

地域イベント・地域貢献活動等への参画による中心商店街の活性化

学生団体名 うらら こま探's (小松短期大学 地域創造学科)

参加学生 善田陸志・八木勇気・中平 鴻介・古場田依里・松下理子・ほか 13 名

1. 地域活動の概要

「うらら こま探's」の活動目的は、「小松市民とふれ合いながら、歴史、風土、習慣などを学び、若者目線で小松の未来を作る。その具体的な活動として、小松の食材を使った商品開発・販売を通して小松の良さを地域に知ってもらおう。」である。本活動は 2010 年から続けており、商品開発・販売だけでなく、救急救命講習への参加、ランチマップ制作、ボトルキャップアート制作などを行ってきた。

今年度も、これらの活動を一部修正しながら継続している。

2. 地域活動の具体的な内容

① 小松市のご当地グルメ「小松塩焼きそば」を使った商品の開発・販売を、祭り等のイベントで行い、小松の知名度を上げた

今年度参加した祭りは、「お旅まつり」、「どんどんまつり」である。

・「お旅まつり」

日 時 5 月 14 日 (土)、15 日 (日) 10～16 時

場 所 小松駅前商店街れんが通り

販売品目 ボーの塩焼きそば

参加人数 本学学生 13 人、来場者数 14 万人

状 況

「お旅まつり」は小松でもっとも大きな祭りで、360 年の歴史がある。中でも曳山祭りは子供歌舞伎とともに 250 年続いており、海外の観光客も足を止めて見物する。

ボーの塩焼そばとは、小松名物の塩焼そばを春巻きでくるんで揚げたもので、その形が棒状であるのと、イタリア語で「美味しい」の意味のボーノ (buono) をひっつけた。トッピングとして、ベーコン、紅ショウガ、チーズが選べる。チーズを使ったのは、新感覚でよかったと思う。

祭りの規模が大きいため、来場者は駅前周辺から広範囲に分散した。このため、出店したグルメ広場に客が集中せず、販売に苦労した。それでも二日間で 200 本程度を販売した。



塩焼そばを春巻きにくるんで揚げる



店頭に並べて商品がわかるように工夫



食品サンプル



販売の様子

・「どんどんまつり」

日 時 10月9日（日） 10～16時

場 所 小松駅前商店街れんが通り

参加人数 本学学生 18 人、来場者数 8 万人

販売品目 ボーの塩焼きそば

状 況

サークル人数が多く、当日全員が参加しても仕事が無い状態になるので、前日の仕込み組と当日の販売組に分かれた。

ボーの塩焼きそばは、こういったイベントでしか販売しないこともあり、知名度はほとんどない状態である。このため、午前中は店舗前を遠巻きに通り過ぎる人が目立った。

どんどんまつりはお旅まつりと比べて、露店が多く出ることでは知られている。このため、来場者も購入意欲が高い。そこで、販売目標は 300 本とした。しかし、調理中に崩れる商品が多く、うまく揚げ上がったのが 140 本だけだった。理由はまだ特定できていないが、考えられるのは、

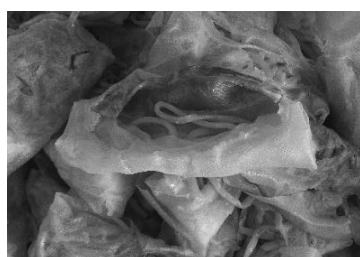
- ・ 下ごしらえをした場所がかなり蒸し暑く、春巻きの皮が付きにくい状況だった
- ・ 揚げる温度が高め（約 200 度）だった

などである。

下表は時間ごとの売れ行きを表したものである。

種類別時間別販売状況

種類		チーズ	ベーコン	紅ショウガ	合 計
仕込み本数		159	87	61	307
販売時間	10:00-11:00	5	4	6	15
	11:00-12:00	23	11	9	43
	12:00-13:00	16	2	9	27
	13:00-14:00	17	9	1	27
	14:00-15:00	26	—	—	26
	15:00-16:00	2	—	—	2
合 計		89	26	25	140



失敗作

揚げている最中に、ベーコンの辺りからはじけて
春巻きの皮が破れてしまった

② ボトルキャップでキャップアートを制作した

「うらら こま探's」は、小松市立高校の KRC（小松市高レッドクロス）と小松商業高校のインターアクトクラブと共に、小松ふるさと勉強塾に所属しており、この 3 校で協力してどんどんまつりにキャップアートを展示することになった。

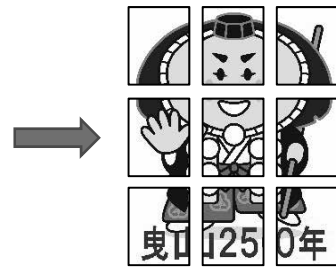
デザインは、曳山 250 年を記念して、カブツキーをモチーフにした。3 団体の共同作業になるので、原画を 3 等分し、それぞれの部分を各校で制作した。3 分割した原画をさらに 3 分割し、それぞれを大型プリンタで拡大印刷したものを下地にしてキャップを配置した。袈裟や輪郭などは黒が多いため、黒のキャップを集めるのに苦労した。また、肌色のキャップも無いため、黄色、山吹色、白のキャップを使ってディザ法で色調を調整した。



役割分担の打ち合わせ



3校分に分割



さらに3分割して拡大印刷



下地をもとにキャップはめ

【完成】



縦4m横3mのカブッキー

③ 小松駅周辺のランチマップを制作し、利用者の流れを調査した

2014 年からランチマップを制作してきたが、今年度は情報提供だけでなく、ランチマップをどこで手に入れ、どこの店に入ったかといった人の流れも調査することにした。収集方法は、ランチマップにアンケート欄を用意し、それを訪れた店の回収箱に入れてもらうことにした。アンケート欄には、小松駅周辺に訪れた目的や年齢などを記入してもらうことにした。記入内容については、今回はあまり重視していなかったため、無記入でも提出してもらえればと思った。しかし、回収率は大変悪く、まだ 10 数枚しか集まっていない。



小松駅周辺の飲食店を 16 店舗紹介

④ その他の活動

・救急救命講習会及び競技会への参加

＜救急救命講習会＞

イベント会場で、救急救命が必要になることもあるので、部員は全員、救急救命講習を受講することにした。高校でもこういった講習を受講している人もいたため、それより上のランクの普通救命講習Ⅱを受講した。講習会終了時には確認の筆記試験があり、全員合格した。

＜応急手当技能競技会＞

9 月 4 日（日）、小松市消防本部主催の第 3 回応急手当技能競技会が開催され、競技機材の準備係や競技者として参加した。この競技会は、「しみん救護員」の応急手当の知識・技術向上を目的としている。競技種目は、「簡易担架による搬送」、「けが人の応急手当」、「AED と心肺蘇生法（CPR）」の 3 種目で、三人一組で参加する。20 チームが参加し、私たちも 2 チームが参加した。結果はあまりよくなかったが、慌てずに落ち着いて行動すれば対処できるようになったのは収穫だった。

・「親子でビギナーキャンプ」ボランティア参加

9月3日（土）、小松市環境共生部主催のイベントスタッフとして、参加した。このイベントは、アウトドア・アクティビティ未経験の家族に参加してもらい、アウトドアライフの基本や自然とのふれあいの楽しさを経験してもらうというものである。

内容は、テントの張り方講習、宝探しゲーム、カレーライス作り、川遊び、キャンプファイヤで、それぞれのイベントの補助をした。補助をするにあたって大事なことは、お父さんがいる家族は必ずお父さんを立てること、子供が刃物を使っているのを我慢強く見守ることだった。

・「里まなび山あそび」ボランティア参加

11月6日（日）、小松市環境共生部主催のイベントスタッフとして、参加した。このイベントは、里山自然学校の取組みを市内外に広くPRするとともに、里山の魅力を体感してもらうために実施している。私たちは、参加者の誘導や「石文化すごろく」を一緒にやる補助などを行った。「石文化すごろく」は、小松市が制作したオリジナルすごろくで、遊びながら小松の石文化が理解できる教育ソフトである。声をかけないとなかなか参加してくれなかったが、参加した家族は、すごろくという地味な遊びを通して親子のふれ合いを感じていたようだ。

3. 地域活動の成果

小松市全体の高齢化、小松駅周辺のシャッター街化が進む中、昔のような活気を取り戻すには、若者が市内を闊歩し、そのエネルギーを振りまいて、閉塞するコミュニティを活性化させる必要がある。お祭りに参加して活気に貢献するのはもちろん、小松市などが主催する様々なイベントにおいても、私たちのような若者が手伝い、いっしょになって楽しむことで市民も主催者側も喜んでくれたようだ。

4. 来年度の地域活動計画

「ボーの塩焼そば」は、商品改善をしながら定着させていきたい。これまで、販売の機会はお祭りに限られていたので、ボランティア参加をしたイベントなどでの販売も検討する。

キャップアートは大変好評で、見た人はSNSにあげてくれたりしたので、来年度も実施したい。

ランチマップを使った「人の動向調査」は、あまり協力してもらえないので、何か工夫が必要である。たとえば、アンケートを出してくれた人は、料金の割引があったり、缶バッジなどを差し上げたりするといったサービスが考えられるが、店舗側の理解と協力が必要なので、方法については検討する。

5. 学生の感想

地元出身の学生だけでなく、北陸三県やそれ以外の県の学生もこの事業に参加した。参加して感じたのは、地元だからといって必ずしも地元の産業や経済や文化を理解しているとは限らないということだった。地元なのに知らないのかと驚かれることもあったが、それはお互い様のような気がする。私たちは、もっと地元のことを知り、地元のために何ができるのかを考えなければならないと思った。この活動はそのいいきっかけになったと思う。

今回の活動で子供とのふれ合いが多く持てたことは、私たちにとっても収穫であった。キャップアートはわざと未完成にしておいて、お祭りに訪れた子供たちに作ってもらったり、ビギナーキャンプでは、子供たちと一緒に川遊びをしたり、「石文化すごろく」では、家族の一員のように楽しむことができた。

出店事業者などとの交流もでき、販売や製造に関するアドバイスをいただくことができてよかった。

6. 地域活動に対する地域からの評価

ランチマップの制作では、次はうちも掲載して欲しいという要望があったのは嬉しいことである。また、ランチマップで店を知ったと言って来店したお客様もいたとのことなので、ランチマップの一定の効果はあったようだ。

イベント参加についても、若いスタッフがいると安心できるや、親しみが持てるなどの評価をいただいたので、今後も継続していきたい。