円(各1ドリンク付)

たくさんのご参加お待ちしております。



10月4日イベント当日：青空フェスタで開催時間までチラシを配り、イベントの認知を高める。

青空フェスタの本部にチラシを置いてもらう。

イベント後にアンケート実施。

結果・意義・所見

4 検証

イベントの効果を検証するために、イベント参加者にイベント参加後にアンケート調査にご協力いただいた。はじめに、そのアンケート結果について下記に記す。

Q, 和の習い事をしたことはありますか
和の習い事を初めてした：8人
二度目以降：2人
現在している：1人

Q, 満足度
習い始めたい：2人
もう少し体験したい：7人
今回のみでよい：2人

Q, 神楽坂に住んでいるか
住んでいる：9人
住んでいない：2人

Q, なぜ参加したのか
チラシを見て
声をかけていただいたため
もともと興味を持っていた
値段が手ごろだったから

Q, この2つについてイメージの変化があったか
先生が親切に教えてくれたので、初めてでしたが楽しく行うことができました。

短時間でしたが字をきれいに書くコツがわかりました。

難しいイメージがあった華道が少し身近に感じました。

自己流でやっていたのでちゃんと教えていただけて良かった。

アンケート以外に参加者の方の意見を直接インタビューした。インタビューによると、和の習い事の壁の高さを感じた。しかし、1回体験していただくと「身近に感じた」という意見が多々あり体験する機会を増やす必要性を感じた。また、教室の先生から1回の時間がやはり1時間だと教えきれないため、その習い事に合った時間数が必要だったのではないかと感じた。

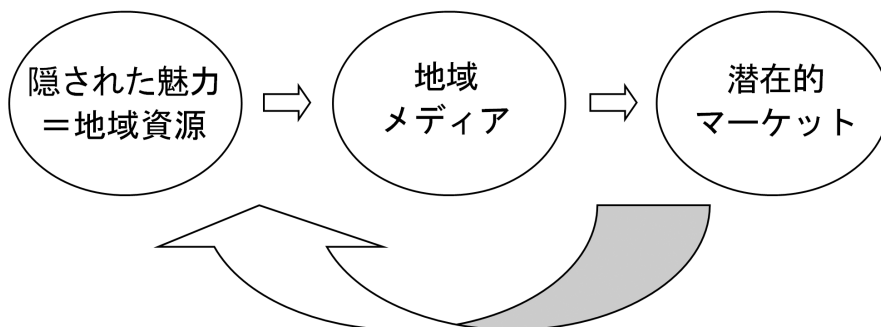
5 発見と提言

私たちは、よそ者効果を用いて教室の先生と地域の方をつなげ、神楽坂地域をブランディングすることを目的としていたので、今後さらに和の習い事の高級感や硬さというのを和らげる必要があると感じた。そのためには今後下記のことを定期的に行う必要がある。

- ・ 今回のようなイベントの開催
- ・ 教室独自の体験教室の告知を広める
- ・ 教室の先生と地域の方との交流が深められる場の提供

このようなイベントを定期的に続けていくことで、潜在的マーケットにアプローチすることができ、波及していくことができるのではないかと考えた。地域マーケティングの効果をまとめると、以下の図のようになる。

神楽坂は、地域資源も多く、地域メディアやイベントによって地域のブランド価値を向上させることに成功している地域とも言える。その意味では、今回のプロジェクトは成功し易かったとも言える。しかし、実際のところ、ブランディングまでつなげるためには、「よそ者」である私たちだけでは限界がある。この活動の認知度を高め、自治体を含めて持続的活動につなげていく必要があるだろう。また、神楽坂のように地域資源に恵まれていない地域において今回のようなブランディング活動が成功するかどうかは不明である。様々な地域ブランディング戦略の比較が求められている。



働くを学ぶ 実践的に学ぶ 対話型講演会

代表者：田中ゼミ TTC PROJECT 伊藤健作

1 実施概要

本活動は、本活動団体TTC PROJECTに所属するキャリアデザイン学部生2年生～4年生が企画、司会、運営を担当し、参加型の連続講演会を4回実施した。4回の連続講演会をつなぐテーマとして、「働くを実践的に学ぶ」ということに焦点をあてた。本企画を通じて、参加者が働くことやキャリアについて見識を深め、それぞれのキャリアデザインに活かしていくことを企画の狙いに据えた。

本企画の実施理由は「学生の主体的な行動が求められているにも関わらず、学生コミュニティ内だけではロールモデルが決定的に不足し、私たち学生は情報に振り回されるだけで、明確な選択肢を持って行動できず、卒業後のキャリア形成が定かではない状況になっている。」という問題点を自分たちで打開したいと考えたからである。

そこで、われわれは、学生のうちにできるだけ視野を広げ、選択肢の中から主体的に行動する為に必要なことは何かを模索した。その一つの回答として浮かび上がったのが、「学生内のコミュニティだけでなく、社会で活躍している方々のキャリアを知ることからはじめる」ということであった。それも単発の形式的な講演会ではなく、連続の講演会で毎回の参加を通じて、学びを深めていく仕掛けを練り込んだ。招聘するゲストは、業界や職種の異なる人を意図的に選定した。それぞれの業界や業種で活躍されるロールモデルが、いかにしてキャリ

アを形成しているのか、ゲストの経験に寄り添い、学んでいく場と機会をつくることを本企画の狙いとした。本活動の実施にむけて「ロールモデルの発見や新しい価値観を獲得する時間」の創出にむけて取り組んだ。

本活動のプロジェクトメンバーで2015年5月から6月、2ヶ月間にわたり、何度も打ち合わせを重ね、① 対話型の講演会に導く問いかけやグループワークの準備、② 講演会をキャリアデザイン学部生のみならず、高校生や一般人の参加も促すようにソーシャルメディアでの告知にも力を入れてきた。

従来型の講演会は、ゲスト講師が働くことやキャリアについて一方的に講話し、その後、わずかな時間での質疑応答が行われる傾向にあった。ゲスト講師のキャリアについては、刊行された著作や講師のホームページ等で拝読することが可能であるにもかかわらず、その内容を重複して聞くということに問題点があった。そこで本活動では、前半部分で事前にプロジェクトメンバーで検討した質問事項をゲスト講師に投げかけ、議論を深めていく形式を取り入れた。後半では、少人数で議論できるグループワークで問題をより深堀し、そこで得られた課題をゲスト講師と一緒に解いていく時間をもうけた。このようなアクティブラーニング形式の講演会を通じて、参加者は漠然と働くことを意識した状態から、「主体的に人生を歩むこと」を意識し、キャリア形成の選択肢を広げる機会となった。また、事前

準備、打ち合わせ会議、当日の流れ、質問内容、グループワーク内容を含めて、本企画の実施学生は、講師のキャリアをより実践的に学ぶことができた。

対話型講演会を取り入れることで、従来の「受動的」な講演会で起こりうる講師と生徒間の知識や価値観のギャップが以前よりも大幅に解消されたことは大きな発見と成果であった。それでも、議論が活発に行われなかったときには、机を移動させ、椅子を集めて、円形の議論空間を創った。講演会は90分間から120分間で構成していたが、4回の講演会とも、予定していた時間ぎりぎりまで議論が盛り上がり、充実した学びとなった。

さらに、本企画は学部学生のみならず、他学部生、他大学生、高校生、一般社会人の参加も広く募った。ソーシャルメディアの告知の成果もあり、いずれの講演会も盛会となった。（*7月1日に開催した第一回講演会では、82名。7月15日に開催した第二回講演会では、参加者294名。9月30日に実施した第三回講演会では、124名、10月21日実施し第四回講演会では、参加者79名）

所属や社会的属性の異なる参加者が一同に集うことで、様々な角度からの議論の深まりを実感できた。学内外から様々な意見や質問によって、本学部生の参加態度や質問もより積極的なものになった。

下記、本活動への主な準備と連続講演会の実施日を記載する。

<準備>

- ・ゲストの選定、ゲストへのアポイントメント、質問項目、講演会の流れの打ち合わせ
- ・TwitterやFacebookなどのソーシャルメディアを利用した講演会情報の拡散
- ・プロジェクターなどの講演に必要なもの

を事前準備と議事録の共有とwebメディアへの投稿

<講演会実施日>

第一回 7月1日（参加者82名）「会社経営者のキャリア」

森川 亮氏（元LINE代表取締役社長、Cchannel代表取締役）

内容：「シンプルに考える」特別セッション

実施担当者：勝野真之 比嘉すみれ

講演会運営補助 講演会撮影 株式会社アマナ（*助成金による支払い）

第二回 7月15日（参加者294名）「政治家のキャリア」

菅 義偉氏（内閣官房長官）

内容：官房長官と原点のキャリア

実施担当者：伊藤健作 金村嶺 金園美奈

講演会告知ちらし デザイン制作 株式会社（*助成金による支払い）

第三回 9月30日（参加者124名）「芸人のキャリア」

西野 亮廣氏（芸人 キングコング）

内容：西野亮廣氏と語り尽くす会～教育とは何か～

実施担当者：青木寛太 板持優来

第四回 10月21日（参加者79名）「映画監督のキャリア」

紀里谷 和明氏（映画監督）

内容：創り人として生きること、キャリアを語る

実施担当者：津田純一 SunyoungLee

2 結果・意義・所見

<結果>

連続講演会を通じて各界で活躍されている方が現在どのように考え、また学生時代

にどのように行動していたかを学んだ。とくに、ゲストが学生に今戻ったらすることや今後必要となるものを聞くことができ、自分たちのキャリアに非常に有意義な時間となった。その後講演会参加者で議論をさらに自主的に深め、互いの意見交換や考え方の共有を行うことで多様な視点を獲得した。

キャリアデザイン学部生は学問としての「キャリアデザイン」について授業で学習している。自分自身のキャリアに対する考えを深める場が設けられているため、自らのキャリアに対する考えを持っている学生が多い。一方、今後の自分の働く姿やどうキャリアを重ねていくかを具体化できていない学生も少なくない。この連続講演会で、その具体化できていない部分を改めて認識することになった。その後の議論で「就活を意識した自身の適性を見極めることにとどまらず、様々な分野の方からキャリアを聞き自身のキャリア形成を考えることで早期から目標に対して行動ができる」と考える学生が多かった。

働き方・生き方という面では、社会に出る感じることや物事の考え方、捉え方を教えていただいた。私達は授業の中で数多くの事象に対してディスカッションを行なっているが、自分たちの中では出ることのなかった考え方や捉え方に感銘を受けることも数多くあった。

先に述べたように連続講演会では講演者が自身のキャリア形成を語ることで参加者がそれぞれのキャリアについて考え、対話を通してキャリアについての疑問を解消することもできた。これは講義型の授業ではできなかったであろう。学部の講義でキャリアに関する知識を得て、講演を通して将来の自分を想像した上で、今の行動を考え、行動できるようになったと考えている。

四名の講演者は、ジェラートの「直感的

意思決定理論」のように意思決定を素早くし直感的に物事を行うタイプとロックの「目標設定理論」のように目標設定を明確にして物事を進めるタイプに分類することが出来る。それぞれ生き方・働き方は異なるものの、幾つかの重なりや生き方や働き方の「軸」となるものには共通点がみられた。私達は講義の終了後のディスカッションでもその2点の重要性を感じ、これから自身のキャリアとしても生きていくと考えた。

ここでは、個別講演会の詳細よりも、連続した講演会の中から導き出される学びについてまとめていくことにしたい。

1、他人は変えられない。変えられるのは自分だけ。

百聞は一見に如かずということわざがあるがその通りで、現在他者が物事を評価してその評価を元に判断することが多い。インターネットの発達により便利になったが自分の判断値がなくなっている。他者の判断や物事をカテゴライズするのではなく、自分の中ではどうなのかと考え、落とし込んでいくことが見極める力がつくことである。その結果、自分の中で価値を判断して主体的に行動できるようになる。

夢をなし遂げる人はそのための行動が本気である。達成するために自分で行動を繰り返すことで道が開いてくる。他者から見れば偶然と思われる出会いも自分自身が行動をした結果であり、それは必然の結果である。幸運は自ら作るものであり、日頃から意識して活動しなければ起こらない。ゆえに、何かやりたいことがあれば今すぐ行動し、自らチャンスを掴み取っていくべきである。そうすることで一歩ずつ進んでいくことができるのである。

2、人生を豊かにする秘訣

人生というのは誰かに決められて進んで

いくものではなく自分で切り開いていくものである。今自分が行っていることはドキドキしているだろうか。ドキドキする環境であるからこそ水を得た魚ようになるのである。自らが楽しんでこそ、そのことに没頭できる。そうすることで周囲も楽しめて環境が整ってくる。私たちが今後就職して働いていく、働いている中で何にドキドキするかを考えていけばより豊かな人生になるだろう。

3、「働く」を築いていく

講演者が共通し述べたのは「行動力の重要性」だった。変化の激しいグローバル社会の中では、適応しながら主体的に生きていくことが求められている。そこで提案される働き方は、自分の得意なことや個性を活かしていき、もう一方では自由に興味のあることに挑戦して行く働き方である。挑戦し、その時に努力をするからこそが自分自身を成長させるきっかけになるのである。そのために今できる準備は非常に大切であり、調べられることは徹底的に行うということが必要である。そうして、キャリアは積み重なっていく。

<課題>

最後に連続講演会での積み残し課題についても触れておきたい。企画時に重視した①準備段階での学びと、②講演会での学びは、何度も打ち合わせを重ねて来た成果も出て、満足のいくものであった。だが、③

講演会を経て、参加者がいかにその学びを継続的にいかしているか、このフォローアップの工夫が今後はなされるべきだと考える。ゲスト講師に参加者それぞれが感想をまとめ、おくことも可能であろう。そのフィードバックは、数ヶ月ほどおいて、実際に、参加学生が話を聞いて、行動をかえてきて、いかなる変化が生まれているのかを伝えるような内容が望ましい。別の見方をするならば、講演に来て頂いたゲスト講師からの課題に取り組んでいる様子を、フィードバックする仕組みを創ることである。ホームページやソーシャルメディアに記載していくのも一つの案であろう。学びによる変化を言語化していくことで、さらにこの連続講演会が意義深いものになる。

当日の司会や運営の力量には、参加者間でムラがあり、本活動団体の母体となるゼミとしては、司会や運営についてブラッシュアップしていくことが共通の問題認識として共有された。そこで、本連続講演会以降、参加者が御題を決めて、5分間のプレゼンをするという時間を毎週もうけて継続している。各回4人が報告し、プレゼンスキルや内容もレベルアップしている。このことは、本企画を実施してきたことの付随効果としてもたらされたものである。

働くことと学ぶことを自分たち事として認識し、キャリアモデルから実践的に習得していく。本活動の活かして、それぞれのキャリアをじっくりと育てていきたい。

「防災×アート」

—アートを活用した防災意識の涵養—

代表者：荒川ゼミ 3年 荒木瑠里香

1 実施概要

■企画の背景

〈問題提起①〉

2011年の東日本大震災以降、人々の防災に対する意識は高まりつつある。しかし、実際に防災に関する取り組みを行うことや、防災関連のイベント等に参加する機会は極めて少ないのが現状といえる。また、防災を行う上で重要なポイントである、地域住民同士の交流が近年希薄になっていることも課題である。

そこで当ゼミは、私たちの研究分野である「アート」を用いて、より身近に楽しく人々の防災意識を高めるとともに、地域住民の交流の場を創出するための企画「防災×アート」を実施した。

〈問題提起②〉

昨年、大学の近隣にオープンした「飯田橋グランブルーム」は、地域貢献として様々な防災機能を備え、千代田区の新たな防災拠点となっている。しかし現状として、グランブルームの防災設備はいまだ広く知られていない。またそもそも、地域住民や周辺の学生・社会人等との関わりも希薄であるように思える。そこで私たちは、グランブルームが地域交流の拠点となり、かつ同建物が備えている防災機能についての情報を広められるような企画を考案することに

した。

■先行事例の調査

まず企画を行うにあたり、先行研究として、防災とアートを組み合わせた企画の事例について調査した。その結果、「アレンジ防災頭巾」を作るワークショップ⁽¹⁾や、逃げ地図を用いたワークショップ⁽²⁾など、いくつかの有効な先行事例があることが確認された。

■企画内容

荒川ゼミ3年生および2年生の一部によって、2015年9月5日に、飯田橋グランブルームで行われた「まちのわ防災 Festa」内の企画の一つとして、「LED ランタンづくり」と「デコレーションヘルメットづくり」の二種類のワークショップと、防災クイズを開催した。近隣に居住する親子向けに防災意識の涵養を図ること、グランブルームの防災施設の認知度の向上、地域住民の交流の場を創出することの三つを目的として行った。

「LED ランタンづくり」と「デコレーションヘルメットづくり」を選んだ意図としては、実際に災害時にも使用できる事、身近な道具で簡単に作成できる事、本企画のターゲットとなる親子世代にも楽しんで作っていただける事、また私たちのゼミの特徴である「アート」を活用できる事などが挙げられる。

(*1)「ズッキーニ」HP <http://zucchini22.blog55.fc2.com/> (最終閲覧日：2015年12月15日)

(*2) 一般社団法人子ども安全まちづくりパートナーズ「防災アートプログラム『キツネを探せ in 陸前高田』を共催」
<http://kodomo-anzen.org/activities/activitylist/1884/> (最終閲覧日：2015年12月17日)

■当日のプログラム

日時：2015年9月5日

主な対象：近隣に住む親子（幼稚園～小学生）

〈LED ランタンづくり〉

11:45～/12:45～/14:15～/16:00～ 全
4回開催（各60分）

各回定員先着10名（合計40名）

〈デコレーションヘルメットづくり〉

12:00～/13:30～/15:00～/17:00～ 全
4回開催（各60分）

各回定員先着7名（合計28名）

〈防災クイズ〉

上記防災グッズ作成のワークショップにお

いて、各回の導入として最初の10分程度、紙芝居形式によって実施。防災に関する知識や、飯田橋グラブルームの施設機能がわかる内容にした。

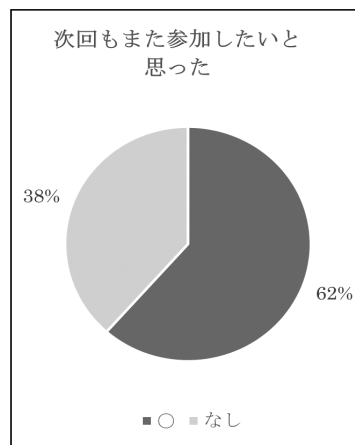
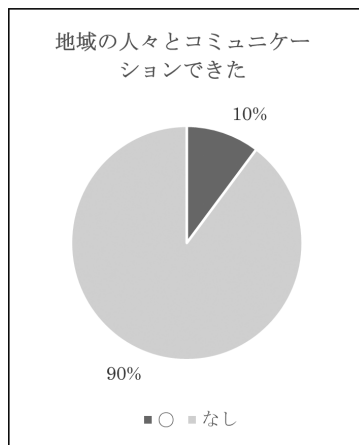
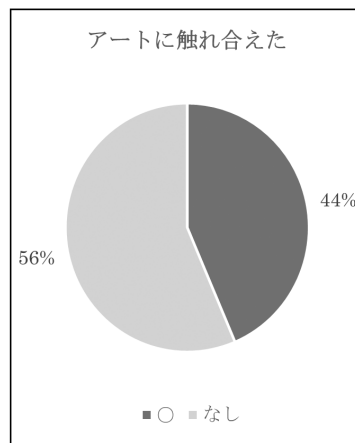
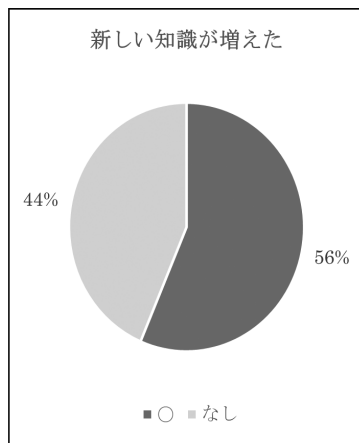
2 結果・意義・所見

■アンケート調査から

参加者本人または参加者の保護者を対象にアンケート調査を実施し、のべ70組の参加者中39名よりご回答いただいた。

〈主なアンケート結果〉

◎ワークショップに対する意見や感想（選択式で複数回答可）



〈自由記述欄の記入内容例〉

- ・子どもに知識を入れるのにとってもいいアプローチだった
- ・とても楽しく作ることができた
- ・楽しくものづくりができ、スタッフの笑顔で頑張れた
- ・学びながら楽しく作ることのできるいいイベントだった
- ・とても楽しく「学ぶ」「遊ぶ」が出来た。またこのような機会があるとよい
- ・とても丁寧に見てくださり、子供たちが自由に楽しく作っている様子でした。継続して頂けると嬉しいです

■考察・気づきなど

本企画を実施したところ、のべ70組ほどの親子の方々に参加していただき、各回のプログラムを満員で終えることができた。中には二つのワークショップに両方とも参加する親子の姿も見受けられた。このことは、本企画が主な対象とする親子にとって、親しみやすい内容を提供できたことを示しているといえるであろう。

また、本企画を行った際に実施した参加者へのアンケート結果より、ものづくりの楽しさを体験できたことはもちろん、子どもへの防災意識の啓蒙を行うアプローチになった事、私たち大学生と地域住民とが交流できる機会の創出に繋がった事などがわかる。さらに現場での様子から、子どもだけでなく保護者にとっても学びになるクイズ内容を提供することができ、親子で防災の知識を高めるきっかけになれたのではないかと考える。

しかしその一方で、アンケートによれば、ワークショップのファシリテーターを務めた私たち大学生に対してはともかく、近隣住民同士のコミュニケーションが創出される契機には繋がりにくかった事が明らかとなり、今後の課題として残された。

以上の結果より、「防災」と「アート」とのコラボレーションの観点から企画を行う事によって、防災意識の啓蒙や、大学生（企画実施者）と地域住民との交流を創出できるということが証明された。だが、今回は主に親子を対象としたワークショップに終始したため、そのほかの地域住民のニーズを汲み取ったり、あるいは住民同士の横のつながりを生み出すような機会は十分に持てなかった。こうした点については、さらに関連の文献や論文を読み解くとともに、来年以降も類似の企画を重ねて実施していく事によって改良していきたい。

（執筆 堀上 駿）

企画実施者

森 彩香、引地郁弥、河井 渚、文 寶恩、竹川健貴、星野加奈、齋藤明里、服部美帆、荒木瑠里香、堀上 駿（以上3年）

坂井雅彦、平野純樹、松橋友美（以上2年）

