

Urban
Design
School

Matsuyama

Reports vol.3



2017.5~2017.12



2017.5~2017.12

Urban Design School Matsuyama

Reports vol.3



目次

松山アーバンデザインスクールとは	1
スケジュール	1
プロジェクト実施報告	2
かやまちクラブ	2
伊予絣班	8
Nexus	12
公園まちづくり@松山	16
休日プランナーズ	22
まつ ترامラリー	26
松山アーバンデザインスクール3期生	30
アーバンデザインスクール運営委員会より	31

松山アーバンデザインスクールとは

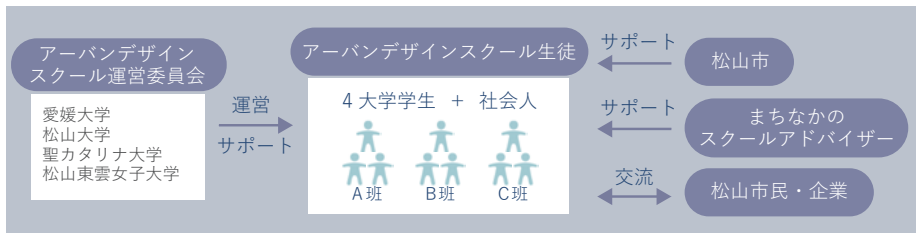
松山アーバンデザインスクールとは、将来のまちづくりの担い手を育成及び、まちなかのファンを増やすことを目的とした「まちづくりを実践的に学ぶ市民参加型の学習プログラム」である。

松山アーバンデザインセンターが母体となり、松山市内の4大学（愛媛大学・松山大学・聖カタリナ大学・松山東雲女子大学）の教員が運営委員会を組織して活動を遂行しており、まちなかのスクールアドバイザーとして、まちづくりを実践されている方、地域の商店主の方、NPO、まちづくり組織など、各分野で活躍している方からも支援を受けている。

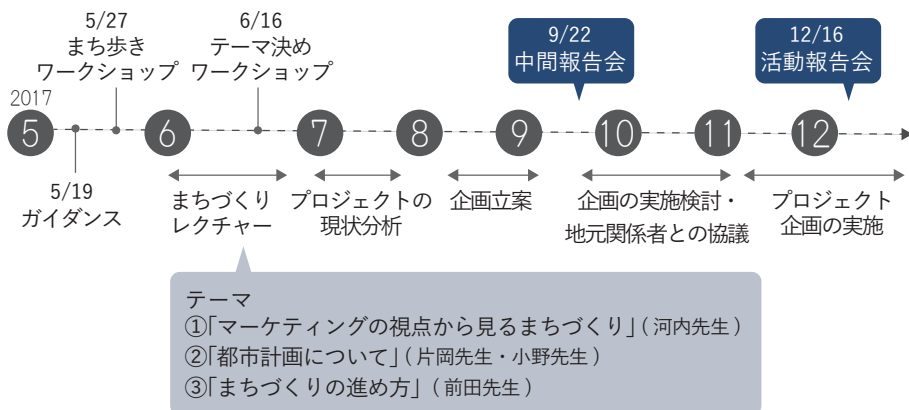
スクール生はプロジェクトチームにわかれ、まち歩きやレクチャー、ワークショップを通じてまちの課題や魅力を発見し、地域住民との意見交換、協働を経て、その中で自ら成長していくと共に、まちの歴史や文化に根ざした松山市ならではの魅力的なまちづくり活動に結実させていく。

1期目では、25名のスクール生が7つのプロジェクトを、2期目では29名のスクール生が、7つのプロジェクトを実践した。3期目では、28名のスクール生が6つのプロジェクトを実践するに至った。

本成果報告書では、3期生が取り組んだプロジェクトについて報告する。



スケジュール



かやまちクラブ

～知る・学ぶ・楽しむ商店街～

岡林千夏（愛媛大学2年生）
高木里歩（愛媛大学2年生）
田所佳奈（松山市役所）
渡部敦大（伊予銀行）



1. 企画の背景と

かやまち商店街の現状分析

かやまち商店街は、新旧さまざまな個人商店が並んでおり、個々のお店の魅力を紹介して商店街を盛り上げたいという想いで活動を開始した。はじめに、かやまち商店街の現状を分析すべく次の①～③の調査を行った。

①かやまち商店街の歴史と地区の特徴

かやまち商店街は、松山城を築いた加藤嘉明が築城の際に、伊予郡松前町から商人を連れてきてできた松山で最初の商店街という歴史がある。

かやまち商店街位置図

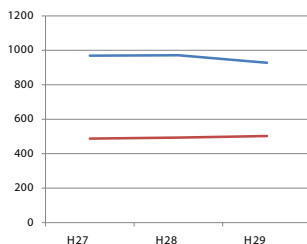


Google マップより

古町駅の少し東、徒歩5分の立地。西堀端2本西の南北の通りで、平和通から阿沼美神社少し南までをかやまち商店街という。卵の専門店、食パンの専門店、角打ち（立ち飲み）ができる酒屋など、個性あふれる専門店が並んでいる。

店主が商品の説明をしながら販売する対面販売の個人店が多い。また、かやまち商店街が位置する味酒地区は松山市の内でも特に小学生が多い地区である。市内平均のほぼ倍の児童数を抱え、これは平成27-28年では市内1位、平成29年では市内2位である。しかし、商店街には子どもたちの姿が見えない。

児童数の比較



そこで、小学生たちがどこで遊んでいるのかを調査をすることにした。

②子どもの遊び場所調査

16時～18時の時間帯の30分間、かやまち商店街付近の萱町公園、阿沼美神社、南味酒公園の利用者を調査した。

子どもの遊び場所調査の結果

	平日①	平日②	土日
萱町公園	7人(4人)	24人(17人)	15人(13人)
阿沼美神社	1人(0人)	1人(0人)	0人(0人)
南味酒公園	6人(4人)	6人(3人)	7人(7人)

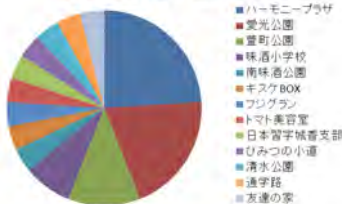
6月30日の輪越まつりの際には、3,000人ほどの参加者があり、多くが小学生であった。それに比べて、調査場所で遊んでいる子どもは少なかった。そこで、直接子どもに遊び場所のヒアリングを行うことにした。

③天神祭での調査

かやまち商店街組合会長の日下部さんと味酒地区まちづくり協議会事務局長の村上さんと協議の上、7月24日開催の天神祭でのじゃんけん大会を手伝うことを条件に天神祭の参加者へヒアリング調査をさせていただくことにした。ヒアリング調査は、子どもと大人それぞれに対して別々の質問をした。

まず、子どもに対しては、かやまち商店街周辺の地図を見ながら、普段どこで遊んでいるか、お気に入りの場所はどんなところかを聞いた。

小学生の遊び場所調査



天神祭 子どもの遊び場所調査の様子

次に、天神祭に参加している大人（主に小学生の親）に対して、「かやまち商店街へ行くか」「利用者から見た印象」「利用しない理由」を質問内容とし、約50人にヒアリング調査を行った。

かやまち商店街へ行く人・行かない人の意見

かやまち商店街へ行く人の意見	<ul style="list-style-type: none"> ・エルベをよく利用する ・武田商店をよく利用する ・ほかのお店で買うより安い ・一本堂のパンを買いに行く ・新鮮な野菜がある ・お店の人が優しい
かやまち商店街へ行かない人の意見	<ul style="list-style-type: none"> ・普段は車で移動しており、駐車場がないので行かない ・フジグランに行ってしまう ・今日はお祭りで来たが近くに住んでいない ・自転車をどこに留めればいいのか分からない ・安くていいなとは思っているが、店内に入るまでは踏み出せていない

これらの調査によってわかったことは、以下のとおりである。

- ・小学生は商店街付近で遊んではいないが、かやまち商店街は通学路であり、商店街はよく通ることがわかった。
- ・大人で、既にかやまち商店街を利用している人はお店の人が優しいなどの満足度が高いが、行ったことがない人は最初の一步が踏み出せていないことがわかった。

これらの調査から、かやまち商店街周辺に小学生が多いが、子どもの遊び場はバラバラであり、これをもとに商店街のにぎわいを考えるのは難しそうであると考えた。一方で、小学生が多いということは子育て世代が多いということであるが、親御さんたちは個人店に入る一步が踏み出せていないようである。この一步を改善すれば、かやまち商店街がにぎわうのではないかと思い、私たちで何かできないか考えてみるこ

とにした。

2. 地元の想いと企画立案に向けて

かやまち班が天神祭に参加したことで、かやまち商店街組合の日下部氏、中野氏、味酒地区まちづくり協議会の村上氏と親交を深めることができた。その中で、それぞれの想いを伺ってみた。

①味酒地区まちづくり協議会

村上氏の想い

「まちづくり協議会の地域振興部としてかやまち商店街でイベントを行い、世代を超えて交流するまちづくりをしたい。かやまち商店街が人が集まる場所になって欲しい。」

②かやまち商店街 日下部氏の想い

「かやまち商店街は『人情あふれる商店街』をコンセプトにしている。まちづくり協議会地域振興部の部長になったが、イベントを行うにしても商店街で行っている輪越まつりや天神祭と同じようなものでいいのか、検討中である。」

味酒地区まちづくり協議会は、平成29年4月に結成され、地域振興部では、かやまち商店街で地域の人々がにぎわい交流できるイベントを検討中だった。そのような経緯もあり、協議の末、まちづくり協議会とかやまち班と一緒にイベントを行うこととなった。

現状、かやまち商店街の良さ（店主の優しさ＝人情）は利用経験のある一部の利用者しか伝わっていない。対面販売を通しての店主とお客様の交流が、かやまち商店街の魅力であり、最初の一步が踏み出しにくい原因でもあったので、お店に入るハードルを下げるようなイベントを企画することにした。

3. かやまちクラブができるまで

まず、商店街の店主の方に、講師としてお店の外に出てきていただく学習会形式のイベントを考えた。しかし、店主はお店で仕事が忙しく、実現が難しかったため、イベントの際にお店で買い物することを組み込み、店頭で小学生からの質問に答えていただく形式にした。また、継続実施を視野に入れ、店主の負担をできるだけ少なくし、協力いただくお店で参加者が買い物をするので、お店にもメリットがあるような組み立てとした。

対象は小学生と親御さんの親子ペアとした。理由は、小学生が多い地区であることと、対面販売に慣れていない年代であるからである。このイベントを通して、小学生にはかやまち商店街で過ごした楽しい思い出をもってもらうこと、親御さんにはかやまち商店街での対面販売への心理的ハードルを下げる機会を提供することを目標に企画づくりを行った。

第1回として、八百屋で買い物した野菜・果物を使ってミックスジュースをつくるイベントを企画した。



ミックスジュース試作品

八百屋（武田商店・丸五青果・エルベ24）には日下部氏が連絡、依頼、説明をしていただいた。

参加者の募集については、村上氏が味酒小学校や児童クラブに働きかけて募集していただいた。継続して開催案内

を行うため、私たちの活動を「かやまちクラブ」という名称にした。

4. 第1回かやまちクラブ流れ

第1回かやまちクラブは、「新鮮野菜・果物でミックスジュースをつくろう!!」と題し、土曜日の午前と午後には一回ずつ開催した。各回はそれぞれスタッフが見守れる最大人数として、親子のペア3組を上限として募集し、定員に達した。子どもは兄弟姉妹である場合もあり、のべ14名の参加となった。概ねの流れは次の①から⑤の通りである。これを午前・午後ともに行い、その間の時間帯には、紙芝居屋である「えっちゃん」に来ていただき、子ども向けに紙芝居の上演を行った。

①八百屋で野菜・果物を購入

まず、くじ引きで各親子の向かう八百屋を決めた。その後、それぞれの親子が八百屋へ行き（スタッフ一名が付き添い）、野菜・果物の新鮮さや旬、味等の見分け方に関するの豆知識を店主に尋ねてもらった。この店主とコミュニケーションをとるプロセスが、対面販売への心理的な抵抗感を払拭するために効果があると考えた。

野菜・果物の購入費は、1組につき500円を味酒地区まちづくり協議会から補助いただいた。500円を超える場合は、参加者に負担いただくこととした。また、質問の内容を買い物に行く前に考えたり、店主からの答えを記入できるようにワークシートを作成し、書き込みながら進化した。

②ミックスジュースづくり

買ってきた野菜・果物を包丁でカットし、配分のバランスを検討し、ミキサー

にかけてミックスジュースをつくった。どの親子も、親御さんの的確なご指導があり、刃物の扱いや配分バランスなどについては失敗することなく安定的な運営ができた。



ミックスジュース作成の様子

③ミックスジュースの試飲と豆知識発表

3組の親子で互いにつくったミックスジュースを飲み比べしながら、ジュースに入っているものや、八百屋で聞いた野菜・果物の豆知識を発表してもらった。例えば、開催日の旬の野菜がかぼちゃであると聞いたことや、りんごの種類によって味がどのように違うのかを発表した。子ども達は発表することがとても嬉しそうで、得意げに発表してくれる子どももいた。

④審査・表彰

その後、ミックスジュースの審査会を行なった。審査員（村上氏、日下部氏、UDCM 尾崎先生）がすべての親子のミックスジュースを飲み比べ、それぞれもっとも美味しかったものを発表し、その味について講評コメントをしてもらった。一等賞を決めるというよりも、それぞれのジュースのよさを面白くコメントし、笑いの絶えない審査会となった。最後に審査員から表彰状を贈った。また、参加賞として、ミックスジュ

スと一緒に撮影した親子の写真を急いで写真屋に持って行き、審査会・表彰式の間にプリントを済ませ、閉会の直前にサプライズでプレゼントした。

⑤ 記念撮影

子ども達の思い出づくりという目的もあるため、最後に記念撮影を行なって閉会とした。



記念撮影（午前の部）

かやまちクラブの概要

企画名	第1回かやまちクラブ ～新鮮野菜・果物でミックスジュース をつくらう!!～
実施日時	2017年11月18日（土） （午前の部）10:00～12:00 （午後の部）13:00～15:00
実施場所	かやまち商店街くさかべ書店
参加者数	親子6組 計14名
企画財源	味酒地区まちづくり協議会 より ・買い物資金（500円×6組） ・ミックスジュース割材（水、飲むヨーグルト、牛乳） ・消耗品（紙コップ、洗剤、ハンドソープ等） ・ミキサーレンタル代（1台分）他 松山アーバンデザインセンター より ・子ども用 包丁・まな板購入代

5. 成果と今後について

イベント参加者の保護者へアンケートを実施した結果、イベント満足度は6組すべてが4段階で最上の「大変満足」と回答した。また、イベントで訪れた八百屋に6組すべてがまた行きたいと回

答した。イベントで訪れた際に、店主がレンコンに霧吹きをしていたことで会話がはずみ、今晚のメニューをレンコンの天ぷらにすると決めてイベント後買って帰る親子もいた。次回以降も2～3ヶ月に1回の頻度で開催を希望する意見が出た。

参加者からの次回以降の企画の提案

- ・子供たちが製作したり体験できる企画
- ・商店街を利用した物づくりの企画
- ・工作（木）
- ・本の朗読大会
- ・お買い物（計算しながらびったりを狙う）
- ・一本堂のパンと野菜と卵でサンドイッチ作り

後日、かやまちクラブと一緒に実施した村上氏、日下部氏、中野氏と反省会を行った。来年度は年4回（5月、7月、10月、2月予定）の開催をしようと次回以降の開催に意欲的になっていただいている。

また、今回はくさかべ書店の店頭での開催だったため、通行する方にも注目いただいた。次回以降は、かやまち商店街にできる「かやまちカフェ」という交流スペースでの開催を検討している。

かやまちクラブは商店街のお店の協力なしでは開催できないので、今後も継続的に商店街の他のお店や地域の方々の協力を求めていきたいと考えている。

ご協力いただいた方

日下部正直さま（かやまち商店街振興組合会長 及び 味酒地区まちづくり協議会地域振興部長）／中野誠さま（かやまち商店街振興組合）／村上八郎さま（味酒地区まちづくり協議会事務局長）／武田商店さま／丸五青果さま／エルベ24さま／武知悦子さま（絵本コーディネイター おはなし屋えっちゃん）／味酒小児童クラブのみなさま／尾崎信先生／UDCMスタッフのみなさま

Appendix

活動スケジュール

6月16日	アーバンデザインスクールでグループ 結成
6月29日	味酒地区まちづくり協議会事務局長 村上氏ヒアリング
6月下旬～ 7月上旬	かやまち商店街付近の小学生の遊び場 所調査
7月12日	かやまち商店街組合会長 日下部氏 ヒアリング
7月24日	かやまち商店街 天神祭 ブース出展 かやまち商店街付近の小学生の遊び場 所調査と大人へのヒアリング調査実施
8月24日	日下部氏、中野氏、村上氏へ各種調査 結果報告
9月20日	日下部氏、中野氏、村上氏とかやまち クラブ打ち合わせ①
9月29日	日下部氏、中野氏、村上氏とかやまち クラブ打ち合わせ②
10月11日	日下部氏、中野氏、村上氏とかやまち クラブ打ち合わせ③
11月10日	ミックスジュース試作
11月15日	かやまちクラブ前最終打ち合わせ
11月18日	第1回かやまちクラブ開催
12月3日	かやまちクラブ反省会
2月16日	日下部氏、中野氏、村上氏と来年度の かやまちクラブに向けて打ち合わせ
5月	第2回かやまちクラブ開催予定

メディア掲載

愛媛新聞（紙面・ONLINE）／愛媛CATV
／まちづくり協議会通信（松山市）

Back 記事詳細 MENU


2017/11/20 地四

◆商店街で新鮮ミックスジュース作り◆松山

人情味あふれる商店街の魅力を知ってもらおうと松山市の萱町商店街で18日、店頭で新鮮な野菜や果物を選んでミックスジュース作りを楽しむイベントがあり、地元児童らが店員らのアドバイスを参考にオリジナルの一杯を完成させた。

松山アーバンデザインスクールのグループと味酒地区まちづくり協議会が初めて開催。午前中に参加した児童ら5人は果物の見分け方を店員から教わると、リンゴやキウイを早速購入。ミキサーに投入し牛乳や蜂蜜を混ぜて仕上げた。味酒小学校4年の丸岡義平君（10）は「やわらかいキウイが甘いと教えてもらった。おいしいジュースができた」。

「商店街の店は初めてだと入りづらい面もあり、足を運ぶきっかけになれば」と企画メンバーの愛媛大法学部2年高木里歩さん（19）。商店街振興会の日下部正直会長（63）は「ここ数カ月で店舗数が増えるなど明るい話題もある。人の温かみが感じられる商店街の良さを多くの人に知っ



まちづくり協議会通信 — 2017. 12

つなぐ

<設立地区(2012)> 全4地区中>
まちづくり協議会 3区(35)地区
まちづくり協議会事務局 3区(4)地区

発行 | 松山市役所 市民参画課1F405室 TEL: (089)948-0963 FAX: (089)934-0357 Vol.16
URL | <http://www.city.yamagata.lg.jp/shiwa/machizukuri/kyougiika/kyougiika.html>

かやまちクラブ 新鮮野菜・果物でミックスジュースを作ろう!




11月18日（木）に愛媛県松山市萱町商店街と松山アーバンデザインスクールが主催し、萱町商店街でオリジナルミックスジュースを作るイベントが開催されました。このイベントは、商店街を活性化し、魅力を発信し、地域を盛り立てることを目的として開催されました。当日は、新鮮な野菜や果物を見分け方を教わると、リンゴやキウイを早速購入。ミキサーに投入し牛乳や蜂蜜を混ぜて仕上げた。味酒小学校4年の丸岡義平君（10）は「やわらかいキウイが甘いと教えてもらった。おいしいジュースができた」。

「商店街の店は初めてだと入りづらい面もあり、足を運ぶきっかけになれば」と企画メンバーの愛媛大法学部2年高木里歩さん（19）。商店街振興会の日下部正直会長（63）は「ここ数カ月で店舗数が増えるなど明るい話題もある。人の温かみが感じられる商店街の良さを多くの人に知っ

まちづくり協議会通信 Vol.16

伊予絣班

伊予絣でハンドメイドアクセサリー体験

石川茉帆（松山大学 2 回生）
柴田萌（松山大学 2 回生）
治京伽奈（松山大学 1 回生）
田中友理（愛媛大学 1 回生）
武井泰子（BeL tempo）
竹中優子（社会人）



1. 伊予絣に着目した理由

この企画は、松山は住みやすいけれどあまり特徴がない、友達が松山に来た時に紹介できるネタが少ない、地域資源をうまく活用すればもっと松山が賑わうのでは？と思ったことをきっかけに始めた。最初に班員それぞれで松山の地域資源を調べ、興味を持ったものについて話し合った。そこで出た「伊予絣」は班員全員が知らず、松山の地域資源として浸透していないのではと考えた。

伊予絣について調べてみたところ、二百年前からあり、かつて生産量日本一だったことや、日本三大絣の一つであることなど、愛媛県が誇れる地域資源であることが分かった。私たちの班は、松山=〇〇を新たに作り、観光客の満足度を高めたいという思いで結成された。そこで、多くの人に知られていない地域資源である「伊予絣」を使った私たちの活動によって、松山=伊予絣のイメージの形成ができるかもしれないと思いつき着目した。

私たちが題材とする「伊予絣」とは、松山で作られている絣で、江戸時代後期に今出の鍵屋カナさんが考案したものである。久留米、備後絣とともに日本三大絣の一つとされている。明治の中頃から全国的に人気を博し、昭和 10 年には、

全国の絣における 53% のシェアを誇っていた。

しかし今では衰退し、私たちに身近なものではなくなってしまっている。伊予絣衰退の最大の要因は、大正末から昭和初めにかけての衣生活の構造的変化にあったとされている。伊予絣の製品自体を変化に合わせて革新するということは、まず不可能であり、足踏織機、力織機の遅ればせの導入によって、工賃と商品価格の低額化をすることで対応せざるをえなかった。しかし、戦時体制により綿糸の供給が統制され、人造絹糸が代わりとして登場したことで、伊予絣は原料と市場の両面からはさみ討ちを受け、衰退していくことになった。

近年では、伊予絣の衰退の原因として次の三つがある。一つ目は、需要の減少である。伊予絣は昔はフトン地や着物、戦前からは東日本のモンペとして使われていたが、今は農家も減り、モンペを着用しなくなったのが大きい要因である。おしゃれ着と民謡の踊り用に東北から注文があるが、今は民芸品用が主である。二つ目は、伊予絣の有力な経営者がタオルに転換し、伊予絣に力を入れなくなったことである。三つ目は、松山市は観光地であり商工業が盛んなので、婦女子の働き場所が多く、近郊農村の労

働力が、伊予絣よりはるかに有利な方面に就職できることである。備後・久留米に比べ松山の労働賃金は最も高い。

このように様々な要因によって伊予絣は衰退したのである。実際に私たちの生活の中で伊予絣を目にする、触れる機会はあまりないと言える。もし伊予絣を目にしても、色や柄が若者向けではないため、あまり関心を持っていないのではないだろうか。これが、伊予絣が日本三大絣の一つと言われながらも多くの人に知られていない理由だと考えられる。

そこで、まずは伊予絣を目にもらう機会をつくり、伊予絣に触れ興味を持ってもらう。このようにして、伊予絣が松山における歴史的な地域資源であるという認識を、多くの人に形成してもらうということをこの企画の目的とした。



松山市久万ノ台にある伊予かすり会館

2. ワークショップの開催に向けて

私たちが開催場所とした道後温泉は、楽天トラベルが毎年発表している「ココロ潤う。おんな一人旅に人気の温泉地ランキング」において、3年連続1位である。また、環境省・観光庁後援の「温泉総選挙 2016」でも女子旅部門第1位を獲得するなど、女性から熱い視線を集めている。

そこで、道後温泉へ観光に来た女性を対象とし、伊予絣を使ったアクセサリーのハンドメイド体験ワークショップを開催することにした。アクセサリーは、ヘアゴム・ブローチ・ピアス・イヤリングの四種類を設定した。伊予絣の生地から自分好みの柄を選び、完成したアクセサリーに好きなパーツを付けることで、自分だけのオリジナルアクセサリーを制作することができるようにした。

この活動の大元となる伊予絣は、高価なため中々入手方法が決まらなかった。しかし、もぶるテラスによく来られる八木百合江さまが、織っていたという絣を譲ってくださるということで、絣を使った活動を無事に進めることができた。



様々な柄の伊予絣をいただいた

3. 活動内容

当日は、体験を希望する方に伊予絣の性質や歴史をまとめたパワーポイントを見ていただき、伊予絣についての理解を深めてもらった。その後ワークショップに移り、班員が一对一で教えながらアクセサリーを作ってもらった。客層としては、親子連れが大半だったが、外国人観光客、若い方にも興味を持ってもらえた。

ワークショップだけでなく、地域に存在する伊予絣について知ってもらおう

と考へ、どこに伊予絣が置いてあるかなどの情報を載せたマップを作成した。班員が実際に視察し製作したため、他にはないマップをつくることができた。伊予かすり会館さまには、伊予絣について書かれた冊子、伊予かすり会館のパンフレットを頂き、紹介するとともに配付した。テラスはもぶるテラス、道後観光案内所に置かせていただき宣伝し、当日は道後温泉旅館協同組合さまにテント、イス、机をお借りしワークショップを開催することができた。

1日目は、テントの下でパイプ椅子を使って、ハンドメイド体験を行ったが、観光に来た人が入りづらい雰囲気になってしまっていた。2日目は初日の反省を踏まえよりお客さんが入りやすい雰囲気になるよう、陽当たりの良い場所で行うことにした。また、テントは受付の上だけにし、パイプ椅子からもぶるテラスの木製の丸イスに変更することで、柔らかく、入りやすい雰囲気づくりに努めた。その甲斐もあってか、1日目より多くの方々に覗いて声をかけてもらい、興味を持ってもらうことができた。場所を変更したことにより、外から子どもたちや親子連れが楽しそうにワークショップを行っている様子が見られるため、特に、興味を持つ高齢者や外国人観光客が増えたと考えられる。

企画の概要

企画名	伊予絣を広めよう！～伊予絣でハンドメイド体験～
実施日時	2017年12月2日(土)・3日(日)
実施場所	道後温泉駅前放生園

企画内容	伊予絣を利用したアクセサリ(ヘアゴム、ブローチ、ピアス、イヤリング)のハンドメイド体験。伊予絣の歴史をバウポイントで紹介する。
参加者数	20人
収支	収入 11,500円(ワークショップ体験料) 支出 20,013円(アクセサリのパーツ等)



ワークショップ当日の様子



ワークショップで使用したアクセサリ

4. ワークショップを終えて

ワークショップを体験してもらえたのは20名とあまり満足できる数ではなかった。しかし、人目につきやすい場所でワークショップを行ったことで「絣は知っていたけれど伊予絣は知らなかった」という観光客の方からの声や、「昔伊予絣を織っていた」、「母親が伊予絣を持っていた」という地元の方の声を聞くことができた。また、私たちは女性の観光客をターゲットにしていたが、実際に体験したほとんどが家族連れの方であった。「お母さんに作ってあげる」

という子や、「孫に作ってあげたい」という方もいた。たくさんのお宝がある中でどんなのにしようか迷いながらも、多くの方に楽しんでいただき、自分だけのアクセサリが出来ると「かわいい」と喜んで下さっていた。2日間の活動を通して、地元の方や家族連れの方からの反響があるとは想像しておらず、伊予絣には潜在的な需要があるのではないかと感じた。

このワークショップを終えて、伊予絣の存在を知ってもらいたいという私たちの思いを高齢者から親子連れという幅広い年代の人に伝えられたと考えている。

今後は、八木さまから頂いた絣をもぶるテラスに展示するなどして、「伊予絣」が松山の地域資源として再び脚光を浴びるよう努力したい。

ご協力いただいた方々

伊予かすり会館さま／瀬瀬建人さま／道後温泉旅館協同組合さま／八木百合江さま

参考文献

愛媛県生涯学習センターデータベース『えひめの記憶』

<http://www.i-manabi.jp/system/regionals/regionals/ecode:2/45/view/5804>（参照日：2018年3月10日）

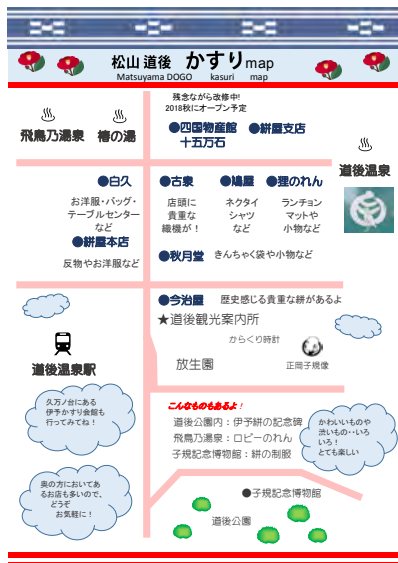
<http://www.i-manabi.jp/system/regionals/regionals/ecode:2/36/view/5002>（参照日：2018年3月10日）

Appendix

活動スケジュール

7月	各自で道後の偵察 地域資源を調べ共有→伊予絣に決定
7月23日	グループで道後の偵察
8月9日	伊予かすり会館で歴史を学ぶ
9月	八木さまに絣を頂く

9月22日	企画の中間発表
9月30日	伊予かすり会館で支配人から伊予絣について学ぶ
10月	伊予かすり会館訪問
10月29日	「みんなのヒミツ基地」まちづくりアイデア発表
9月24日	イベントの準備、チラシ、マップ、試作品作成
10月15日	道後温泉旅館協同組合さまに挨拶、打合せ
10月22日	伊予かすり会館でパンフレットを頂く
11月24日	グループ内で打合せ
11月29日	道後観光案内所にイベントのチラシを配布
12月2日	ワークショップ
12月3日	ワークショップ
12月14日	グループ内で打合せ
12月16日	最終報告会
12月27日	絣をくださった八木さまにお礼



Nexus

農業とまちづくり

高橋美有（愛媛大学 3 年生）
福永晃（愛媛大学 2 年生）
吉田勇樹（愛媛大学 1 年生）
松山玲奈（愛媛大学 1 年生）
平田晋太郎（社会人）



1. Nexus について

まちづくりを実践的に学ぶプログラム「アーバンデザインスクール」の3期生のなかで、『農作物の販売』に興味があったグループと『作物の生産・循環型社会』について興味があったグループが、「農業」というテーマで融合した社会人と学生のグループである。プロジェクトメンバーは、高橋美有（愛媛大学3年生）・福永晃（愛媛大学2年生）・吉田勇樹（愛媛大学1年生）・松山玲奈（愛媛大学1年生）・平田晋太郎（社会人）である。



農家さんの収穫現場

2. 花園町通りをプロジェクト実践の場とした理由

花園町通りの現状課題として、次の2つの点が挙げられていた。1つ目に、松山市駅から市役所・城山公園方面への通行路になっており、人々が滞留することが少ないということ。2つ目に、花園町通りの景観を作り上げている要

素としてマンション・飲食店・学習塾などがほとんどであり、統一感がないということである。人が「通りすぎる」だけであり、銀天街や大街道のように「そこを目的地として訪れる人が少ない」という問題があった。

そんな中私たちには、花園町通りの改修工事が終了するのをきっかけに、人が集まる場を設け、賑わいを作り出したいという思いがあった。

そこで、私たちのプロジェクトとして、花園町通りで開催される「お城下マルシェ」に、農業をテーマとしたブースを設けることを企画した。

3. 企画の目的

私たちの企画には、大きく分けて2つの「キーワード」がある。1つ目が『生産者と消費者の繋がり』、2つ目が『食物の循環』である。

私たちの企画を通して、消費者と生産者をつなぎ、人々が滞留する空間を作ることで、「作る、食べる、廃棄する」という食物循環を、様々な方法で体験してもらおうという目標を掲げた。具体的には、「みかんの詰め放題」や「木にぶら下がっているみかんを切ってもらう、簡単な収穫体験」、「食べ終わった後のみかんの皮をツリーを再利用したみか

んツリーの制作」などを企画した。

実施した企画概要

企画名	みかん詰め放題&収穫体験
実施日時	2017年11月19日(日)
実施場所	花園町商店街
企画内容	みかんの詰め放題と木からみかんを収穫してもらう
参加者数	約100人
収支	収入 15,900円 支出 12,000円
企画名	みかん詰め放題& みかんツリー制作
実施日時	2017年12月10日(日)
実施場所	みんなの広場
企画内容	みかん詰め放題と食べ終わった後のみかんの皮をツリーのオーナメントとして再利用し、みかんツリーを制作する
参加者数	15人
収支	収入 2,000円 支出 1,500円

4. 事前準備

農業に関して「ド素人」な私たちがこの企画を実行するためには、協力してくださる農家さんが不可欠だった。そこで、農家さん探しと企画決りを、同時並行で進めていくことにした。開催時期を11月に定め、それに伴い、販売する作物を旬なものである柑橘、とりわけみかんにすることにした。そこでメンバーの知人の紹介で、みかん農家さんである野本昌平さんと知りあい、協力してもらう運びになった。野本さんをNexusの輪に加え6人で企画の話し合いを進めることになった。企画に関して「花園町商店街の飲食店の人たちとコラボした試食会」や「野菜・みかんの栽培キット作成イベント」などいくつかの案が出たが、許認可の関係などを考慮し、最終的にみかんの袋詰めとプチ収穫体験、

情報誌の配布を行うことにした。

みかんの袋詰めやプチ収穫体験では消費者が農家さんと実際に話をすることができ、交流をすることによって、消費者と農家さんをつなげることが出来るのではないかと考えた。また、「食物の循環」と「野本さんの農業に対する想い」をテーマにした情報誌を配布することで農業や食物についてもっと知りたいと考えた。これらの活動をすることで、少しでも花園町通りに人々が滞留してほしいと思った。

それと並行して、私たちの企画を持続可能なものにしたいと思い、2つ目の企画として12月にイベントをすることにした。11月のイベントで収穫体験をしてくださった消費者の方々に再度来てもらえるように、愛果28号の引き換え券を渡すことにした。

12月のイベントの企画内容として、みかん詰め放題、生絞りホットみかんジュースの提供、みかんツリーの制作をすることにした。みかん詰めや生絞りホットみかんジュースを企画した理由としては、前回のコンセプトと同様に、消費者が農家さんと実際に話をすることによって、交流を深めることにつながるのではないかと考えたからである。またみかんツリーとは、食べたあとのみかんの皮を乾燥させ、それを飾り光らせることでできる、幻想的で新しいクリスマスツリーである。このツリーを通して、普段はただ捨ててしまっているみかんの皮を活用できる事例を紹介することで、少しでも食物の循環について感じてほしいと思い企画をした。その際、NPO松山まつりイケメン連代表の岡本真輝さんにご協力を依頼

することにした。岡本さんとのミーティングを通して、みかんツリーの制作方法などに協力をいただいた。

5. 当日の運営（企画実施）

11月19日、花園町通りで行われた「お城下マルシェ」に出店した。ブースを1つ借り、事前準備段階で話し合っていた通り「みかんの袋詰め」と「みかんの収穫体験」を行った。当日は、城山公園で行われていた「松山産業まつり」に出かける人も多く、花園町は通行人でとても賑わっていた。家族連れで来ていた方々や、みかんを安く買いたい人たちをターゲットに宣伝広報を行った結果、営業終了間際に無事完売した。みかんの詰め放題で14,800円、収穫体験で1,100円の売上を計上した。実際に購入してくださった方は、家族連れや学生、ご年配の方など幅広い層であった。特に家族連れのお子さんが、みかん詰め放題や収穫体験をする姿は、場の雰囲気や和ませ、テレビでもその様子は放送された。そのような雰囲気や足を止めて下さる方もおり、私たち自身も通りがかりの方の興味を引くため、試食やチラシ配りなども行いながら企画内容を進めることが出来た。

また第2弾として12月10日に行ったイベントのみかん詰め放題&みかんツリー制作会も、企画どおりに実行できた。みかん詰め放題は前回同様楽しんでいただくことができ、新しい試みであるみかんツリー制作会も事前に用意した乾燥みかんを使い、成功させることが出来た。しかし、営業開始直後に降ってきた雨により気温も急降下し、通りを歩く人の量が大きく減少。前回ほど

の売上を達成することはできなかった。



11月19日のイベントの様子



12月10日のイベントの様子

6. 成果の課題・今後の展望

1番の成果としてあげられるのは、「消費者と生産者をつなぎ、人々が滞留する空間を作る」という目標を、小規模ながらも達成することができたことであろう。両イベントともに、みかん農家の野本さんに来ていただき、買ってもらうお客さまへそのみかんのこだわりや作ってきた過程を話していただいた。みかんへの熱い思いやこだわりに心打たれて購入したお客さまも多かったように思う。その方々が購入したみかんを食べる際は、いつもスーパーで購入して食べている時とは少し違う思いで口にしていたのではないかと想像できる。

また、その話している風景や子どもが収穫体験をしている姿を多くのメディアに取材され放映されたことも、成果の

1つであろう。「お城下マルシェ」の翌日に愛媛新聞に掲載していただき、あいテレビの「よるまち」でも取り上げられた。報道を目にした人に対しても、私たちのコンセプトや生産者である野本さんの想いなどを伝えられたのではないと思う。

課題としてあげられたのは、屋外イベントであるため、天候に左右されやすく、天候によっては思うように客足が伸びないということである。そのため、屋外イベントとして開催するにあたっては、天候に左右されてもいい柔軟な計画性が必要になってくるのではないと思う。また、軸の1つとしていた『食物の循環』について、2つのイベントでは思うように伝えることができなかったと考えている。この点については、今後改善していく必要があり、いかにして伝えたり体験したりしてもらうかが課題となってくるのではないだろうか。

今のイベントの規模はまだ小さく、私たちが伝えたいことをまだ十分に伝えきれていない状況であることを考えると、今後活動を続けていくにあたり、このNexusの活動を支えていくメンバーを増やし、少しずつ規模を大きく、伝えられることを多くしていこうと考えている。

ご協力いただいた方々

岡本真輝さま（NPO 松山まつりイケメン連代表）／お城下マルシェ関係者さま／新居田真美さま（松山アーバンデザインセンター）／野本昌平さま（MATSUYAMA みかん代表）／松山アーバンデザインスクールの先生方／渡部敦大さま（伊予銀行湊町支店）

Appendix

活動スケジュール

6月16日	Nexus 結成
10月25日	みかん農家野本昌平さんの取材
11月19日	お城下マルシェ出店
12月10日	みかん詰め放題&みかんツリー制作会

メディア掲載

あいテレビ／愛媛新聞

公園まちづくり@松山

公園を生活の軸に、賑わいの核に

中出 舞 (愛媛大学 1 回生)
富永真生 (愛媛大学 1 回生)
奥村尚登 (愛媛大学 1 回生)
松尾太聖 (愛媛大学 1 回生)
真瀬充臣 (愛媛大学 1 回生)
光永早織 (松山市役所)



1. 企画の背景と目的

松山市の中心市街地には、広大な芝生広場や美術館、図書館を有する都市公園「城山公園」があり、朝夕は学生やサラリーマンなどの通り道として、休日は大規模イベントの会場として利用されている。イベント時は多くの人で賑わうが、イベントが開催されないときは、規模に対して人はまばらで寂しい印象を受ける。

城山公園は、中心市街地にありながら鳥のさえずりが聴こえる豊かな自然が魅力であり、公園内にはおしゃれなカフェレストランもある。私たちは、城山公園の高いポテンシャルを活かして「公園まちづくり」に取り組むこととした。



平時の城山公園（堀之内地区）

私たちの「公園まちづくり」のポリシーは、「公園を住民にとって暮らしの軸に、まちにとって賑わいの核に」することである。そのために、まずは季節毎に公園

の新しい使い方を提示することにした。プロジェクト第1弾は「おしゃれピクニック」である。ピクニックは公園の楽しみ方としてポピュラーで、学校行事などで誰も経験したことがあるだろう。最近は「おしゃピク」というおしゃれなピクニックが若い女性に人気である。InstagramなどのSNSには、色鮮やかなドリンクや手の込んだ料理でピクニックを楽しむ写真が多数アップされている。



おしゃピクのイメージ

単にピクニックイベントを開催するのではなく、流行りの「おしゃピク」とすることで話題性を高め、若い世代の情報発信力を活用しようと考えた。

2. 準備・関係者との調整

ピクニックをする際に、ハードルとなるのは準備である。シートなどのグッズを買い揃え、弁当を作るとなると前日から準備する必要がある。手間をかければ

その分、当日の楽しさも増すが、ピクニック文化が根付いていない現状を踏まえると「手軽さ」は必須である。

そこで、ピクニックグッズの貸出サービスを行うこととした。手ぶらで公園に来て、グッズをレンタルしてピクニックをするという流れである。これなら手軽にピクニックを楽しむことができる。

貸し出すグッズの選定は、事前にメンバーでプレピクニックをして検討した。会場となる芝生広場は芝の生育が良く、想定より座り心地がよかったため、分厚いピクニックシートではなく薄手のものでも十分であることが分かった。その一方、芝の草丈が長い分、飲み物を置くと倒れてしまい、トレーが必要であることが分かった。

この他にも、頻繁にシートが風でめくられるため、四隅に置く重りを作ることにした。

さらに、ピクニックを盛り上げる雰囲気づくりの必要性も感じたため、当日は芝生広場を色とりどりのバルーンで飾り付けるよう計画した。



プレピクニック

また、飲食物の販売も行うことにした。メンバーの一人がフードトラックで移動販売をする「ルリイロサンド」のオーナーと知り合いで、出店料を頂く条件で交渉し、出店が決まった。

ルリイロサンドは、フォトジェニックで美味しいサンドイッチが評判だが、市内に飲食物の移動販売者は他にもいる。ルリイロサンドに出店を持ちかけたのは、城山公園で定期的な販売を目指しているからである。ルリイロサンドは、すでに公園管理者と指定管理者に城山公園内での定期的な販売を交渉していたが、民間事業者の営業活動に当たるとしてハードルが高く、販売できる方法を模索していた。イベントでの販売はハードルが低いため、実績づくりとして出店していただけることになった。



ルリイロサンドのサンドイッチ

さらに、ピクニックのアクティビティとして、ヨガを行うことを考えた。ヨガは女性に人気があるので、今回のイベントにちょうど良いと思い、知人の伝手で講師に協力を依頼したものの、残念ながら、講師のスケジュールの都合がつかなかった。別の伝手をたどったところ、トレーニングスタジオのオーナーやスポーツメディア運営者と繋がることができた。趣旨を説明すると、ヨガだけでなくピラティスもしてはどうかと提案していただいたので、Facebookでアンケートを取ることにした。ヨガ、ピラティスだけでなく、キックボクササイズを候補に加え、どのア

クティビティに参加してみたいかを調べた。結果、ヨガが断トツ人気で、当初の予定通りヨガを行うこととした。ただし、

ボクササイズは男性に人気があると分かるなど、Facebook のフォロワーとイベント内容を定める過程は意味のあるものだと感じた。なお、雨天により2回延期した関係で、実際には最初に交渉した方に講師をしていただき、トレーニングスタジオのオーナーとスポーツメディア運営者にはヨガマットを貸していただいた。



Facebook アンケート

フォトジェニックの仕掛けとして、フォトプロップスをつくるワークショップを開催することにした。フォトプロップスとは、写真を撮られるときに手に持つアイテムで、結婚式などで使われることが多い。フォトプロップスがあればポーズに困らず「インスタ映え」としても良い。

当初はメンバーがワークショップを運営しようと考えていたが、フォトプロップスワークショップを個人的に開催している方とメンバーの一人が偶然知り合い、講師をお願いすることにした。

また、「ピクニックに行きたいが、一緒に行く人がいない。一人だと行きづらい。」と声をかけられたことから「相席シート」を設けることにした。相席シー

トとは、バーのマスターのようにお一人さまの話し相手になる存在で、このイベントに関わってくれた方々に協力を依頼した。マスターは1時間交代、あらかじめプロフィールを公表し、お一人さまは、話してみたいマスターのいる時間帯に訪れることができるよう配慮した。

この他にも、メンバーのネットワークを活用して、公園の周辺店舗や企業などに協力を依頼した。例えば、クレープ屋はトッピング・スープ無料のキャンペーン、カフェ&ダイニングはブランケットの貸与、カフェレストランはイス・テーブルの貸与、飲食店と美容院はチラシの設置配布、塗装屋は軽トラックの貸与、絵描きは会場でのライブペイントなど、多くの方が協力してくださり、充実したイベントとなった。

これらは無償で対応してくださったもので、フードトラック・ヨガ・フォトプロップスワークショップに関しては、売上の20%を手数料として納めていただくよう調整した。なお、ヨガ講師のカイ先生は「公園の利活用のために」と売上を全額寄付してくださった。

公園の使用については、松山アーバンデザインスクールの所管課である松山市役所 都市・交通計画課から公園管理者である公園緑地課に公益的なイベントである旨を説明してもらい、使用料の支払いは免除された。

3. 周知・広報

そもそも取り組みを知ってもらわなければ、効果は限定的になってしまう。私たちは情報発信に力を入れた。

まず、SNS の情報発信として Facebook、Instagram、Twitter、HP を開設した。

SNSは、媒体の特性を活かした情報発信をするよう心掛けた。Facebookは、社会人メンバーが管理し、30～40歳代をターゲットに取り組みの経緯を細かく発信した。Instagramは、大学生メンバーが管理し、若い世代をターゲットにフォトジェニックな写真を投稿し、ポップな文面で情報を発信した。Twitterは他とは趣向を変え、独り言をゆるく呟くことにした。HPは、取り組みの全容が分かるよう、活動の目的などを掲載した。小まめな情報発信の甲斐あってか、Facebookの「いいね」数は、開設から2か月足らずで100人に達し、2018年3月13日時点のフォロワーは160人である。

次に、メディアへの情報発信として、①ラジオ、②webメディアのニュース、③webマガジンのレポート、④松山の老舗ホテルのブログ、⑤松山市役所のプレスリリースなど、ネットワークを駆使して、なるべく多くの媒体で露出するよう努めた。

最後に、紙媒体での情報発信としてチラシを作成した。1,000枚発注し、メンバー行きつけの飲食店や美容院、コワーキングスペースなどを一軒一軒回って、チラシの設置配布をお願いした。

なお、SNSやチラシで情報を発信するにあたり、事前に当日と同じ状況を整え、広報用の写真を撮影した。バルーン購入代や手間がかかったが、フォトジェニックな雰囲気伝わる写真を撮ることができた。

4. 2つのこだわり

この活動を行う上で、こだわったことが2つある。

1つ目は、一過性のイベントにしないことである。情報発信をするうちに「今度のイベントで○○をやってはどうか？」という提案を受けることがしばしばあった。実際に採用したのものもあるが、採用するかどうかはイベント後にも継続できる「担い手」が想定されるかどうかで判断した。提案していただくことは嬉しかったが、担い手が想定されないものは実施しないという方針を貫いた。

2つ目は、補助金を使わないことである。松山アーバンデザインスクールでは活動費が支給されるが、私たちの活動は社会人メンバーが費用を負担した。補助金を使うと収支が甘くなりがちで、自らの費用で行う場合とでは緊張感が違う。グッズ購入代やチラシ印刷代などの経費は、ピクニックグッズのレンタル料やフードトラックの出店料などで賄うよう計算し、もし収益が出た場合は次の事業に充当することとした。なお、結果としては、雨天でピクニックグッズの貸出ができず、8,000円ほどの赤字となった。

5. 企画実施

イベント開催予定日の10月15日は雨予報だったため翌週に延期したが、延期日も台風のため開催できず、結局11月26日に開催することになった。1ヵ月以上遅れたため、当初は考えていなかった寒さ対策も必要になったが、準備期間が長くなったお陰で、イベントのクオリティは高まった。

開催日が近づくにつれて、情報発信の頻度を高め、前日までにグッズの購入やバルーンの発注などを済ませた。

当日は、開始時刻の2時間前から準備を開始した。グッズ貸出の受付として使う屋台を軽トラックで運びこみ、会場では業者から配達されたバルーンの配置や屋台の組み立てなどを分担して行った。降水確率は終日50%。準備中に小雨が降りだしたため、あらかじめピクニックシートを配置することはできなかったが、諦めずに雨が上がるのを待った。

開始時刻前、ルリイロサンド目当ての客が2組訪れた。ルリイロサンドが到着してからも行列は途絶えず、フード類は終了時刻前に完売した。



瑠璃色のフードトラックが園路

瑠璃色のフードトラックが園路を歩く人の目を引く

小雨は止まず、フォトプロップスワークショップは屋台で開催することにした。対象者はインスタ映えを気にする若い世代を想定していたが、小学生やご婦人が参加された。

ヨガ開始時刻になっても小雨は降り続け、開催を諦めようとしたところ、ヨガ講師のカイ先生が傘を使った「アンブレラ・ヨガ」を考案された。立ったまま、傘を持ったままのスタイルで行う斬新なヨガは意外と好評だった。



日本初?傘を使ったアンブレラ・ヨガ

イベントも終盤に差しかった頃、雨が止んだためコタツを出すことにした。寒さ対策としてあらかじめコタツを準備しており、貼るカイロで暖をとった。このコタツはメンバーが自宅で使っているもので、軽トラックで会場まで運搬した。園路を歩く人たちは、芝生広場のコタツでみかんを食べたり、トランプをしたり、自宅のように寛ぐ私たちが驚きの表情で眺めていた。



コタツには早生ミカン(1個50円)を用意

結局、ピクニックグッズの貸し出しはできなかったが、多くの方が立寄ってくれた。最後は、近くにいた子どもにバルーンを配り、片付けをして終了。天候には恵まれなかったが、公園の新しい可能性を感じる一日だった。

ピクニックイベントの概要

企画名	城山公園ピクニック
実施日時	2017年11月26日(日)
実施場所	城山公園(堀之内地区)
企画内容	おしゃれピクニック

参加者数	23人
収支	収入 6,250円 (フードトラック出店料等)
	支出 14,190円 (バルーン、チラシ印刷費等)
	※雨天のためピクニックグッズの貸出は実施できず。

6. 成果

ピクニックイベントは一日限りだったが、いつでも気軽にピクニックできないと意味がない。そこで、公園内のカフェレストラン「the park M' s coffee」にピクニックグッズの貸出サービスを提案したところ、快諾していただいた。

「the park M' s coffee」は、愛媛で知らない人はいない、郷土料理で有名な「かどや」グループが初めてプロデュースしたカフェレストランである。店長の吉田様に有料・デポジット制の貸出を提案したところ「喜んでくれるなら無料でいい」と太っ腹な回答を頂いた。

3月中旬から、ホットドックやドリンクなど、テイクアウト商品を購入された方に無料でシート・トレイを貸し出すサービスを開始する予定である。

7. 今後の展望

冬は凧あげ、春は長縄跳び、夏はナイトピクニックというように、今後も季節毎に公園の新しい使い方を提示していく。人と公園を繋ぎ、仕組みをデザインする役割として、公園とまちを変えたい。

ご協力いただいた方々

稲見益輔さま (マツヤマンスペース) / 井上和俊さま (クルスポ) / 井上広宣さま (会社員) / Kai Takashi さま (ヨガ講師) / コノミさま (フォトプロップスワークショップ講師) / 武智昭文さま (松山市役所) / 平野達哉さま

ま (ひら屋) / マインさま (道化絵師) / 正岡貴達さま (ルリイロサウンド) / Asunaro さま / 株式会社 MGK さま CREPE&CAFE Hi5 さま / the park M' s coffee さま / 下灘珈琲 さま / Japanese Dining にかさま / hair circle geep 千舟町店さま /

Appendix

活動スケジュール

6月16日	「稼ぐまちづくり」を掲げてグループ結成→企画構想
7月28日	テーマを「公園まちづくり」に決定
8月1日	イベント概要・日程決定 (市公園緑地課に申請)
8月28日	イベントの詳細決定 (おしやれピクニック)
9月5日	Instagram、Twitter 開始
9月20日	Facebook 開始
9月21日	ヨガ、フォトプロップスWS、フードトラック調整開始
9月23日	メンバーでピクニック MTG
9月24日	HP 開始
10月15日	イベント開催予定日→雨で延期
10月22日	イベント延期日→台風で延期
11月24日	イベント開催公園内のレストランにピクニックグッズ貸出事業を提案→快諾
11月26日	イベント開催 (ただし小雨)
11月～	「ピクニックのススメ」作成
12月～	第2弾冬イベント企画構想
3月10日	「凧あげまつり@城山公園」開催
3月中旬	ピクニックグッズ貸出開始予定

メディア掲載

もぎたてテレビ/リビングまつやま / FM 愛媛まちラヂ / 松山経済新聞 / Yahoo! 地域情報 / 道後山の手ホテルブログ / ソトノバ / 松山市プレスリリース

準備物・調達先

シート・トレイ・シャボン玉 (ダイソー) / シャボン玉 (東急ハンズ) / バルーン (バルーン・アンジュ松山) / みかん (太陽市) / チラシ (プリントパック)

休日プランナーズ

裏通りを紹介するフリーペーパー『MUST』の作成

大岡航 (松山大学3回生)

篠永信一郎 (愛媛大学2回生)

矢野友葉 (愛媛大学2回生)

米澤友梨子 (愛媛大学1回生)



1. なぜ「裏通り」？

松山市の中心市街地である大街道や銀天街近辺では、多くの人々が行き交い、平日・休日とも賑わいを見せている。しかし、商店街のアーケード内の店舗を見ると、全国規模のチェーン店も少なくない。もちろん、チェーン店には「入りやすい」「値段が手頃」など、チェーン店ならではの良さもあるが、店舗の売り上げが地域外に流出していることも事実だろう。

一方、アーケードから一本裏に入った裏通りには目を移すと、地元ならではの魅力的なお店がたくさんあることに気付く。アーケードのある表通りを歩いているだけでは、なかなか目に留まり難い。裏通りが気になっているけど、入るのに躊躇している人もいるかもしれない。そこで、私たちは、こうした裏通りの魅力を皆にもっと知ってもらい、裏通りを楽しんでもらいたいと考え、この活動をスタートした。

2. 「裏通り」でしか過ごせない

「休日」の楽しみ方

最初に、今回の企画のコンセプトとターゲットを決めた。グループ内で議論を重ねた結果、私たちが特に伝えたかったのは、「裏通り」でしか過ごせない「休

日」の楽しみ方であるという結論に至った。そこでグループの名前を「休日プランナーズ」とし、裏通りでの休日の過ごし方をプランニングすることにした。グループのメンバー4名とも大学生であったため、ターゲットは私たちと同世代の若者に絞った。

次に、裏通りの情報をどのように発信するかを考えた。マップ、SNS、パンフレットなど、様々な発信方法を考えたが、「気軽に手に取りながら、裏通りを歩いて欲しい」という思いから、雑誌調のフリーペーパーを作成することにした。

発信方法の検討と同時に、裏通りでのまち歩き活動も行った。



裏通りのお店の調査

裏通りにしかない雰囲気を感じようと、実際に裏通りを何度も歩いた。すると、

今まで入ったことのなかった素敵なお店や、そこでの魅力的な人やものとお会いことができ、より一層裏通りの魅力を感じ取ることができた。

3. 4つのテーマ

企画コンセプトの決定、情報発信の方法、まち歩きの実地調査を終え、いよいよフリーペーパーの作成へと入った。まず私たちが行ったのは、雑誌に載せるコンテンツの具体化である。それぞれのメンバーがどれだけこだわりを持ちながら、楽しく作れるのかを考えた末、「自分達が裏通りで最も好きなもの、興味のあるものを載せよう！」ということになり、「休日」と「裏通り」に加えて、それぞれのメンバーが「好きなもの」を掛け合わせた紹介ページをそれぞれ作成することになった。4人のメンバーが選んだテーマは、それぞれ「休日」×「裏通り」×「ご褒美さんぽ」、「?」、「糖分」、「究極デート」の4つである。

「ご褒美さんぽ」のテーマでは、“わたし”主観の特別な意見や感動を大切にしたい。写真ではなくイラストをメインに使用し、文章も日記調で書くことにより、個人の感情を一番に押し出したものになっている。読んだ人一人ひとりがそれぞれの目線で裏通りの素敵なお店を楽しんでくれるといいなと思っている。

「?」のテーマでは、裏通りにあるお店や商品を紹介するのではなく裏通りの道に注目し、普段何気なく通っている道にあるのに気づいていないスポットを紹介している。これらのスポットはただ紹介するのではなく、謎解きや宝さがし感覚で裏通りを実際に歩いて探してもらえるように作成した。これをき

かけに裏通りの雰囲気や景色を知ってもらい、裏通りに興味をもってもらいたいと考えている。

「糖分」のテーマを作成する上で、特にこだわった点は、完全に甘いものに特化した点だ。スイーツはどの世代の人にも好むと思うし、特に大街道・銀天街によく行く若い女性層は甘いものが好きだと考えたからだ。さらに、若い女性の口コミの力は絶大だ。若い人達に甘いものを紹介することにより、彼らを中心に裏通りの魅力を感じてもらい、その輪がどんどん広がっていき、足を運ぶ人が増えるのではないだろうか——このような想いを持ってこのページを作成した。また、休日だからこそ時間を忘れてたくさんスイーツを食べ、読者が幸せな気分になってほしいと考えている。

「究極デート」のテーマでは、“休日”に“裏通りでしか過ごせない”にこだわったデートを提案した。ターゲットが大学生ということで高校生の頃には気づけなかった裏通りの良さを意識した。何かと忙しい大学生カップルの“二人だけの休日”を楽しんでもらえればと思っている。



『MUST』の紹介ページ
(「休日」×「裏通り」×「ご褒美さんぽ」)

4. 『MUST』の作成・発行

テーマの決定後は、各自の構想を具体的に膨らまし紹介させていただきたい店舗への取材を行った。取材時間の調整など、メンバーの力だけでは難しいこともあったが、地域の方々の温かいご協力のおかげでスムーズに行うことができた。

また、各自の紹介ページの作成と同時に、フリーペーパーの名前の決定や表紙の作成に取り掛かった。「街中の裏通りを紹介していること」と「ここだけは外して欲しくない、必ず見に来て欲しい」ことを掛け合わせ、フリーペーパーの名前を『MUST (Machinaka Ura Street Times)』と決定した。表紙には「裏通りの雰囲気が伝わるものにした」という思いから、実際の裏通りで撮影した風景を用いた。

今回、それぞれの紹介ページの作成にあたって、プロの編集者の方からもアドバイスをいただいた。『MOBURU』編集者の板垣さんに来ていただき、人を惹きつけるフレーズについてのアドバイスや、写真のバランスについてのアドバイスをいただいた。



打ち合わせ風景

直接的に伝えるのではなく、間接的に感じさせる言葉選びなど、自分達の発

想には無かった、プロならではのコツを教えていただいた。

表紙や各自の紹介ページの内容が具体化してきた段階で、松山ビジネスカレッジの篠原さんにもご協力いただいた。ページ内のレイアウトや書式、背景など、『MUST』全体のデザインについてご協力をいただいた。篠原さんのご協力のおかげで完成度を格段に高めることができた。

その後も、様々な方からのアドバイスを受けて、修正・改善を行い、フリーペーパーの紙面が完成し製本に移った。株式会社コピー愛媛さんにお願ひし、紙質や部数の決定を行い、製本していただいた。このように様々な過程を経て、自分達の『MUST』が完成した。

企画内容

企画名	裏通り紹介紙『MUST』の発行
実施日時	2017年6月～2018年2月
実施場所	大街道・銀天街周辺の裏通り
企画内容	大街道・銀天街の裏通りにあるお店を紹介する冊子『MUST』の制作・発行



『MUST』の表紙

5. 今後の展望

『MUST』の今後の展望として、継続

的な発行も視野に入れている。「休日」×「裏通り」×○○の部分を変更したり、シーズンに合わせた内容のものにして、バリエーション豊富な『MUST』の発行を行っていき考えている。

ただし、今後の課題として挙げられるのは出版費用の問題である。今回は、『MUST』発行の第一歩という位置づけのため、フリーペーパーという形態をとったが、今後は販売という形をとったり、広告費を募ったりするなど、出版費用を賄うことも考えていくべきだと考えている。そのためには、初版の『MUST』をより多くの方に手にしていただけるよう設置場所や設置の方法を工夫して行うとともに、第2回以降の出版物の完成度をより高いものにできるよう、紙面やコンテンツの改良を行っていくことが必要だと考えている。

この活動を継続的に行っていくことにより、裏通りの魅力がより多くの人に伝わり、街中の賑わい創出につながればと思う。

ご協力いただいた方々

Uzumaki café さま / WALLPAPERHOUSE さま / 小川直史さま (愛媛大学) / Cup cake 3rd Street さま / GLABBISH さま / Salut-サリュウ-さま / 篠原知子さま (松山ビジネスカレッジ) / TAPIOKA sola café さま / たべもの 雑貨 enowa さま / PARK SIDE CAFÉ さま / Funny' s waffle さま

Appendix

活動スケジュール

6月6日	グループ結成
6月～7月	現状分析
6月～9月	企画立案① (裏通り MAP) 裏通り調査 (飲食店・雑貨店巡り)
9月28日	打ち合わせ・企画立案② (『MUST』作成の基本コンセプト決定)

10月13日	打ち合わせ (各自テーマの決定)
10月27日	雑誌名・記事で統一するデザインやタイトルについての話し合い
10月～11月	記事作成と取材・調査期間
11月14日	『MOBURU』編集長の板垣さんと打ち合わせ
11月17日	表紙デザイン案の作成
11月27日	打ち合わせ (最終報告会までの日程調整)
11月28日	〃
12月4日	松山ビジネスカレッジの篠原さんとUDSMの小川さんと打ち合わせ
12月7日	〃
12月8日	コンセプト文の完成
12月9日	〃
12月12日	篠原さん、小川さんと打ち合わせ
12月14日	篠原さん、小川さんと打ち合わせ 最終報告会の原稿作り
12月15日	最終報告会のスライド作成
12月16日	最終報告会
1月～2月	『MUST』の最終調整
2月～	『MUST』の配布

メディア掲載

松山市ホームページ

まつ ترامラー

まつやまの ترام を使って クイズ ラリー

川崎 一步 (愛媛大学)
神田 智博 (愛媛大学)
高橋 健人 (伊予銀行)



1. 公共交通に着目した背景

松山市の路面電車は、本数も多く便利であるものの、乗り慣れない利用者にとってはどの電車が目的地に向かうのか、また乗り方について分かりやすいとは言えない。このような路面電車利用の分かりにくさは、公共交通利用や外出の機会低下が危惧され、街への関心の低下にも繋がるのではないかと考えられる。そこで松山の魅力を再発見してもらいながら公共交通に親しみを持ってもらうことを目的とし、昨年度の10月16日にアーバンデザインスクール2期生としてクイズラリーを企画・実施した。2期生としての企画では、参加者から「新たな発見があった」「1 day チケットのような便利な切符があることを知れてよかった」などの意見を得ることができ、概ね目的を達成できた。そこで、公共交通をより多くの人に親しみを持ってもらいたいと考え、3期生として昨年の企画を継続することにした。

2. 活動内容

まず、クイズラリー用のクイズの作成や、イベント日の調整を行い、具体案決定後には広報活動を行った。クイズの作成には、文献やインターネットから情報収集し、松山市の歴史、文化、地理など

の項目からクイズになりそうなものを選定した。その後、現地へ足を運んだり、文献やインターネットでさらに情報を深め、現地に行ってきたりと周遊することのできるクイズになるよう試行錯誤した。また、ターゲットは子どもを対象としていたが、同行する保護者の方も楽しめる難易度になるよう、出題形式や言い回しの配慮にも努めた。なお、スクラッチカードのデザインは昨年と同じものを使用した。さらに、問かなかったクイズについても関心を深めてもらえるように各問題を解説した解説集を作成した(図1)。

また、広報活動としては、イベント周知のため、チラシを市内電車周辺各小学校に直接配布した(図2)。



図1：解説集



図2：まっとラムラリーのチャラン

3. スクラッチカードの遊び方

参加者にはスクラッチカード（図3）とクイズ集を配布するカードに配布する。カードにはスクラッチが5行3列並んでおり、各行3つのスクラッチの中から1つを選んで削ってもらい、出てきた番号に該当するクイズに答えるために、路面電車を使ってヒントのある駅まで行ってもらい、クイズ集のクイズを解いてもらう。

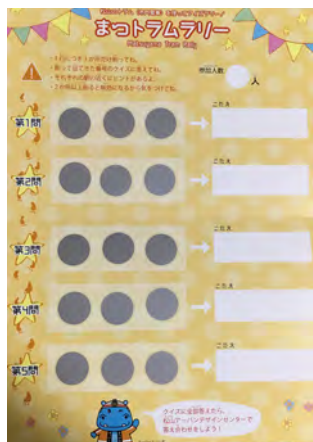


図3：スクラッチカード

4. 企画実施

当日は51名の方に参加していただいた（表1）。スタート地点は道後温泉駅前広場とした。13時に集合し、参加者全員が揃ったところで、ルール・注意事項の説明を行い、クイズ集、スクラッチカード（子どもの人数分）を配布した。なお、事前に1dayチケットを購入されていない方には駅で各自チケットを購入していただいた。

スタート後、班員3人は乗換地点等の注意地点の様子を確認後、ゴール地点であるUDCM前のみんなのひろばで待機した。参加者は各自クイズラリーを進め、2時間～3時間程度でゴールした。参加者の様子としては、たとえば、「松山市駅の地下街にいるまつちカップの似顔絵を描こう」というクイズに対して、熱心に描いて来てくれたり（図4）、電停では電車の乗り方を確認している様子が見られた（図5）。ゴール後は答え合わせを行い、解説集と景品のクリアファイル（図6、図7）を渡した。また、保護者の方には本企画の感想や評価に関するアンケートに答えていただいた。

表1：企画概要

企画名	まっとラムラリー
実施日時	2017年12月2日（土）
実施場所	伊予鉄道市内電車周辺
企画内容	公共交通（市内電車）を利用したクイズラリー）
参加者数	51人
準備物	スクラッチカード（3,456円）、スクラッチシール（2,160円）、クリアファイル（42785円）、クイズ集、解説集、4000枚のチャラン



図4：まつちカップの解答の様子



図5：電停で電車の乗り方を確認している様子



図6：答え合わせ

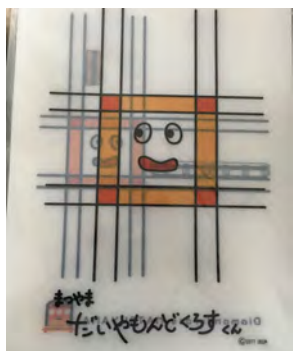


図7：だいやもんどくろすくん

5. 成果と課題

参加者からは、「本格的なラリーだったので楽しく過ごせた」、「クイズの内容が大人でも楽しめる内容だった」などの感想があり、楽しんでもらった。また、「電車という身近な乗り物を日常生活に取り入れたい」という声があった。

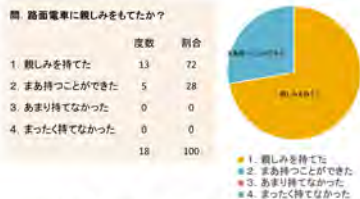
また、参加した保護者を対象にアンケートで路面電車で親しみを持たせたかを聞いたところ72%の人が親しみを持たせた(図8)、残りの28%の人についてもまあ親しみを持たせたと答えた(図9)。

成果については、上記に加え、まつトラムラリー終了後に、愛媛結婚支援センターより婚活イベントにまつトラムラリーを取り入れたいという依頼を受け、波及効果を生むことができた。当日は県外から来られる方、市内に住んでいる方の両者が公共交通、松山に親しみを持ってもらえるようクイズ内容、ルートを考案し、実施した。なお、当日は大盛況となった。

また、今回のまつトラムラリーの取り組みを路面電車サミットで発表する機会をいただいた。これまでの取り組みを路面電車関係のNPO団体の方々の前で発表させていただいた。

今回のアーバンデザイン3期生としての企画の課題としては、運営人数が3人に対して51人は企画を実行できるギリギリの体制であった。今後は、年1回のイベントではなく、複数回少人数制で開催し、イベント運営にゆとりを持たすべきであると考えます。また、募集人数に対してチラシの配布枚数が多すぎたため、高コストとなってしまった。チラシのみではなくSNSなどの低コストな広報と

の併用をするなどの対応が考えられる。



ほぼ全員が親しみを持てた

図 8：アンケート結果 1



ほぼ全員が新しい発見があった

図 9：アンケート結果 2

ご協力いただいた方々

伊予鉄道株式会社さま / えひめ結婚支援センターさま / 株式会社六時屋さま / 坂の上の雲ミュージアムさま / まつちかタウンさま / 松山市役所さま / 労研饅頭たけうちさま / 尾崎先生 / 片岡先生 / 柳原先生 / UDCM のみなさま

Appendix

活動スケジュール

6月16日	グループ結成
6月下旬～夏	各自情報収集（松山市内のクイズスポットの搜索および公共交通イベントの事例調査、街歩き）
9月22日	中間発表での意見を受けて市内電車みのコース確定
10月15日	実施日等を変更（当初11月18日→12月2日に変更）
10月中旬	スクラッチカード作成、クイズ案の調整
11月10日	UDSにて、羽藤先生より「だいやもんどくろすくん」の案をいただく

11月17日	景品決定（クリアファイル「まつやまだいやもんどくろすくん」片岡先生作）
11月23日	クイズ所要時間の確認
11月24日、27日	小学校へチラシ配布
10月22日	後援許可申請、クイズ冊子、解答集、スクラッチカード、景品納品
12月2日	まつトラムラリー実施
12月18日	婚活イベント打ち合わせ
1月14日	路面電車サミット 発表
1月16日	婚活イベント プレイメント
1月27日	婚活イベント実施

メディア掲載

朝日新聞 2018年1月15日(紙面・デジタル)

松山アーバンデザインスクール 3 期生



Congratulations on your graduation !

石川 茉帆	伊予絋班	田所 佳奈	かやまちクラブ
大岡 航	休日プランナーズ	田中 友理	伊予絋班
岡林 千夏	かやまちクラブ	富永 真生	公園まちづくり@松山
奥村 尚登	公園まちづくり@松山	中出 舞	公園まちづくり@松山
川崎 一步	まつトラムラリー	平田 晋太郎	Nexus
神田 智博	まつトラムラリー	福永 晃	Nexus
治京 伽奈	伊予絋班	真瀬 充臣	公園まちづくり@松山
柴田 萌	伊予絋班	松尾 太聖	公園まちづくり@松山
篠永信一郎	休日プランナーズ	松山 怜奈	Nexus
高木 里歩	かやまちクラブ	光永 早織	公園まちづくり@松山
高橋 健人	まつトラムラリー	矢野 友葉	休日プランナーズ
高橋 美有	Nexus	吉田 勇樹	Nexus
武井 泰子	伊予絋班	米澤 友梨子	休日プランナーズ
竹中 優子	伊予絋班	渡部 敦大	かやまちクラブ

アーバンデザインスクール運営委員会より



愛媛大学
社会共創学部准教授
羽鳥 剛史

新しいテーマにチャレンジし、最後まで粘り強く取り組みましたね。是非、これからもそれぞれのフィールドにおいて、地域社会のために貢献していかれることを期待しています。ご卒業おめでとうございます！



松山大学
経営学部准教授
河内 俊樹

さて、問題です。「まちづくり」に対する自分なりの答えは見つかりましたか？
スクールの活動に真剣に取り組んだみなさんであれば、きっとその答えが見つけれられたのだと思います。スクールで得られた経験を、ぜひ人生の財産に変換してください。みなさんのご活躍を期待しています！



聖カタリナ大学
人間健康福祉学部助教
齊藤 拓真

私は、今年度からの参加となりましたが、学生や社会人のアイデアや行動力と街・地域の力が結び付いた時に起こる科学反応には、驚きました。今後も今回の各取り組みのようにトップダウンではなく、街や市が自分で成長していくような取り組みに期待したいと思います。



豊橋技術大学
建築・都市システム
学系講師
小野 悠

修了おめでとうございます。自ら考え、実践する、というスクールで学んだことをこれからのみなさんの人生で活かしてもらえると嬉しいです。半年間、一緒に活動できてとても楽しかったです。ありがとうございました。



愛媛大学
社会共創学部助教
片岡 由香

スクール3期生のみなさん、おつかれさまでした！いろいろと慣れないことにチャレンジして大変だったことと思いますが、自分達で立ち上げた企画を最後までやり遂げてみると、なかなか今まで経験したことのない楽しさや、やりがいを感じることもあったのではないかと思います。これからも様々なアプローチで松山を良いまちにしていきましょう！



愛媛大学
アーバンデザイン
研究部門 講師
尾崎 信

活動報告会でのみなさんの顔、よかったです。テラスで、または現場で、一筋縄ではいかないハードルをひとつひとつ乗り越えた結果だと思えます。考えることと現場に立つことは、車の両輪のようなものです。これからもこの二輪を回していってください。



Nexus



Kayamachi
Club



Matsu Tram
Rally



Iyogasuri



Kyu-jitsu
Planners



Ko-en
machidukuri
@Matsuyama