

地域と大学生の「金蔵ブランド」立ち上げによる地域活性化

学生団体名：金沢大学法学類公認サークル 地域ブランディング研究会(金沢大学)

参加学生：小山安侑美，田中星羅，中野一仁，高津彬，弥浦優香，野村詩織，濱本愛理，梅木花奈子，
宮崎勝貴，介田智子

1. 地域活動の概要

今年度は金蔵を発信する活動に重点を置いた。今後積極的に展開していく金蔵での各種イベントや民蔵の開放のために、県内において金蔵についてのPR活動を行った。金蔵のお米を使ったおむすびの商品化、イベントへの出店、チラシの作製・配布、米の販売を通じた様々な人との交流など金蔵の方とともに金蔵の魅力を発信し、同時に継続的な金蔵の情報発信を目的としたブログの設営も行った。また、金蔵万燈会では運営補助と並行して金蔵アンケートも実施した。

2. 地域活動の具体的な内容

◎5月29日「金蔵の現状把握と今後の計画立て」…金蔵の住民3名 学生8名

金蔵初訪問の1年生を含めた8人で金蔵のゲストハウスや歴史ある五箇寺を地元の方の案内のもと見学し、その後今年度の活動計画を立てるために具体的に金蔵の方の要望を聞いた。金蔵の要望は以下の3点であった。

- ①地産地消の推進…商品開発（味噌・あめみその商品化，金蔵おむすびの商品化，野草・きのこ・ハーブ類の商品化）
- ②万燈会の準備の手伝い…コップ洗い・当日ボランティア
- ③お米のパッケージ提案・万燈会くら券デザイン・おむすび商品化

◎6月20日「万燈会に使用するコップ洗浄」…金蔵の住民約10名 学生10名

毎年恒例行事である「金蔵万燈会」に使用するコップは3万個ある。使用するたびに溶けて固まる蝋を毎年手作業できれいにしなければならないがかなりの重労働であるため、私たちも参加した。洗浄作業をしながらの交流は笑いの絶えないにぎやかなものとなった。



◎8月7，8日「民蔵予定地の掃除と合宿」…金蔵の住民数名 学生18名

外部から来た訪問者の宿として提供する予定のゲストハウスを使用可能にするため、清掃を行った。そのあと金蔵で合宿を行った。

◎8月16，17日「金蔵万燈会運営補助」…金蔵の住民多数 学生12名

今回は①金蔵万燈会の手伝い②金蔵アンケートの実施③万燈会の写真撮影を目的に当日は10人で向かった。ボランティアの留学生や金沢工業大学の学生とともに地域の方との交流を深めた。16日は万燈会用コップの配置・着火を手伝った。同時にブランディングに必要な客観的視点から見た金蔵のイメージについての把握と客層の調査のために金蔵アンケートを実施した。あいにくの天気ではあつ

たが反省点とともに得るものもあった。

17日はコップの回収、コップをつるしていた棒の収納、キリコ解体、運搬、掃除などを行った。



◎9月12日「金蔵の米パッケージ会議」…金蔵の住民5名 学生5名

今年度から「金蔵米」改め「万燈の里 金蔵の米」となったためパッケージを一新することになり、学生の意見を取り入れつつパッケージ提案を行った。同時に売り方の提案も行い金蔵の方と意見交換の中で新たな案も生まれた。

◎10月30日「第2回金蔵パッケージ会議」…金蔵の住民1名 学生7名

前回の案を絞り、実際に形に起こしてみることでイメージを掴みやすくし再度検討した。結果一度消費者の反応を見ることとなり5つの案をパッケージ化した。

◎11月14日「輪島かに祭りにおける金蔵の米・おむすび販売」…学生10名

金蔵の方の要望の一つであるおむすびの商品化を実行した。今回は金蔵の周知度をあげる目的で金蔵の方の監修の元チラシを作成・配布し、また新パッケージの試作品販売を行い売れ筋を調査した。来場者との交流の中で改めて金蔵のお米のおいしさを実感した。結果150個のおむすびを販売できた。



◎11月21日「お米の量り売り」…金蔵の住民2名 学生7名

里山里海アクティビティ主催「能登なう」の企画の一つである「奥能登ブランド米量り売り」に補助として参加した。1年近く金蔵と交流してきたため訪れた人に金蔵の魅力を伝えることができた。また今後の活動の参考に金蔵以外の米生産者とも交流することができたこともプラスになった。

◎12月4日「金蔵情報発信ツール検討会議」…金蔵の住民2名 学生7名

活動が活発になってきた金蔵の情報をリアルタイムで発信すること、外部との交流深めることを目的

に最適な情報発信ツールの検討を行った。HPが有力であったが検討していく中で更新が容易であること、親しみやすいことを理由にブログにすることに決定した。また状況に応じて他のメディアもミックスしていくことにした。

◎12月26日「ブログ立ち上げ」…金蔵の住民2名 学生5名

実際にブログを立ち上げ、私たちが主体にならないよう協力して更新していく仕組みを話し合った。

3. 地域活動の評価

今回の活動において積極的に金蔵を発信することができた。金蔵は輪島市にあるにもかかわらず山の奥深くに位置するため県民であっても周知度が低い。金蔵には豊かな自然があり、またそれとマッチするように住んでいる方たちもユーモアあふれ活力がある。そんな魅力をぜひ多くの人に知ってもらいたいと考え、学生視点からとらえた金蔵の魅力をPRしたチラシづくり、輪島市「かに祭り」のイベント出店・おむすびの商品化などの周知度を上げる取り組みに貢献できた。また足を運べない方にも金蔵を身近に感じてもらえるようにweb上での情報発信の基盤を作り、サポートしながら随時アップする体制を整えることができた。ブランディング研究としては金蔵の客観的なイメージや、訪問者層を把握するために金蔵アンケートを実施した。今後金蔵に人を呼び込むためにどの点を強みとして活かしていくのか、どういう層にPRしていくべきかを検討するデータ収集を目的とした。条件が悪かったことなどの影響で数はとれなかったが、客観的に見た金蔵を把握する貴重な機会となった。また来年度も体制を整えより正確なデータを取り今後に生かしていきたい。

4. 今後、この地域活動を継続、活発していくために必要なもの、及び課題

金蔵の想いは豊かな里山・棚田の保全、地産地消である。そのために外の人との持続的な交流、最終的にはより若い年代の方が定住してくれることが望ましい。今後、金蔵では各種イベントを随時企画し金蔵に人を呼び込んでいきたいと考えている。そこで課題となる点は以下の3つである。

① 各世代への効果的な情報発信

各世代において情報を得るために使用するツールは様々である。今年度はチラシ、ブログ、直接交流などの方法をとったが、各世代、性別、年齢にあった効果的な情報発信方法を検討していく必要がある。次年度においても万燈会アンケートを実施し、対象世代・魅力・課題をより正確に把握し・分析し活動に生かしたい。こちらから一方的に発信するだけでなく、相手側にも実際に金蔵に足を運んでもらうことで交流が生まれるようになることが目標である。

② 若い労働力の確保

今年10周年となる金蔵万燈会は準備から片付けまでかなりの重労働となる。実際参加してみて実感したが、高齢化が進む金蔵において万燈会を継続させていくためには若い労働力が必要である。約3万ものろうそくを灯す万燈会は金蔵の誇りであり受け継いでいきたい伝統だ。次年度ではコップの洗浄から片付けまでをセットにした万燈会ボランティア体制の構築を検討している。ブログや学内、輪島市内で幅広く募集をかけ、参加してもらう人には金蔵の歴史や人柄に触れてもらいながら万燈会を作り上げていく体験をしてもらうことを検討している。

③ 情報の共有

金蔵にも輪島観光の一つとして足を運んでもらうためには、輪島市内においても金蔵のイベント開催や取り組みの周知性を上げなければならない。輪島市役所のHPには内容を検討したうえ

でリンクを貼らせていただけるとのことだったため金蔵の歴史をまとめたHPの作成に取り組む必要がある。また金蔵での行事は突発的であるため、行事の周知性を上げることが難しく、参加者が集まらないのが現状である。今後は開催予定の行事を洗い出し、金蔵イベントカレンダーを作製したい。計画性を持つことで参加者が事前に知り、予定を立てやすいようにする。また何よりも重要なのが金蔵内での情報の共有である。現段階ではどういう取り組みを行っているか把握できていない方もいる。人を呼び込むことへの理解と協力を得るために、何が必要で何に取り組むべきか、どういうイベントを企画するかなどを金蔵全部で共有していくことに力を入れたい。

5. その他（学生や地域の方の感想等）

今年度は金蔵の方と頻りに交流できたため限界集落の現状や、里山保全への想いを知ると同時に農業や食、また金蔵以外の農家の方や観光客とも触れ合うことができ視野が広がった。学生が活動していくにあたって地域の方の積極的な協力は何より重要である。その点で金蔵の方は学生の提案を実際に形にする協力が積極的で、挑戦の機会を与えてくれるため今年度の活動は提案から実行までをスムーズに進めることができた。また、金蔵の方からも要望・提案が活発に行われるため、随時活動の目標を立てることができたため有意義な1年となった。

<金蔵の方より1年を通して>

地域ブランディング研究会の皆さんと話し合いをする中で、米のブランド化の前に、地域のブランディング、地域の特性、もっと誇れるものを確実にしなくてはいけないという提案もあり、ネーミング・パッケージのほかに、学生たちからいろいろな提案を頂いています。現在、金蔵の里山保全のためのプラン提案を頂き、3本の矢計画として次の活動展開中であり、非常に良かったと思います。

- 1本矢 基本的資源村内生産構造の確立で、金蔵資源のデータベース作りから今後の展開
- 2本矢 地産地消で、米・味噌を中心とした他特産品の開発、ネーミング、パッケージデザイン化
- 3本矢 交流人口の拡大で、金蔵資源（万燈会を含む）の魅力創出・発信

今後、2本矢・3本矢の内容の展開については是非皆さんの協力をお願いしたいと思います。