

2021 年度 飛騨高山 AL の活動報告

Hida Takayama AL Activity Report in 2021

共同研究メンバー

○野坂美穂*、金美徳*、西村知晃**、内藤旭恵*（○代表、執筆者）

キーワード：地域資源の再発見、フォトジェニックなスポット、オブジェ

Keywords：Rediscovery of local resources, Photogenic spots, Objects

1. はじめに

飛騨高山アクティブラーニング・プログラムは年に2回の実施であり、今年で五年目を迎えた。高山市久々野町は人口減少・少子高齢化が著しく、地域活動やコミュニティの衰退が懸念されており、関係人口の増加を経た定住人口の増加を見据えた「地域活性化」が急務となっている。「久々野まちづくり運営委員会」では、この課題に対応すべく、情報発信事業等をはじめとした地域の資源・魅力の再発見とその活用方法の構築に取り組まれている。

この取り組みに本学の学生が加わることの意義は、若者目線・学生目線という第三者の目からみた地域資源の発掘や地域住民が抽出した地域資源・魅力の再評価にある。久々野町の方々と本学学生が議論を重ねながら、地域の活性化・地域の課題解決に向けた新たなアイデアを創出し、そのアイデアの実現に向けて地域主導で行動へと移し、持続可能なまちづくりに寄与することが本プログラムの目的である。

2. 飛騨高山 AL プログラムの概要

2.1 2021 年度の AL プログラムのテーマおよびスケジュール

2021 年度の飛騨高山 AL プログラムは、「久々野地域で誰もが思わず写真を撮り、SNS 等で発信したくなるようなフォトジェニックスポットづくり」をテーマに掲げ、学生がアイデアを提案した。久々野町の課題は、(1) 高齢化による人口減少、(2) 全国的にも知名度の高い白川郷の位置する高山市と下呂温泉の位置する下呂市に挟まれているものの、久々野町は日本人観光客も外国人観光客もあまり立ち寄ることのない場所であること、(3) 交通面が不便であるという点である。このような課題を解決すべく、「フォトジェニックなスポット」を設置することで、高山の市街地に来ている観光客がもう少し足を延ばして、久々野町への来訪者の増加を目指すことが今回の目的である。

* 多摩大学経営情報学部 School of Management and Information Sciences, Tama University

** 九州国際大学 現代ビジネス学部 Faculty of Modern Business, Kyushu International University

新型コロナウイルス流行に伴う感染拡大防止を鑑みて、昨年と同様に、春学期の高山 AL は全てオンライン(ZOOM)での実施とする運びとなった。春学期のプログラムでは、久々野町(岐阜県高山市)、帝塚山大学(奈良県奈良市)、多摩大学(東京都多摩市)の三地域間をつなぎ、オンライン上での AL を実施した。秋学期のプログラムでは、久々野町へ2泊3日で訪問した。初日は、学生の各チームがプレゼンテーションを行い、制作されたオブジェについての課題の抽出や改善の提案を行った。2日目は、久々野町の自然や施設を視察した後、久々野中学校へ訪問し、中学3年生との意見交換を通じてオブジェクトのアイデアおよび設置場所の再検討を行った。最終日(10日)は視察及び中学生との意見交換を踏まえた、最終プレゼンテーションを行った。

2.2 高山 AL プログラムの活動内容

春学期の AL プログラム開催にあたって、まずは久々野町の現状を知るべく、Instagram の検索コンテンツ「#instakuguno」からフォトジェニックな場所を特定し、また潜在する文化や歴史、地域資源などの分析を実施した。この地域資源の分析にあたっては、岩崎達也・高田朝子(2021)『本気で地域を変える一地域づくり 3.0 の発想とマネジメント』の中のフレームワークを活用し、整理を行った。下記は、学生が久々野町の地域資源を分析した結果である。

表 1. 久々野町の地域資源分析

現代につくられた箱物資源	生活支援資源	地域の物語資源
道の駅なごさ、飛騨川河川公園、スキー場、久々野支所、多種類の椅子がたくさん置いてある美術館	飛騨川河川公園、木材の加工企業 林業・木材業、食品加工業 果樹園、農園	氷菓
歴史的建築物資源	県民性	地域イベント
久々野歴史民俗資料館、堂之上遺跡	温厚、優しい	フォトコンテスト、ひまわり畑、花火大会
自然資源	食べ物資源	伝統工芸物
あたらぎ湖、飛騨川、飛騨富士位山、高屹山、舟山渓流、山と川女男滝、紅葉、蛍、高山植物	リンゴ、桃、トマト、ほうれん草、鮎 飛騨牛、牛乳、アップルパイ、団子 朴葉味噌、抹茶、豆腐、水	梅の実、小屋名しょうけ 有道しゃくし、木工品

(出所) 白井(2021)

次に、久々野町に設置するオブジェのアイデアを提案し、それらの設置場所の検討も行った。学生が提案したアイデアを基に、久々野まちづくり協議会を主体として、オブジェが制作された。

下記は、各チームのオブジェの具体的な提案内容である(以下、白井(2021)より引用)。

(1) 着せ替え可能なさるぼぼ

約 50cm の大きな「さるぼぼ」を提案した。Instagram の人気投稿の 1 つには、「#ぬい撮り」がある。これは、風景をバックにぬいぐるみと共に撮影する写真投稿する際につけるハッシュタグで、投稿数は 200 万件近くに及ぶ。これを応用し、久々野らしい景色と飛騨高山の名産であるさるぼぼと一緒に撮影・投稿することで、このハッシュタグで検索した人が、久々野町を知る機会となることを想定した。また、さるぼぼの法被を久々野町の名産であるリンゴをモチー

フにし、場所ごとの特色を生かした服を着せ替えることで、思わず写真を撮り拡散したくなるオブジェクトを目指した。

(2) ひまわりのハーバリウム製作

ひだ舟山スノーリゾートアルコピアの「ひまわり園」の活性化および来客増加を目的とした、ひまわりを用いたハーバリウムの製作体験を提案した。競合分析や Instagram の機能を中心に考えた SNS の展開、さらに業績目標も試算したうえで、ビジネスモデルを立案した。当初は、販売場所をひまわり園のあるアルコピアスキー場のみを提案していたが、地元の中学生との意見交換において、久々野町の釣り大会のイベント時や、神社または農産物の直売所など集客力の高い場所が提案された。実際にスキー場を視察して、ひまわりだけではなく、オフシーズンのゲレンデの一面に咲くススキなど、ハーバリウムの材料に季節ごとに異なる地域資源の利用を考えた。ススキは、白川郷の茅葺き屋根を連想させ、観光客が自分の制作したハーバリウム見ることで、旅行の思い出がよみがえるのではないかとされる。久々野町の方からは、「ハーバリウムは浸透していないことから、ニッチな事業としての可能性を有する」という意見を得られた。

(3) 撮影用カメラスタンド

撮影用カメラスタンドを提案した背景として、久々野町を分析した結果、「自然そのものが画になる」という共通の見解を得た。風景と人物を同じ画角に入れることで、久々野を訪れた思い出づくりに加え、久々野町の壮大な自然資源という魅力を 100% 発信できるのではないかと考えた。

地元の中学生との意見交換では、その設置場所を検討し、アルコピアスキー場、^{くすもぼし}久須母橋、^{どうのそら}堂之上遺跡の 3 か所に設定した。そして、それぞれの名所を紹介した木製プレートの中学生に製作してもらった。これにより、地元の人のみを知る名所を PR できるとともに、久々野町は林業が盛んであるという PR も可能である。

(4) リンゴの木のパネル

リンゴの木のパネルにおいては、久々野町への観光客を誘致すること、中学生が自ら発信できる素材であることを念頭に置いた。久々野町はリンゴが名産であるため、道の駅でリンゴの関連商品を購入した顧客が、木のパネルにりんご型シールを貼り、それらが集まって 1 つのアートになる「参加型アート」を提案した。このリンゴ型シールには、久々野町訪問の感想や思い出を自由に書きこみ、それらのメッセージによって、久々野町を訪れた観光客と久々野町という地域との「つながり」をつくることを目標としている。



3. 本プログラムを通じた学生の学び・気づき

AL プログラムでは、学生に AL 報告書の提出を課しており、これによってプログラムを通じて学生自身が何を学んだのか、あるいはどのような気づきを得たのかなど、自らを振り返る機会としている。

表 2. AL 報告書からの学びと気づき（一部抜粋）

大学生となって本プログラムに参加し、根拠を基に実現可能性について考えながら提案して、それが認められたことは非常に嬉しく感じた。また、何が求められていて、それを私たち独自の方法でどのように解決することができるのかを学ぶ機会となった。
提案内容をブラッシュアップしていく過程のチームのメンバーとのやり取りの中では、それぞれの役割分担を明確にし、計画性を持って後半は動けたことは学びになったと感じている。
地元の基盤産業が廃れたまちの修復は、想像以上に厳しいことであり、実際に訪れてみない限り、提案をする資格もないということに気づいた。苦勞した内容の一方で、今まで久々野町では考えられてこなかった隠された有効活用できる地域資源がたくさんあると感じた。
企画提案には、ストーリーが重要である。売れたら「良い商品」という考え方であったが、オリジナルなストーリーがなければ、商品の付加価値に結びつきにくいことが明らかとなった。単なる関心だけではなく、その地域の歴史・文化などを把握したうえでストーリーづくりが重要である。
今回のプログラムで学んだことは、「地域、世代を超えたコミュニケーション」である。まちづくり協議会の方々だけでなく、久々野の中学生とコミュニケーションから実感することができた。私達、よそ者の大学生では気が付くことのできない、地元の目線、若い目線ならではの意見を多く頂けた。そこから、ダイバーシティが重要であることを学んだ。

4. まとめ

今回の AL では、「若者・よそ者視点」からの学生の提案は、地域住民の一定の評価を得られたものの、実際に久々野町への来訪者数が増加したかなどの効果検証については課題が残されている。また、今後は、フォトジェニックな場所の観光に加え、特産品などの「モノ」と、アクティビティを体験できる「コト」のパッケージ化や、高山広域と連携したフォトジェニックなスポットのツアーの開催など、相乗効果の得られるコンテンツづくりの検討も求められよう。

【引用文献】

- ・ 岩崎達也・高田朝子（2021）『本気で地域を変える―地域づくり 3.0 の発想とマネジメント―』晃洋書房。
- ・ 白井ほのか（2021）「2021 年度飛騨高山アクティブラーニングの取り組み～インスタ映えするオブジェ制作とその効果の検証～」第 3 回飛騨高山学会予稿集。