

小泉八雲活かした焼津市の活性化に関する研究

—焼津＆八雲YYプロジェクト—

静岡県立大学 国際関係学部 細川光洋ゼミ

指導教員：教授 細川光洋

参加学生：原田幸枝、青島沙紀、佐々木真子、鈴木麻友子
平松里苗、倉田麻有、生熊美汐、澤野華世子

1. 焼津＆八雲YYプロジェクト

『怪談』で知られる文学者小泉八雲（ラフカディオ・ハーン）は、晩年、夏の避暑地としてしばしば焼津を訪れ、家族とともに海水浴などをして過ごした。八雲は、焼津の風物や伝承をもとに、「焼津にて」「乙吉のだるま」「漂流」等の作品も残している。焼津小泉八雲記念館における展示をはじめ、「八雲会」による顕彰も継続して行われているが、八雲にちなんだ土産物が地元でほとんど企画されたことがないなど、地域とのつながりという面では課題があった。

こうした現状をふまえ、静岡県立大学細川光洋ゼミ（日本近代文学専攻）と焼津小泉八雲記念館、焼津市観光協会の3者の連携によって立ち上げたのが、「焼津＆八雲YYプロジェクト」である。小泉八雲とその文学作品を「地域の文化資源」としてとらえ直し、文学を通して地域の魅力を広く発信していくことを目指している。また、八雲作品の重要なモチーフである「妖怪」を緒口として、学生たちの柔軟な発想力をもとに、これまで文学に関心のなかった若者層へのアピールをはかることもねらいとしている。

2. 研究の目的

本研究は、「地域資源としての文学」をプロジェクトテーマに、焼津市ゆかりの作家小泉八雲と地域とを結びつけ、新しい地域デザインに取り組み、焼津市の潜在的な魅力を発掘し、活性化させることを目的とする。

3. 研究の内容

7月、細川ゼミ、焼津小泉八雲記念館、焼津市観光協会の3者による連携プロジェクト「焼津＆八雲YYプロジェクト」を発足。記念館、観光協会との話し合いの中で、課題としてまず以下の2点が挙がった。

- 小泉八雲に関連した焼津の特産品が現在はない [PRできるグッズがない] (観光協会)
- 焼津小泉八雲記念館を訪れる来場者のほとんどが年配層であり、若者層の関心を高めたい (記念館)

以上の課題に取り組むために、①小泉八雲にちなんだ商品の開発提案、②八雲作品と地域とを結びつける学生による朗読会の実施、を先行して行うことを決定。この企画方針に基づき、以下の4. 成果(2)のような活動を行った。

また、企画提案を充実させるために、八雲作品をゼミで読み込み、夏期には焼津の八雲ゆかりの地を歩いて、案内板の設置状況などを調査している。単に調査するだけでなく、それを具体的な提案・行動に繋げていくことを心がけてプロジェクトに取り組んだ。

4. 研究の成果

(1) 当初の計画

当初の計画では、「商品開発」「朗読会」の企画の他に、「学生の案内による文学散歩」(ゴーストツアーア)、「文学散歩コース冊子づくり」、「浜通り（八雲通り）活性化への提案」などを考えていた。「商品開発」「朗読会」を先行させたのは前記の理由にもよるが、「文学」としての魅力を伝えるためには、提案者（学生）自身がより深く八雲作品を知り、具体的に街歩きを実施して〈体験〉する必要があると考えたからである。後者については、継続する取り組み課題として(4)今後の改善点に挙げた。

(2) 実際の内容（Aは予定どおり、Bは一部修正、Cは中止など）とその理由

B：一部修正

B評価としたのは、「文学散歩」「冊子づくり」を形にすることができなかつたため。「商品開発」「朗読会」については以下のように実施し、外部からの評価も得ている。実施プロジェクト全体としては、「A評価」としてよいと考えている。

(3) 実績・成果

「焼津＆八雲YYプロジェクト」の主な活動実績は、以下の通り。

①「焼津＆八雲YYプロジェクト」公開プレゼンテーションの開催（於、焼津小泉八雲記念館）

9月9日（金）焼津の地元企業・行政関係者の方々を招いて、「妖怪おでましまグカップ」や「魚河岸手ぬぐい」などの商品アイデア、八雲妖怪によるLINEスタンプの製作、学生による「朗読会」や八雲ゆかりの地を巡る「文学散歩コース」作りなどの企画提案を行った。焼津の企業の方々に直接アイデアを発信することができ、会場で貴重な意見もいただくことができた。この公開プレゼンとともに、朗読会などの実現に繋げることができた（約70名出席）。

公開プレゼンの内容は、「静岡新聞」9/7朝刊、「中日新聞」9/10朝刊でも写真入り記事として紹介された（「静岡新聞」の掲載内容は、8/31の事前プレゼンでの取材による）。

②「焼津＆八雲シール」の製作〔10-11月〕

焼津と八雲のつながりをアピールするために、ゼミ生たちによりデザインされた「焼津＆八雲シール」。配色についてもゼミで話し合いを重ね、色は焼津のシティーカラーの水色で、封筒に封ができるように横長の楕円にした。11月の八雲作品の朗読会の会場で「みそまん」販売を行う際、出店してくださった老舗和菓子屋油屋の「みそまん」の包みに貼らせていただき、販売を行った。用意されていた180個全ての「みそまん」を完売。

焼津小泉八雲記念館で、いくつかの色のバリエーションを加え、今春より実際に販売の予定。

③朗読会「八雲作品の朗読と箏曲のしらべ」の開催（於、焼津海蔵寺本堂）

11月27日（土）YYプロジェクトによる初のイベントとして開催。八雲作品「漂流」の実際の舞台となった海蔵寺（焼津市小川）の本堂を会場として、静岡県立大学箏曲部の協力のもとに行つた。

演目は、前半「雪女」、「水面」（箏曲演奏）、後半「漂流」。海蔵寺での下見を重ね、照明を落とし、蠟燭の灯りに青色LEDライトで海中の雰囲気を出すなど、演出にも工夫。会場では、ゼミで製作した「焼津＆八雲シール」貼付の「みそまん」を販売。地域の中の文学にあらたな光をあてる企画となつた（約70名参加、学生主催のイベントということもあり20-30代も参加）。

朗読会の模様は、「静岡新聞」11/29朝刊で写真入り記事として紹介された。また、当日「静岡時代」の取材を受け、朗読会の動画をfacebookで紹介・発信していただいた。

来場者のアンケートにも、「またぜひやってほしい」「情景に合わせて箏曲を奏でる様子がなんとも美しく、夕暮れ時ということも相まって、怪談をするにちょうど良い雰囲気でした」とあった。

④「魚河岸手ぬぐい」の製作 [12-1月]

焼津の名産品「魚河岸手ぬぐい」と小泉八雲をコラボさせたオリジナルデザインの手ぬぐいの考案。八雲の後姿と「焼津」、「八雲」の文字をちりばめたものと、八雲の作品『妖魔詩話』に登場する妖怪「古椿」、「海坊主」、「船幽靈」、「ろくろ首」、「狐火」の5体をモチーフにした「妖怪手ぬぐい」の2種類。この「妖怪手ぬぐい」は、八雲が実際に手がけたイラストを使用（3月初旬刷り上がる予定）。

(4) 今後の改善点や課題

(1) 当初の計画項でもふれたが、地域（焼津）と八雲文学とを結びつける「学生の案内による文学散歩」（ゴーストツアー）、「文学散歩コース冊子」作りが課題として残っている。プロジェクトを継続させて取り組んでいきたい。またその中で、松江の小泉八雲記念館や島根県立短期大学における小泉凡教授（八雲の玄孫）の地域づくりプログラムの取り組みも視野に入れ、併せて〈焼津-松江連携プロジェクト〉の可能性も探っていきたいと考えている。

今回の試作品製作は、地域と文学とを結びつける一つの「提案」として行ったが、商品化に結びつけるには、実際にどのようなニーズがあり、観光客などにどのようにタッチポイントを設定していくか、さらに調査していく必要がある。

そのためには、まず焼津において小泉八雲の知名度をより高める必要がある。「文学散歩コース冊子」作りなどを通して八雲への理解を深め、焼津の企業の方々にもより説得力を持って提案できるようにするのが今後の課題である。

5. 地域への提言

文学作品を「地域の文化資源」としてとらえ直し、文学を通して地域の魅力を広く発信していくこと—これが本研究（プロジェクト）の一貫したテーマである。

八雲の滞在先であった「浜通り」（八雲通り）では、NPO法人「浜の会」による「あかり展」が8月初旬に開催されている。照明を落とし、灯籠の「あかり」で通りを照らすイベントである。例えば、この「あかり展」で八雲作品の朗読会や「妖怪灯籠」などの出品も可能ではないだろうか。地域での八雲の存在価値を高め、焼津のイベントで八雲と結びついた企画が提案されていくことが望まれる。

6. 地域からの評価

「焼津&八雲YYプロジェクト」はアウトリーチ活動の一つとしてTwitter（八雲焼津プロジェクト）を利用し、活動のツイート（発信）に対して多くの励ましの言葉をいただいている。9月9日の公開プレゼンテーション、11月27日の「八雲作品の朗読と箏曲のしらべ」はそれぞれ「静岡新聞」「中日新聞」に写真入り記事として取りあげていただき、地域からの注目度や期待感の高さもうかがえる。

昨年12月3日（土）には、第3回静岡県カレッジサミット（於：静岡文化芸術大学）に招聘ゼミとして参加し、発表を行う機会も得た。

これらの成果をもとに、次年度以降も「責任を持った提案」ができるプロジェクトとして、地域とともに課題に取り組んでいき、期待に応えたいと考えている。

〈焼津＆八雲YYプロジェクト〉



9/9 公開プレゼン（焼津小泉八雲記念館）



11/27 朗読会（焼津市海蔵寺本堂）

焼津&八雲 YYプロジェクト

八雲作品の 朗読と筝曲のしらべ

出演 静岡県立大学生 & 県大筝曲部

演目

- ◎ 朗読「雪おんぬ」
- ◎ 筝曲「水面」(沢井忠夫)
- ◎ 朗読「漂流」

2016/11/27 Sun 開演16:00

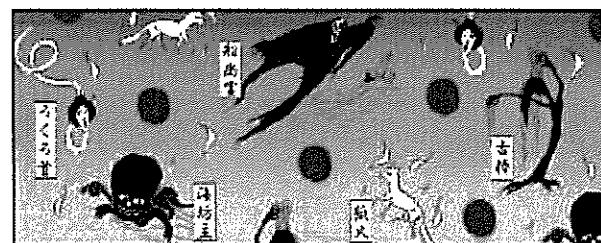
海蔵寺本堂(東小川)

定員50人(申込順)

申込方法 電話または窓口で

焼津小泉八雲記念館 054-620-0922

朗読会のポスター／チラシ



八雲のスケッチによる「妖怪手ぬぐい」

(別紙) 成果報告書

中国人観光客の静岡誘致に向けて —ニーズ把握とパンフレット制作のための実証的調査研究—

静岡県立大学国際関係学部・奈倉ゼミ

指導教員：奈倉京子

参加学生：磯谷優樹、佐野萌子、宮西悠、岡田里菜、
加藤江美、筒井葉月、西島有香、松下梓輔、村松咲彩

1. 要旨

本研究は、静岡県を訪れる外国人観光客のなかでも観光客総数で上位を占める台湾、中国（大陸）の観光客のニーズ把握のための調査を行い、それに適ったサービスのあり方を検討することを目的とした。調査は静岡と中国の双方で実施した。これらの調査により、中国人観光客を誘致するために欠けている内容を把握することができた。

今回の調査のなかで、静岡に定住する中国人が中国人観光客に提供するサービスについては、中国人に買収された旅館以外に詳しく調査しなかった。「移民と観光は連続性がある」と述べる研究者もいるように、静岡に定住する中国人が経営する中華料理店、食料品店、ホテルを利用する中国人観光客が多い。とりわけ、中国人は比較的味覚に保守的で旅行先でも中華料理を食べる。これらのことから、今後は静岡に定住する中国人のエスニックビジネスについて調査する必要性があることが見えてきた。この点については今後の課題としたい。

2. 研究の目的

本研究は、静岡県を訪れる外国人観光客のなかでも観光客総数で上位を占める台湾、中国（大陸）の観光客のニーズ把握のための調査を行い、それに適ったサービスのあり方を検討することを目的とした。

3. 研究の内容

文献資料研究と実地調査により調査研究を遂行した。

（1）文献資料研究

- ①日本語・中国語の文献資料から中国人の心理・行動原理・消費行動の特徴を分析した。
- ②中国で出版されている日本旅行のガイドブックや中国語のSNSで発信されている情報の把握を行った。

（2）実地調査：静岡県内と中国の双方で調査を行った。

- * 静岡では、①静岡市内の日本語学校就学生、県内大学の留学生へのニーズに関する聞き取り、②静岡市内の薬局、空港、鉄道会社関係者への中国人観光客の消費行動に関する聞き取り、③観光地における中国人観光客の問題や対応に関する聞き取り、④中国人に買収された宿泊施設の調査と関係

者への聞き取りを実施した。

*中国では、中国（甘肃省蘭州市）実習（10月に約1週間）を利用し、蘭州大学の教員・学生の協力を得て、中国人の観光ニーズ、消費行動、静岡に対するイメージに関する聞き取り調査を実施した。

4. 研究の成果

(1) 静岡での調査

①静岡空港

静岡空港内の土産売り場では、中国表記のポップや、特設ブースを設けて中国人観光客に人気が高い炊飯器や魔法瓶等を販売していた。また、空港内のインフォメーションセンターの方にお話しを伺ったところ、中国人観光客は、①静岡駅や富士山、御殿場アウトレットの行き方についてよく尋ねられる事②団体旅行で初めて静岡を訪れた後、2回目に個人旅行で静岡を訪れているという2つのことがわかった。静岡空港での調査を通して、中国人の利用率が多いにもかかわらず、案内版やレストラン等では中国語表記が少ない事、Wi-Fi設備が不十分であるといった課題が挙げられると感じた。

②ホテル

今回は、浙江省の中国人が経営している会社に売却された修善寺にある「ホテル滝亭」というホテルで調査を行った。このホテルでは、中国人に経営が変わって以来、中国人：日本人=7：3という割合で、中国人の利用、特に団体客での利用が増えている。そのため、受け入れ態勢として①中国語で書かれた温泉の入り方や注意書きの設置②浴衣を着たいという中国人が多い事から浴衣レンタルを団体ツアーに組み込んでもらう③日本人と中国人とチェックイン時間や食事の時間をずらす対応④空いたスペースを利用して免税店の設置の検討といったことなどを行っていた。ホテルの調査を通して、ホテル側は利用する日本人と中国人と同等のサービスを提供すること、利用客側は互いに相手の文化や習慣を理解することが必要あると感じた。

③観光施設

今回の調査では体験型観光ができる施設に焦点を当て、玉露の里（藤枝市）、izoo（河津町）、熱海梅園を訪れ調査を行った。まず玉露の里は、京都のお茶席よりも安い値段で茶道体験や、浴衣のレンタルをすることができ、庭園やお茶席では、日本の四季を感じることができる施設となっていること、Wi-Fi環境が整っており、外国人観光客でも快適に過ごすことができる事が魅力的である。その一方で、大きく分けて2つの課題が挙げられると考える。1点目は、言語の問題である。従業員への聞き取り調査を通じて、個人ツアーの場合、通訳者がおらず、コミュニケーションが取れないといった事案が起きることがわかった。現在は中国語表記のカードを用いて、作法やマナーを説明するなどの対策が取られている。2点目はマナーの問題である。突然のキャンセルや、庭園内の立ち入り禁止区域に立ち入ったり、お土産売り場などで列に並ばず順番を守らないなど、中国人観光客のマナー向上は必須とも言え

る。次にizooは、中国人バイヤーが動物を買い取りに来ることもあり、爬虫類好きにはおすすめの場所である事が魅力的である。一方で、立地が悪く、熱海駅から電車、タクシーを乗り継いでも1時間半ほどかかる場所にあることや、Wi-Fi環境がない上、施設内には中国語の表記が見られなかつたことから、外国人観光客の受入体制は整っていない印象を受けた。最後に熱海梅園は、立地が比較的良好く、熱海駅からバスに乗れば15分程度でアクセスすることや、施設内の案内図には英語、韓国語、中国語の表記がある上、入場無料という点が魅力的である。しかしこの施設でもWi-Fi環境が整備されていないことが課題として挙げられる。

④ドラッグストア

吳服町3店舗での調査では、中国人観光客に接客する際に、英語を話せるかどうか、大陸から来た人か、台湾から来た人かによって、使用する言語や会話内容が異なるため対応が困難であるということや、大陸と台湾からの観光客とで人気の商品が異なる事もわかつた。

⑤静岡日本語教育センター

静岡日本語教育センターでは、中国人の静岡県に対する意識調査を行った。「静岡県に対して何か印象はありますか?」という質問をしたところ、多くの人は「印象がない」と回答した。また、調査の中で中国人から挙げられた有名な観光地は、圧倒的に東部が多かった。

(2) 中国・蘭州市での調査

①旅行会社での調査

蘭州市内にある旅行会社に訪問した。日本に行くためのパンフレットは1種類しかなかったが、このパンフレットの中に3パターンのツアーが記載されていた。3パターンすべて添乗員・食事付きのいわゆる団体ツアーであった。ツアー内容は以下の通りであった。

全ツアー		ツアー	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目	6日目	7日目
に共通し	1	蘭州→名古屋	大阪	京都→中部	富士山→東京	伊豆・熱海	熱海→名古屋	名古屋→蘭州	
	2	蘭州→東京	東京	富士箱根→中部	京都→大阪	奈良→大阪	大阪→蘭州		
	3	蘭州→名古屋	大阪→京都	大阪→北海道	北海道	北海道→東京	富士山→中部	名古屋→蘭州	

て言える

ことは、有名観光地がある都道府県を巡るツアーが組まれているという事である。興味深いと感じた点は、ツアー3では6日目に静岡県に訪れるツアーとなっているが、静岡県には「茶道体験」をするためにだけに訪問し、その日の内に名古屋に移動しているという点である。このパンフレットからも訪日観光客の静岡での滞在時間が短いという問題が顕著に表れており、この問題を解決するためには静岡県の魅力を積極的に発信する必要があると感じた。

②蘭州市内と蘭州大学での聞き取り調査

蘭州市内と大学で20~70代の男女30人に消費行動に関するアンケート調査を行い、旅行した際、

家族にお土産を買う人が多いことがわかった。また、春節などの祭日に贈り物をすることが多いという結果を受け、春節に訪日した中国人をターゲットに、家族向けのお土産を用意することで、大きな経済効果が期待できると感じた。

(3) まとめ・今後の課題

以上の通り、調査は当初の計画通り進めることができた。当初の計画では、中国人観光客向けのパンフレットを作成することも入れていたが、今回は時間に余裕がなかったため、試作に留めておくこととなった。反省点として、得られたデータを学術的視点から分析することに欠けていたことが上げられる。例えば、中国人に買収された旅館の背景を、経済的・社会的視点から探ることである。今回の調査のなかで、静岡に定住する中国人が中国人観光客に提供するサービスについては、中国人に買収された旅館以外に詳しく調査しなかった。「移民と観光は連続性がある」と述べる研究者もいるように、静岡に定住する中国人が経営する中華料理店、食料品店、ホテルを利用する中国人観光客が多い。とりわけ、中国人は比較的味覚に保守的で旅行先でも中華料理を食べる。これらのことから、今後は静岡に定住する中国人のエスニックビジネスについて調査する必要性がある。この点については今後の課題したい。

5. 地域への提言・評価

まず、訪日中国人観光客により快適に滞在してもらうために、①Wi-Fi設備の充実、②クレジットカードへの対応2つを地域への提言としたい。前者の理由としては、現地調査を行う中で、Wi-Fi設備の整っている施設がとても少ないと感じたためである。中国人観光客がスマートフォンを使って情報を得たり、連絡を取り合ったり、日本語表記の意味を調べるなどして快適な時間を過ごしてもらうためには、Wi-Fi設備の充実が必須である。また、ネット環境を整えることで、中国人観光客がSNSなどに写真や情報を持ち歩くことができるようになり、より多くの中国人に静岡県の魅力を知ってもらうきっかけになり、観光客の増加も期待できると考えたからである。後者の理由としては、販売機会損失を防ぐためにVISA、MasterCard、JCB、AmericanExpress以外にも、中国人の90パーセントが使用している銀聯への対応が必要であると考えたからである。

次に、中国人の消費行動・心理と行動を理解するように努め、それを踏まえて観光戦略を練ることを提言したい。4の(1)の②や(3)で言及した通り、静岡に定住する中国人が観光に関わるビジネスに着手しており、今後、中国人観光客がそれらの施設・飲食店を利用する頻度は益々増加するものと予想できる。観光に関わろうとする静岡の人々は、エスニックビジネスを手掛ける中国人と積極的に情報交換をし、協力していくことが必要であると考える。

以上

(別紙) 成果報告書

静岡県の母乳育児継続率が低い要因の検討

静岡県立大学大学院 看護学研究科 助産分野太田ゼミ
指導教員：教授 太田尚子
参加学生：高橋明味

1. 要約

静岡県の生後1か月時における母乳育児継続率が低い要因を明らかにし、母乳育児継続率の向上を目指したケアを検討するため、質問紙調査を実施した。対象は静岡県内の生後3～6か月児の母親とし、離乳食教室等で実施。465部配布し、377部回収した。欠損データを除き、369部を分析対象とした（有効回答率79.4%）。母乳育児継続群と非継続群の間で、属性、ケア、退院後の状況、夫・家族・その他のサポート、自信・気持ちの5要因29項目で有意差が見られた。ロジスティック回帰分析の結果、生後1か月時における母乳育児継続に最も影響を与えるのは、退院時の授乳方法であった（OR=114.6）。静岡県内の退院時・1か月時の母乳育児継続率、ケアの実施率は西部が高く、静岡県の母乳育児継続率を向上させるには、東部・中部におけるケア充実の必要性が示唆された。

2. 研究目的

静岡県の生後1か月時における母乳育児継続率が低い要因を、文献検討より抽出した5つの要因との関連から明らかにし、母乳育児継続率の向上を目指したケアを検討する。

3. 研究方法

無記名の自記式質問紙を用いた横断的関係探索型デザインである。対象は静岡県内の生後3～6か月児の母親で、4か月健康診査や離乳食教室来所時に実施した。対象とする保健センターの施設長に、研究説明を行い、研究協力を依頼した。研究対象者へは、離乳食教室や健康診査にて、研究者が口頭、文書で説明を行い、質問紙等の配布を行った。回収方法は回収箱への投函と郵送であり、質問紙の回答をもって研究協力の同意を得たものとした。質問紙は母乳育児継続の5要因で構成し作成した。質問紙の内容妥当性、表面妥当性に関しては、本学の母性・助産学領域の専門家に、質問項目の内容および表現等について評価を依頼し、修正した。また同年代の子を持つ母親を対象にプレテストを行い、表現の修正を行った。パワー分析を行い、静岡県465部配布した。データ収集期間は、平成28年9月中旬～10月末であった。欠損の多い回答や1か月時の栄養方法に回答がないものは有効回答から除外した。分析はSPSS ver. 24を用いた。本研究は静岡県立大学看護学部倫理審査委員会の承認を得て実施した（研28-5）。

4. 結果

質問紙は465部配布し、377部を回収した（回収率81.1%）。欠損データの8部を除き、369部を分析対象とした（有効回答率97.9%）。静岡県の母乳育児継続率は、退院時52.6%、産後1か月時59.9%であった。栄養方法について「母乳のみ」、「ほぼ母乳」と回答した人を母乳育児継続群（以下、継続群）とし、「母乳とミルクが半々」、「ほぼミルク」、「ミルクのみ」と回答した人を母乳育児非継続群（以下、非継続群）とする。継続群と非継続群を5要因で比較した結果、継続群は【属性】で、「経産婦」、「経産分娩」、「保育器使用なし」の割合が有意に高かった。【ケア】は、「早期接触」、「産後30分以内に初回授乳開始」、「母子同室」、「産後24時間未満に母子同室開始」、「自律授乳」、「分娩当日に自律授乳開始」、「夜間授乳」、

「分娩当日に夜間授乳開始」、「褒められた経験あり」、「母乳分泌を保証する言葉かけあり」、「人工乳首使用なし」の割合が有意に高かった。【退院後の状況】は、「退院時母乳」、「授乳後乳房がスッキリする感覚あり」、「母乳不足感なし」、「乳頭に上手に吸い付く感覚あり」、「妊娠中と母乳育児に対するイメージの違いなし」、「月経再開なし」の割合が有意に高かった。【夫・家族・その他のサポート】は、「家族と母乳育児に対する意見の相違なし」、「夫の母乳育児の理解あり」、「実義母の母乳育児の理解あり」の割合が有意に高かった。【自信・気持ち】は、「4ヶ月以降まで母乳育児希望」、「妊娠中母乳育児の情報あり」、「退院時母乳がよく出た感覚」、「退院時母乳分泌量が足りた感覚」、「母乳育児の不安相談経験なし」、「母乳育児をやめたいと思った経験なし」の割合が有意に高かった。

静岡県内の母乳育児継続率を比較すると、退院時は西部65.0%、東部47%、中部45.1%で、産後1ヶ月時は西部72.5%、中部54.9%、東部53.5%の順で高く、5要因から見て、ケアの実施率も西部が高かった。ロジスティック回帰分析の結果、退院時の授乳方法 ($p < .001$, OR=114.551)、母乳育児の希望期間 ($p = .024$, OR=14.080)、人工乳首の使用 ($p = .026$, OR=4.518)、月経の再開 ($p = .008$, OR=3.896) が有意に関連していた。

本研究の限界として、静岡県の産後1か月時の母乳育児継続率は61.5%となり、厚生労働省の調査での51.3%を上回る結果となったことがあげられる。理由として、研究参加は自由意思によるものであり、母乳育児に興味のある母親が研究参加者となった可能性が考えられる。そのため、母乳育児に興味がなくても研究協力を得られる工夫が必要であると考える。質問紙は、先行研究をもとに、スーパーバイズを受け、内容妥当性・表面妥当性を高めたが、クロンバックの α 係数を算出しておらず、信頼性を数値で表すことができなかつたため、今後の研究では質問紙を精錬させたうえで再度実施したい。

5. 考察・地域への提言

本研究の結果から、妊娠中の助産師のケアのあり方として、正期産や経産分娩が可能となるよう妊娠中からの管理が必要となる。また、妊娠期における母乳育児の情報提供や正確な母乳育児に対するイメージの定着が重要であり、指導内容の検討が必要であると考える。夫や家族に対しても、母乳育児のメリットや母親の産後の変化、サポートの姿勢を含む情報を提供する必要があると考える。

入院中の助産師のケアのあり方として、医療者が、早期接触や自律授乳、母子同室などの母乳育児確立に向けたケアの実施が可能であるかを判断し、医療者の監視下で行うなどの安全性を考慮した上で実施する必要がある。また、早期接触や初回授乳をなるべく早く開始することの重要性を認識し、産後早期のケアの優先度を再考する必要があると考える。

厚生労働省の全国調査と比べても、静岡県の母乳育児確立に向けたケアの実施率が低いことが明らかとなり、理由として、静岡県の人口10万人に対する助産師数が全国平均以下であることによるマンパワー不足や、医療者の母乳育児に対する意思や知識の統一が不十分であることが考えられる。ロジスティック回帰分析の結果から退院時までに母乳育児が確立することが重要であり、静岡県の母乳育児継続率の向上を目指すには、助産師が退院時の母乳育児確立を目指して、入院中、初回授乳や母子同室、自律授乳などを進める「10カ条」や母乳代用品の適切な使用を訴える「国際規準」に基づいたケアを推進し、積極的に実施する必要があると考える。そのために、助産師全員が母乳育児の正しい知識を身につけ、病棟の母乳育児に対するケアの方針を統一することが重要である。また、根拠に基づいたより良いケアに変えていくような病棟組織を作ることが必要である。さらに退院時母乳育児が確立しなかつた母親に対しても、母乳外来の活用や助産所の紹介、電話訪問など退院後のフォローアップが必要である。また、静岡県の母乳育児継続率を向上させるには、東部・中部のケアの充実を図る必要があると考える。

表1 静岡県内の母乳育児継続5要因における継続群と非継続群の比較

項目 (n=369)		継続群 (n=221)	非継続群 (n=148)	p 値	
属性	分娩経験	経産婦 初産婦	99 (44.8) 122 (55.2)	35 (23.8) 112 (76.2)	.000 ^{a)}
	分娩形態	経腔分娩 帝王切開	182 (82.4) 39 (17.6)	109 (73.6) 39 (26.4)	.045 ^{a)}
	保育器でのケア	なし あり	182 (82.4) 39 (17.6)	104 (70.3) 44 (29.7)	.006 ^{a)}
	早期接触	あり なし	137 (62.0) 84 (38.0)	73 (49.3) 75 (50.7)	.016 ^{a)}
	初回授乳開始時間	30分以内 30分より後	54 (24.8) 164 (75.2)	18 (12.2) 130 (87.8)	.003 ^{a)}
	母子同室	あり なし	155 (71.8) 61 (28.2)	79 (54.1) 67 (45.9)	.001 ^{a)}
ケア	母子同室の開始時間	24時間未満 24時間以降	86 (39.1) 134 (60.9)	36 (24.5) 111 (75.5)	.004 ^{a)}
	自律授乳	あり なし	163 (74.8) 55 (25.2)	95 (65.1) 51 (34.9)	.046 ^{a)}
	自律授乳の開始時間	分娩当日 翌日以降	55 (25.2) 163 (74.8)	10 (6.8) 136 (93.2)	.000 ^{a)}
	夜間授乳	あり なし	197 (90.8) 20 (9.2)	119 (81.5) 27 (18.5)	.010 ^{a)}
	夜間授乳の開始時間	分娩当日 翌日以降	39 (18.0) 178 (82.0)	6 (4.1) 140 (95.9)	.000 ^{a)}
	褒められた経験	あり なし	145 (66.2) 74 (33.8)	79 (53.7) 68 (46.3)	.016 ^{a)}
退院後の状況	母乳分泌を保証する言葉かけ	あり なし	164 (74.9) 55 (25.1)	73 (50.0) 73 (50.0)	.000 ^{a)}
	人工乳首の使用	なし あり	54 (24.5) 166 (75.5)	10 (6.8) 137 (93.2)	.000 ^{a)}
	退院時の授乳方法	母乳栄養 母乳以外	186 (84.2) 35 (15.8)	8 (5.4) 140 (94.6)	.000 ^{a)}
	授乳後乳房がスッキリする感覚	あり なし	185 (83.7) 36 (16.3)	90 (60.8) 58 (39.2)	.000 ^{a)}
	母乳不足感	なし あり	113 (51.1) 108 (48.9)	16 (10.8) 132 (89.2)	.000 ^{a)}
	児が乳頭に上手に吸い付いた感覚	なし あり	32 (14.5) 189 (85.5)	63 (42.6) 85 (57.4)	.000 ^{a)}
サポート	妊娠中の母乳育児に対するイメージの違い	なし あり	150 (67.9) 71 (32.1)	61 (41.2) 87 (58.8)	.000 ^{a)}
	月経の再開	なし あり	172 (77.8) 49 (22.2)	72 (48.6) 76 (51.4)	.000 ^{a)}
	家族との母乳育児に対する意見の相違	なし あり	196 (88.7) 25 (11.3)	112 (75.7) 36 (24.3)	.001 ^{a)}
	夫の母乳育児への理解	あり なし	217 (98.2) 4 (1.8)	131 (89.1) 16 (10.9)	.000 ^{a)}
	実母や義母の母乳育児への理解	あり なし	220 (99.5) 1 (0.5)	137 (92.6) 11 (7.4)	.000 ^{b)}
	母乳育児の希望期間	3か月以内 4か月以降	6 (2.7) 215 (97.3)	15 (10.1) 133 (89.9)	.003 ^{a)}
自信・気持ち	妊娠中の母乳育児の情報	あり なし	175 (79.2) 46 (20.8)	98 (66.2) 50 (33.8)	.005 ^{a)}
	退院時の母乳がよく出た感覚	あり なし	133 (60.2) 88 (39.8)	33 (22.3) 115 (77.7)	.000 ^{a)}
	退院時の母乳分泌量が足りている感覚	あり なし	158 (71.5) 63 (28.5)	15 (10.1) 133 (89.9)	.000 ^{a)}
	母乳育児の不安を相談した経験 (n=292)	あり なし	102 (65.8) 53 (34.2)	106 (77.4) 31 (22.6)	.029 ^{a)}
	母乳育児をやめたいと思った経験	なし あり	184 (83.3) 37 (16.7)	80 (54.1) 68 (45.9)	.000 ^{a)}

a) χ^2 検定 b) Fisher's 正確確率検定

表2 静岡県内の母乳育児継続5要因における3地域の比較

項目 (n=369)		p値	東部 (n=198)	中部 (n=51)	西部 (n=120)	
属性	分娩経験	経産婦 初産婦	.001 a) 154 (77.8) 44 (22.2)	81 (40.9) 117 (59.1) 35 (68.6) 16 (31.4)	7 (13.7) 44 (86.3) 107 (89.2) 13 (10.8)	46 (38.7) 73 (61.3) 107 (89.2) 13 (10.8)
	妊娠中の母乳育児の指導	あり なし	.004 a) 97 (49.0) 101 (51.0)	 *** b).000	 *** b).001	 ** b).010
	早期接触	あり なし	.000 a) 24 (12.2) 173 (87.8)	 25 (49.0) 26 (51.0)	 88 (73.3) 32 (26.7)	 39 (33.1) 79 (66.9)
	初回授乳開始時間 (n=366)	30分以内 30分より後	.000 a) 128 (65.3) 68 (34.7)	 9 (17.6) 42 (82.4)	 *** b).000	 *** b).000
	母子同室 (n=362)	あり なし	.000 a) 58 (29.3) 140 (70.7)	 20 (39.2) 31 (60.8)	 86 (74.8) 29 (25.2)	 52 (44.1) 66 (55.9)
	母子同室の開始時間 (n=367)	24h未満 24h以降	.008 a) 23 (11.7) 174 (88.3)	 12 (23.5) 39 (76.5)	 ** b).012	 ** b).008
	自律授乳の開始時間 (n=364)	分娩当日 翌日以降	.000 a) 9 (4.6) 186 (95.4)	 1 (2.0) 50 (98.0)	 41 (35.3) 75 (64.7)	 35 (29.9) 82 (70.1)
	夜間授乳の開始時間 (n=363)	分娩当日 翌日以降	.000 a) 25 (12.7) 172 (87.3)	 5 (9.8) 46 (90.2)	 *** b).000	 *** b).000
	人工乳首の使用 (n=367)	なし あり	.000 a) 28 (14.3) 168 (85.7)	 1 (2.0) 50 (98.0)	 34 (28.6) 85 (71.4)	 *** b).008 *** b).000
	母乳以外の摂取 (n=364)	なし あり	.034 a) 5 (2.5) 193 (97.5)	 28 (14.3) 168 (85.7)	 19 (16.2) 98 (83.8)	 *** b).015 *** b).009
ケア	人工乳の試供品の提供 (n=368)	なし あり	.008 a) 母乳栄養 人工栄養	 23 (45.1) 28 (54.9)	 13 (10.9) 106 (89.1)	 106 (89.1) ** b).002
	退院時授乳方法	母乳栄養 人工栄養	.004 a) 119 (60.1) 79 (39.9)	 93 (47.0) 105 (53.0)	 78 (65.0) 42 (35.0)	 ** b).016 *** b).002
	妊娠中との母乳育児に対するイメージの違い	なし あり	.008 a) 156 (78.8) 42 (21.2)	 19 (37.3) 32 (62.7)	 73 (60.8) 47 (39.2)	 ** b).005
	気分が良いと感じる	あり なし	.007 a) 185 (93.4) 13 (6.6)	 31 (60.8) 20 (39.2)	 99 (82.5) 21 (17.5)	 ** b).002
	育児が楽しいと感じる (n=368)	あり なし	.005 a) 186 (94.4) 11 (5.6)	 44 (86.3) 7 (13.7)	 108 (90.8) 11 (9.2)	 ** b).001
サポート	夫の母乳育児への理解 (n=368)	あり なし	.006 a) 194 (98.0) 4 (2.0)	 18 (86.3) 2 (1.7)	 118 (98.3) 2 (1.7)	 ** b).001
	実母や義母の母乳育児の理解	あり なし	.017 a) 145 (73.2) 53 (26.8)	 46 (90.2) 5 (9.8)	 117 (97.5) 3 (2.5)	 ** b).008
	妊娠中の母乳育児の情報	あり なし	.000 a) 90 (45.5) 108 (54.5)	 26 (51.0) 25 (49.0)	 102 (85.0) 18 (15.0)	 ** b).000
自信・気持ち	退院時の母乳がよく出た感覚	あり なし	.014 a) 138 (69.7) 60 (30.3)	 14 (27.5) 37 (72.5)	 62 (51.7) 58 (48.3)	 ** b).004
	母乳育児をやめたいと思った経験	なし あり	.005 a) 145 (73.2) 53 (26.8)	 29 (56.9) 22 (43.1)	 97 (80.8) 23 (19.2)	 ** b).001

a) Kruskal-Wallis検定 p<0.05 b) 多重比較法 有意水準: *p<0.016, **p<0.01, ***p<0.001

「中学生のための命を考える性教育」

静岡県立大学大学院看護学研究科 中川研究室

指導教員：准教授 中川有加

参加学生：佐野朱那、内山愛里花、谷 優帆

1. 要約

思春期にある中学生が、今存在していることの大切さと「命」に目を向けることができ、自分自身や異性の身体への理解を深めて、自らが身を守れるようになる教育プログラムを助産師学生が作成し、助成金で媒体の「子宮内胎児模型」や「受精卵割模型」を購入し、わかりやすくなるよう工夫を重ねた。模造紙の絵は見やすいように絵具で作成した。手渡すパンフレットも原案を作成し、印刷業者に依頼し、素晴らしいパンフレットを作成することが出来た。12月末から教育案をもとに進行の練習を重ねて、教員監修のもと最終の予行演習では、母性看護・助産学領域の教員7名から高い評価を受け、学生自身実施に向けて自信がついた。実施後は、聴講した中学生を対象にアンケートを行い、今回の性教育の評価をし、また中学校教員にも感想を伺って継続的に実施できる内容であれば、他中学校での実施につなげていきたい。

2. 研究の目的

リプロヘルスサポーター（受胎調節実地指導員）認定講習に該当する講義及び演習を受講している助産師学生と共に、思春期、特に中学生を対象に、単に避妊を目的とした教育ではなく、命の大切さを考える性教育を実施する。

3. 研究の内容

静岡県内の中学校に通う中学生を対象とした「命を考える性教育」を企画・運営・実施・評価を行う。

4. 研究の成果

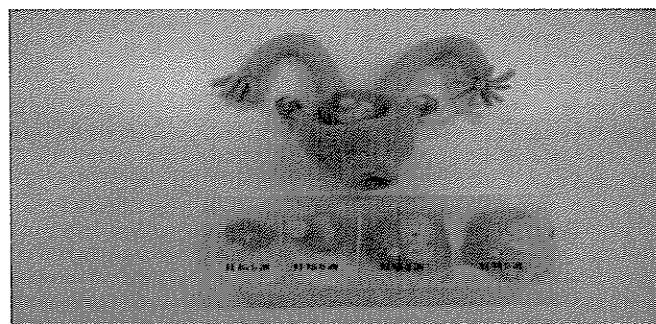
1) 当初の計画

6月より日本における「性教育」の歴史的背景から現在の状況、学校教育での変遷について文献学習を開始する。助産学演習AⅡでは、「集団指導」に関する講義で、企画・運営・実施・評価・媒体の工夫について学びを深める。7月から12月初旬までは、助産実習を行い、「命」に対する理解を体感し深める。12月3週目より、リプロヘルスサポーター認定講習に該当する2単位の助産学演習BⅠの開始に伴い、助産師学生それぞれが、受胎調節方法の調査および受胎調節に必要な物品の市場調査、ディスカッションを行い、学びを深める。8ヶ月の学びを統合して、1月26日の安東中学校で性教育実施につなげる。

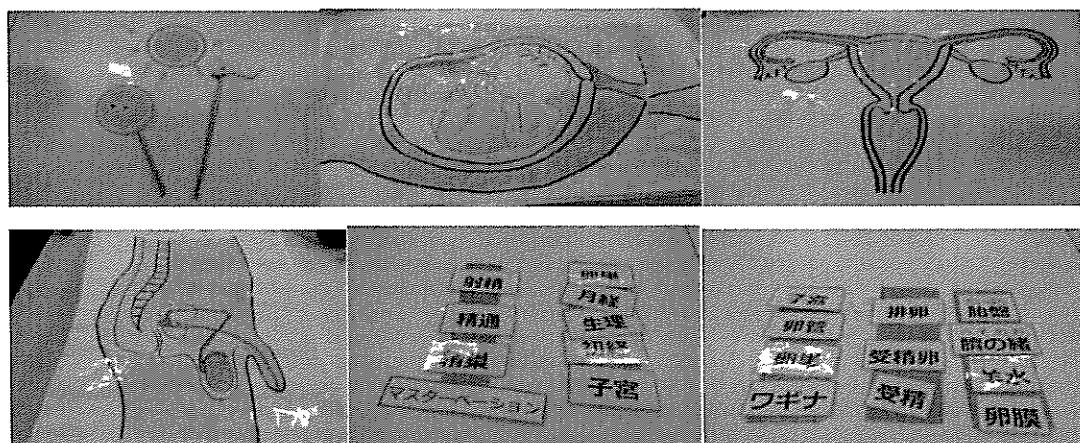
2) 実際の内容とその理由（A）

5月より日本における「性教育」の歴史的背景から現在の状況、学校教育での変遷について文献学習を開始し始めた。また、助産学演習AⅡで集団指導における企画・運営・実施・評価について学び、媒体の必要性、種類・工夫について理解を深めた。7月から12月初旬

までの助産実習では、10例の分娩介助を行う中に「命」に対する理解を体感し深めていった。12月より、リプロヘルスソポーター認定講習に該当する各領域（思春期、更年期、不妊症、ドメスティックバイオレンス、性感染症、人工妊娠中絶、国際保健、地域での助産師による性教育活動）の専門家による講義の開始と共に、助産師学生それぞれが、受胎調節方法の調査および受胎調節に必要な物品の市場調査のため、ドラッグストアやコンビニエンスストアで調査を行い、その結果のディスカッションを行い、学びを深めた。その8ヶ月間の積み重ねを経て、1月26日静岡市立安東中学校2年生に目を向けて、思春期にある中学生が、今存在していることの大切さと「命」に目を向けることができ、自分自身や異性の身体への理解を深めて、自らが身を守れるようになる教育プログラムを助産師学生が作成した。助成金で媒体の「子宮内胎児模型」や「受精卵割模型」を購入し、繊細な器具のため扱いに慎重にするため、説明しやすく、且つわかりやすいように小さな胎児は、100円ショップで購入したピルケースに入れ、テプラテープで週数を記載するなど工夫を重ねた。



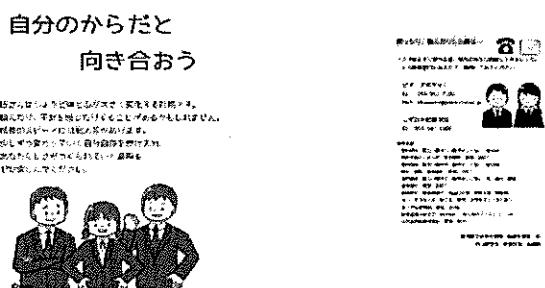
説明用に使用する紙媒体は、模造紙を使用した。人体や臓器の絵をわかりやすく書いた後は、見やすいように絵具を用いて、色合いを工夫した。中学校では黒板のため、模造紙が貼り付けられるように後ろに接着マグネットを貼付し、黒板にすぐ貼れるようにした。臓器の名前や説明用の札もマグネットを使用した。全て手作りである。



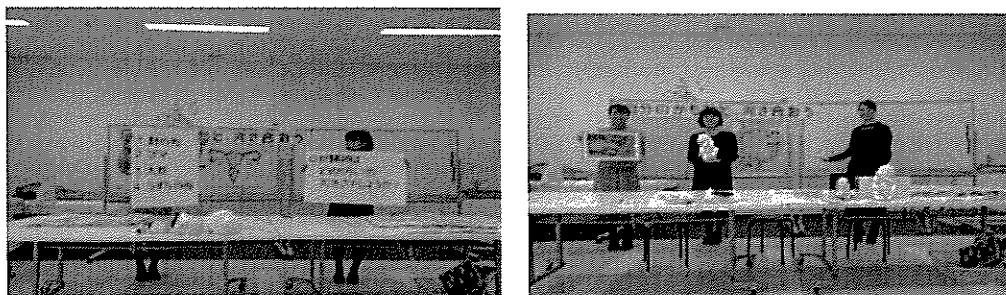
母親の体内の赤ちゃんが成長していく様子は、学内の胎児人形を用いて説明し、学生に触って抱っこしてもらう計画を立てた。



中学生に手渡すパンフレットも全て手作りで原案を作成し、教員が 2 回内容をチェックした後に印刷業者に依頼した。原案は、印刷業者も驚くほどの出来栄えで、わざわざ印刷しなくてもいいのではと言われたが、紙質をコーティングにし、絵がより美しく見やすくするため印刷を依頼し、素晴らしいパンフレットが 1 月 25 日に作成できる予定である。



実際の「性教育」授業の実施に関しては、助産師学生が作成した教育案をもとに 12 月末から練習を学生自身が重ねて、大学内において教員監修のもと 2 回予行演習を実施した。その都度、教員側が修正点を指摘して、改善していった結果、最終の 3 回目の予行演習では、母性看護・助産学領域の教員 7 名から高い評価を受けた。助産師学生自身も 26 日の安東中学 2 年生男女混合 30 名に対する「命を考える性教育」実施に向けて自信がつき、モチベーションを上がっていった。



3) 実績・成果と課題

静岡市立安東中学校 2 年生男女混合 30 名に対する「命を考える性教育」を 1 月 26 日木曜日 14 時 15 分から実施した。文献検索で、性教育の歴史的な背景から、日本人の性・および性教育観を学習し、今何が必要か、どこの対象を持っていくか学びを深めた結果、中学生に焦点を当て、中学生のニーズを再び文献から調査し、今存在していることの大切さ

と「命」に目を向けることができ、自分自身や異性の身体への理解を深めて、自らが身を守れるようになる目的で教育案の作成に至ったという点では、評価に値する内容であると考える。媒体も単にパワーポイントで作成したものを説明するのではなく、全て工夫した手作りであった。色合いも学生同士がディスカッションし、絵具と格闘して進めていった結果、親しみやすい絵本のような媒体に仕上がり、教員間でも高評価であった。クイズを2題盛り込んだタイミングが絶妙で中学生も興味深く答えていた。持参した週数に応じた大きさの赤ちゃん人形には、感嘆の声を上げて順番に触って抱っこしており、「妊娠性」にも着目できる内容であった。時間配分も適当であった。課題として上げるのであれば、この試みをどのように地域に拡げられるようにアピールできるかである。



4) 今後の改善点や対策

性教育実施後は、聴講した中学生を対象にアンケートを実施し、今回の性教育の事後評価を行い、また参加された中学校教員の感想から継続的に実施できる内容であれば、他中学校での実施につなげていきたい。次回に向けて、男子生徒には「包茎」について、女子生徒では、内膜症も多くなってきて現状から服薬の説明、ホームドクター的な婦人科を見つけておくといった内容も盛り込んでいきたい。

5. 地域への提言

思春期にある中学生が、今存在していることの大切さと「命」に目を向けることができ、自分自身や異性の身体への理解を深めて、自らが身を守れるようになる。また、助産師学生は20代前半で中学生とはピアグループ的な関係を築きやすいことから、新たな性教育プログラムを企画できる可能性がある。この研究によって今後、静岡県立大学看護学部および大学院看護学研究科と静岡県内の中学校との連携を深めて、中学校教諭と協働で進める性教育の講義に発展させることで、効果的な性教育の普及への一助となると考える。さらに、大学と地域との連携がより深まり、教育事業として拡散することで、思春期を含めた子育てしやすい町としての更なる発展につながることが期待できる。

6. 地域からの評価

静岡市立安東中学校教員からの感想及び対象とした生徒30名のアンケート調査は、集計途中であるため、事後評価は、分析結果を地域からの評価としたい。

成果報告書

「浜松市の強み」を発信する効果的なPRツールの提案

浜松学院大学 現代コミュニケーション学部
的場啓一研究室

指導教員：教授 的 場 啓 一

参加学生：藤丸力也、磯部秀斗、大石楓、勝亦彩、
蔵増慶太、清水淳哉、徳井瑞紀、
山崎誠司

1 要約

浜松市は、20～30歳代の若い人たちの人口流出が大きく、このままでは人口減少が急速に進むと懸念されます。今回の調査で、男性は流入人口の方が流出人口より大きいことが分かり、解決すべき問題は、若年女性の流出に歯止めをかけることです。特に、出産適齢期にある女性の流出を放置することは、人口減少に拍車をかけることにもなってきます。

そこで、私たちの研究グループでは、若い人たちに「浜松市」をもっと知ってもらい、興味を持ってもらおう、将来も住み続けたいと考えてもらうには、どのような「メディア」で、どのような「コンテンツ」の広報が効果的なのかを研究しました。また併せて、「浜松市」をアピールするキャッチフレーズも考えました。

私たちは、若者をターゲットとした「浜松市のPRツール」として、①SNSの積極的活用、②HPの刷新、③動画の発信を提案します。また、これらのメディアを使い、①中山間地の良さと魅力、②聖地巡りのポイント、③イベント誘致とその内容、④第3次産業の現状をコンテンツの4本柱とし、有名人やアイドルを起用した経常的な情報の発信が必要と考えます。

そして、「来るら？ 行くに！ いいら!! 浜松!!!」をキャッチフレーズに、一人でも多くの人が浜松市を訪れ、浜松市の魅力に触れ、浜松市の良さを実感して欲しいと願います。

2 研究の目的

人口の都市圏への集中は、我が国が抱える社会問題となっており、多くの自治体で対応策が検討、実施されています。特に、若年層の人口流出は、中長期的にみれば、当該自治体の将来人口に対して負の影響を与えるため、看過できない課題といえます。

浜松市では、とりわけ20歳代、30歳代の市外転出者の割合が高く、子どもを産み育てる若年層をターゲットとした定住化の促進が不可欠な状況となっています。

このような状況の中、若者の視線を浜松市に向けさせ、浜松市での定住を促すため、これから社会人となる学生の新鮮な視点を交え、他の自治体にはない浜松市の強みや魅力を発信するための施策に関する調査、研究を行い、新たな施策の提案を目的としました。

3 研究の内容

浜松市が持っている「強み」「魅力」「良さ」について、特に若者へ効果的にアピールするには、どのような手法を用いて、どのような情報を発信するのが良いのかを調査、研究しました。

調査、研究の手法は、①大学生を対象とした意識調査、②県内市町の情報発信手法と発信している情報の分析、③県内の政令市である静岡市と県内の市町で最も多くのPRツールを使っている富士市の2市への訪問によるヒアリング調査がベースとなっています。

また、研究グループのメンバーが集まつての検討は、毎回ワークショップ形式で行い、テーマを決めて各自が自由に意見を出して、一つのものを作り上げていく形で進めました。

4 研究の成果

(1) 当初の計画

当初の研究計画は以下にあるように、浜松市の現状把握から着手し、若者を対象とした意識調査を行うことにより、若者の実態も把握し、それらをもとに効果的な情報発信ツールの考察を行う内容となっていました。

- ・浜松市の強み、魅力の再確認と分析（7月～9月）
- ・浜松市の人口動態の特徴分析（7月～8月）
- ・浜松市の現在の取組み状況の確認と課題の抽出（8月～9月）
- ・他自治体の取組み事例の評価・検討（9月）
- ・若者の意識に関する実態調査（10月～11月）
- ・浜松市の強みや魅力を発信するための新たな施策の検討（10月～11月）
- ・浜松市へ新たな施策を提案（1月）

(2) 実際の内容

下記のとおり、実施時期は少しずれ込んだが、当初に計画した内容を予定どおり実施することができました。

- ・浜松市の強み、魅力の再確認と分析（8月～11月）
- ・浜松市の人口動態の特徴分析（8月～11月）
- ・浜松市の現在の取組み状況の確認と課題の抽出（10月）
- ・他自治体の取組み事例の評価・検討（10月～12月）
- ・若者の意識に関する実態調査（12月～1月）
- ・浜松市の強みや魅力を発信するための新たな施策の検討（11月～1月）
- ・浜松市へ新たな施策を提案（1月）

このように、浜松市の人団動態の実態調査から始め、現行の広報媒体とその認知度などから、浜松市が抱える問題を再確認し、併せて若者の意識調査を行うことで、現行の浜松市の施策のミスマッチを明確にすることもできました。

(3) 実績・成果と課題

私たちの研究グループは、学年や専攻が異なる学生が構成メンバーであるため、全員が集まつて議論する時間を設けるのが難しかったが、短い時間に集中して議論し、活発な意見交換を行い、検討を重ねました。また、若者の意識調査においては、他大学にも協力いただき実施しました。

まず、若者を対象とした意識調査から、以下のことを明らかにすことができました。

(7) 若者の情報入手方法は、紙媒体に頼らない

- ・若者は、日常生活において様々な情報をインターネットを利用して入手している。パンフレットやチラシといった紙媒体では情報を入手していない。
- ・インターネットとともに情報入手方法として多用しているのは、友人等からの“口コミ”

である。

- (イ) 若者へのPRは、テレビCM、有名人の起用による情報発信が効果的
 - ・情報の受け手が能動的に情報にアクセスする必要がないテレビCMが、若者にとっては魅力的な情報入手方法となっている。
 - ・写真やイラストではなく、動画配信にも若者は魅力を感じている。
- (ウ) 定住場所の決め手は、「自然環境」「仕事」「買い物」
 - ・若者が定住の地を決める際、自然環境が豊かで、仕事がたくさんあって（職住近接）、買い物の利便性が高い街を選択する傾向にある。

さらに、県内市町の調査及び浜松市と同じ政令市である静岡市及び富士市へのヒアリング調査から、次のような知見が得られました。

(ア) 静岡市のヒアリング調査から

- ・フィルムコミッショニングを積極的に進め、映画などを活用して視聴者に静岡市を見せ、静岡市に興味を持たせ、来訪者数の増加を狙い（ロケ地の聖地巡礼の創造も目指している）、最終的な目標を訪れた人を定住者とすることに置いている
- ・「子育てしやすい街」「買い物しやすい街」をPRし、女性の関心を引くようにしている
- ・市民へのインナーブランディングを推進し、子供達にも静岡市の良いところを理解させ、記憶に留めさせるため、「ちびまるこちゃん音頭」を作成し、分かりやすく、踊りと歌で静岡市の愛着心向上を促している
- ・広報誌にAR（スマートフォンを広報誌の一面にかざすとデータを受信し、動画再生などの機能が飛び出すしくみ）を盛り込み、芸能人（静岡市観光大使の春風亭昇太氏）を起用している

(イ) 富士市のヒアリング調査から

- ・「富士山」と「紙産業」だけでなく、癒しや自然を人に訴えるために「富士山」と「海」をセットにしてPRしている（南に駿河湾、北に富士山を抱えた街をPR）
- ・駿河湾から富士山までを一つの線でつなぎ、市を縦断するPRルートを創り（富士山登山ルート3776）、市全体をアピールしている
- ・多彩な魅力（自然、食べ物、製紙業など）があり、他都市と関連するものは連携して知名度のアップを狙っている（工場夜景）
- ・ブランドメッセージ（キャッチフレーズ）のアンケート調査実施

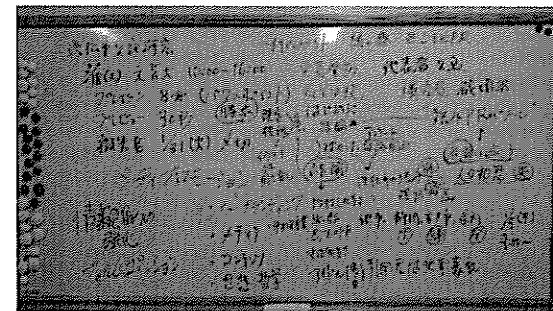
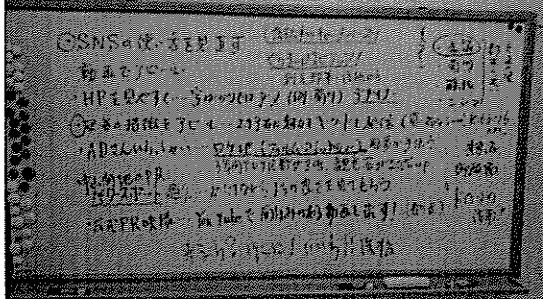
(ウ) その他の市町調査から（主なもの）

- ・掛川市：世界農業遺産のお茶の栽培をPR
- ・御殿場市：胎内神社本殿のパワースポット
- ・袋井市：法多山の「だんご祭り」
- ・下田市：下田海中水族館（過去7回の繁殖賞受賞）
- ・磐田市：SNSの積極的な活用（多数のハッシュタグ）

これらの事例は、どれも世界や全国に誇れるものを重点化してPRしています。また、磐田市は、SNSの利用者に情報がヒットしやすいように、発信情報にハッシュタグを多く付けることにより、積極的に磐田市の情報へと誘導している好例といえます。

若者の意識調査及び地道な調査活動を行うことにより、当初の計画通りの調査や研究ができ、新たな発見や気付きもありました。

主なものとしては、①浜松市の若年層の人口流出を食い止めるには、女性が鍵を握っていること、②浜松市が現在実施している情報発信は、市民の間ではほとんど認知されていないこと、③インターネットを活用した現行の情報発信手法は、人を引き付ける効果が弱いこと、④若者は情報を紙媒体ではなく、SNSや友人からの口コミで入手していること、⑤動画での情報が若者に訴える力が強いこと、⑥著名人を起用した情報発信は若者の注意を引くこと、⑦若者は、買い物に便利で働く場所と機会が豊かなところを住む場所として選択する傾向があること、などが挙げられます。



今回の研究では、PRツールのあるべき姿と目指すべき方向性を示すことができましたが、具体的なPRの内容、例えば、SNS活用の仕方、動画で発信する情報の内容などは、時間的な制約もあり検討できていません。今後の課題として、今回の提案内容の具体化に向けた議論と検討が求められます。

(4) 今後の改善点や対策

引き続き今回の研究課題についての研究を深めることができるのであれば、(3)の最後でも述べているように、提案内容の具体化についての検討が必要となります。また、行政の担当者も交えたワークショップも実施したほうが、より現実性の高い議論が可能となるものと思われます。

5 地域への提言

浜松市は、人口の社会減が政令市の中でも大きい。特に、年齢階層別では若年層の社会減が目立つが、特筆すべきは、若年層の社会増減を男女別にみた場合、男性は転入超過であり、女性は転出超過となっていることです。つまり、浜松市の若者の人口流出は、女性の人口流出が原因であるといえます。

私たちは、浜松市の魅力発信ツールとして、①SNSの積極的活用、②HPの刷新、③動画の発信を提案します。また、これらのメディアを使い、①中山間地の良さと魅力、②聖地巡りのポイント、③イベント誘致とその内容、④第3次産業の現状を積極的且つ経常的に発信することが不可欠と考えます。さらに、動画作成には有名人やアイドルの起用が望まれます。



6 地域からの評価

浜松市の担当課は、「若者の実態がつかめた。また、現行の浜松市の情報発信手法が、若者が求められているものとマッチしていないことも分かって良かった。」と評価しています。

また、県内の他市町の状況調査から、情報の受け手の立場で情報発信することの大切さが分かったことがあります。

地域特性を活かした道の駅オリジナル商品の企画開発

常葉大学 経営学部 大久保ゼミ（研究室）

指導教員：教授 大久保あかね

参加学生：チェ・ヒョス、小鴨菜生、安部史織、

三宅満里奈、丸山直美、久保田麻友

1. 要約

小山町らしいオリジナリティ溢れる商品を開発するため資源調査、顧客ニーズ調査、試作会、実験販売などを行った。そこで道の駅ふじおやまでは、トラックドライバーの利用客やリピーターが多いことが分かり、小山町の特産品のお餅を利用したワンハンドで食べられる商品を開発すると共に3つの提案を実施した。

2. 研究の目的

「道の駅」は、安全で快適に道路を利用するための道路交通環境の提供、地域のにぎわい創出を目的とした施設であり、「地域とともにつくる個性豊かなにぎわいの場」をコンセプトとしている。国道246号線にある道の駅「ふじおやま」は、年間約60万人が飲食や物産購入をする施設である一方で、小山町らしいオリジナル商材が不足しているという問題を抱える。そこで、小山町と常葉大学大久保ゼミでは道の駅「ふじおやま」の活性化を目的として、地域の資源を活用したオリジナル商品を開発する協同事業に取り組むことになった。

3. 研究の内容

10月末までに、以下の2種類の調査を実施した。

- ① 静岡県内における道の駅の事例調査（9月1日）

調査対象：宇津ノ谷峠、玉露の里、掛川、川根温泉、フォーレなかかわねの5件

調査内容：消費者への対面調査、土産物の購買意欲調査

- ② 「道の駅ふじおやま」の24時間定点観察（10月8・9日）

調査対象：道の駅の利用者（ドライバー、観光客、常連客）

調査内容：利用者への対面調査、エスノグラフィ調査、ナンバープレート（発地）調査

調査内容を踏まえて、以下のように新商品を企画・2回の試験販売を実施した。

- ③ 新商品試作実験（11月1日）

しおっぱいものの15種類、甘いものの13種類の計28種類の食材を使用して試食を行った。

その中から8種類の商品を開発した。

④ 小山町のイベント（11月6日）

学生が考案した8種類の商品+定番の2種類の商品（大根おろし、磯部餅）を試験販売した。

⑤ 富士宮柚野の里祭り（11月26日）

小山町のイベントで最も人気だった甘いトッピング3種類の商品と磯部餅を試験販売した。

4. 研究の成果

(1) 当初の計画

- ① 資源調査
- ② 県内の有名な「道の駅」視察
- ③ ①、②で行った活動に基づいて商品化の実験を行う

(2) 実際の内容

- ① アンケート調査、ナンバープレート調査、土産物購買意欲調査、エスノグラフィ調査、レストランメニューのチェック
- ② 宇津ノ谷峠、玉露の里、掛川、川根温泉、フォーレなかかわね、ふじおやま、すばしり、なるさわ、朝霧高原の9つの道の駅の視察
- ③ ①、②で行った活動に基づいて試作会を行い、2回の実験販売を行った

(3) 実績・成果と課題

2月4日の道の駅ふじおやまリニューアルオープンにてこれまでの提案が実現されます。2月4、5日のリニューアルオープンのイベントに応援や2月25日の小山町民活動発表会に参加する予定です。



5. 地域へ提言

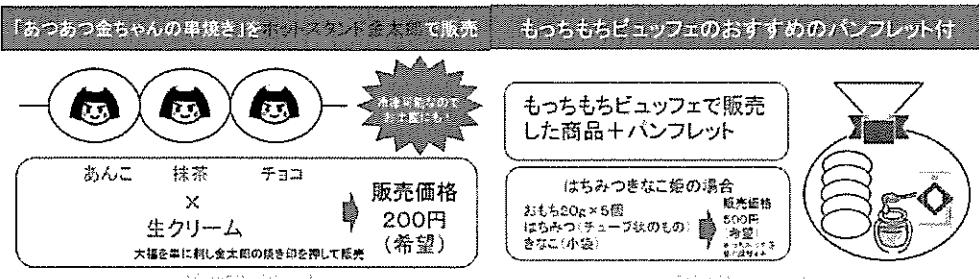
①新商品の提案

- ・あつあつ金ちゃんの串焼き

ワンハンドで食べられる大福を串に刺した商品である。大福の中身はあんこクリーム、抹茶クリーム、チョコクリームの3つとする。道の駅の外のホットスタンドでは温かい商品として販売できると共に冷凍可能なので店内のお土産コーナーでも販売できるメリットがある。

提案①あつあつ金ちゃんの串焼き

提案②もっちもちビュッフェ入門セット



・もっちもちビュッフェの入門セット

もっちもちビュッフェ（実験販売の店舗名）で販売した商品とレシピ付きパンフレットをセットにした商品である。

②道の駅内のレストランメニュー構成の提案

レストランのメニューが多く、選びにくいのでメニューを少なくする、人気No.1などのポップをつける、高額紙幣が入ると家族・グループ客に便利などの提案を行った。

③道の駅全体

体験型を取り入れる、全ての商品に商品説明、商品の並べ方や中身がわかるように展示を工夫、試食コーナーを設置、道の駅のテーマをもっと明確にするなどの提案を行った。

6. 地域からの評価

協働先の道の駅ふじおやまの駅長渡邊様より、以下のようなメッセージをいただいた。

『今回の事業で皆さんと係わらせていただき、私はあらためて「若い」という事の強さを思いました。敢えて誤解を恐れずに言えば、それは「知らない」事の強さです。知識や経験は確かに人間を深く豊かにもしますが、同時に狡猾にも臆病にもします。一人ひとりもそうですし、組織も時間を重ねると、熟練し、安定感が増す一方で、新陳代謝が悪くなり、改革や変化を恐がる者になるからです。

皆さんとの交流や話し合いを通じて、いわゆる「世間の垢」にまみれない、素直な視点を思い起こさせて貰えた事は、私個人にとっても、また12年を経過した道の駅にとっても何よりの収穫であったと思います。』

2月上旬の道の駅リニューアルオープン時には学生が提案した新商品や展示方法を大幅に取り入れていただけると聞いています。

2月25日には小山町の町民活動報告会にも出席し、発表させていただくなど、今後も小山町の本事業に関連した活動を継続することになる。

公益社団法人ふじのくに地域・大学コンソーシアム

〒420-0839 静岡市葵区鷹匠 3-6-1

静岡県総合研修所もくせい会館

電話 054-254-1818

E-mail: mail@fujinokuni-consortium.or.jp