

まちづくりインターンシップ 最終報告書 in 鯖江市

金沢大学 人間社会学域 地域創造学類

地域プランニングコース 2年

そうこうよう ふくぼたけかな まつだえりな
宋弘揚 福畠佳奈 松田恵理奈

目次

1：まちづくりインターンシップ

1. まちづくりインターンシップとは
2. 鯖江市を選んだ理由
3. インターンシップスケジュール

2：インターンシップの目標

3：鯖江市の現状と課題について

1. 鯖江市について
2. アンケート結果に基づく鯖江市の現状
 - I) アンケートについて
 - II) 農業に関して
 - III) 住民の鯖江市に対する意識
3. 鯖江市の主な課題

4：事業提案

1. 事業提案の背景
2. 事業提案①
3. 事業提案②

5：おわりに

1. 展望
2. インターンシップを終えて

別紙：鯖江中学校2・3年生対象のアンケート用紙

吉川ナス春巻きレシピ

1 : まちづくりインターンシップ

1) まちづくりインターンシップとは

「まちづくりインターンシップ」とは、金沢大学地域創造学類地域プランニングコースの必修科目です。自治体、NPO 法人、まちづくり団体など受け入れ先がいくつか提示され、各々が興味のある団体に参加し、フィールドワークや地域住民との触れ合いを行ないつつ、各団体の問題点を解決するための事業提案を行います。学生の問題発見力、解決力、事業提案力を養うことができるうえ、地域に出向くことで一番身近な存在である「地域」について見直すことができる魅力的な科目です。

2) 鯖江市を選んだ理由

【鯖江市のインターンシップテーマ】農林産物のブランド化と都市農村交流の推進

宋

私は生まれた時から都市部に住んでおり、農村の生活を体験することはずっと希望していたことでした。さらに、野菜の収穫・出荷の体験、自然散策、特産品を利用したメニューの試作、地域住民との交流など様々な活動を通じて、ブランド野菜と農村の魅力を発見したいので、鯖江を選びました。

福嶋

私は、鯖江市役所から事前に今回のインターンの1つのテーマとして挙げられていた農林産物等のブランド化に以前から興味を持っていました。ブランド化について大学の授業で学びましたが、今回は実際の現場でブランド化に大切な“対象物と地域の人の関わりや過程”についてさらに学びたいと思い、鯖江を選びました。

松田

私は鯖江に訪れたことがなく、また以前から農村や農業に興味をもっていて、農業を実際に体験してみたいという思いと、「ブランド化」という言葉は知っていたが実際に農産物などをブランド化するにはどうしたらよいかを経験してみたく、テーマが「ブランド化」である鯖江を選びました。

3) インターンシップスケジュール

受け入れ先：鯖江市産業環境部特産づくり応援室

政策経営部企画財政課

期間：8月6日(月)～8月17日(金)

宿泊先：河和田地区の古民家「椀 de 縁」

●1日目 (8月6日)

13:00～ 市長表敬

14:00～ 宿泊先（椀 de 縁）にて諸準備、スーパーで買い出し

15:30～ 吉川ナス農家見学

農家：徳橋さん

案内：山田さん（市特産づくり応援室）

17:00 帰宅

18:00 夕食作り（吉川ナスを利用した考案メニューの試作）

24:00～ 吉川ナスメニューのアイデア 話し合い



椀 de 縁の前にて



徳橋さんビニールハウスにて

●2日目（8月7日）

9：00～ うるしの里会館にて吉川ナスの栽培方法や歴史過程についての学習
その後 A コープ東鯖江店の野菜直売所の見学
説明：西野さん（市特産づくり応援室）
農家：福岡さん

13：00～地域散策 河和田サイクリング

うるしの里会館→ラポーゼ→八幡神社→漆器神社 コース

途中、田畑や山の近く、神社の境内など気になったところに道草しながら
河和田の自然を思いっきり堪能

17：00～夕食作り（昨日に引き続きメニュー試作）

23：00～事前アンケート集計

9日の伝統野菜協議会ヒアリングについての話し合い



ナスの良悪判断などについて学習



直売所にて



敷山神社



大門橋

●3日目（8月8日）

- 9：00～ 夢みらい館さばえにて吉川ナス料理教室に参加
（メニューは吉川ナスとトマトを使った“ナストマ・ナストマ”）
- 13：00 終了
- 13：30～ 宿泊場所にて竹内さんと諸々の話し合い
伊藤先輩、梅木先輩が去年の担当職員の高橋さんと一緒に来て下さった！
- 15：00～ 3日間のまとめ作業（写真整理やインターンシップ方向性の確認）
- 17：00～ 夕食調理とまとめ作業をそれぞれ分担



料理教室で使った食材



みんなで分担して調理中



鯖江の奥様方が参加



完成です！

●4日目（8月9日）

- 9：00～ J Aたんなんにて吉川ナス出荷作業手伝い
- 11：30 終了
- 14：00～ 福井青果市場にて伝統の福井野菜振興協議会の森本さんにヒアリング
- 16：30 終了
- 18：30 企画財政課の方々とミーティング



出荷作業のお手伝い：吉川ナスを1個1個袋に詰めテープで留める



東京へ行ってらっしゃい！

●5日目（8月10日）

10：00～古町商店街にて翌11日のご縁市の準備（トマトソースづくり）

12：30 終了

13：30～交流会の準備（2品をつくり交流会に持っていく）

18：30～河和田古民家にて交流会



ご縁市準備のお手伝い



交流会準備 吉川ナスを使った料理



料理完成！（ナス春巻きとナスの肉みそづけ）



地域住民や他大学生を交えた交流会

●6日目（8月11日）

11：00～ まとめ作業

15：00～ ご縁市



鯖江中学校の吹奏楽部演奏中



学生団体「with」のブース

●7日目（8月12日）

10：00～うるしの里会館（Free Spot あり）にて中間発表の準備

●8日目（8月13日）

10：00～鯖江市役所にて中間発表

13：00～明治大学外村兆路くんの報告を聞く

15：00～真保紘一（河和田公民館長）さんにヒアリング

●9日目（8月14日）

9：00～うるしの里会館にてまとめ作業

●10日目（8月15日）

9：00～うるしの里会館にてまとめ作業

●11日目（8月16日）

9：00～市役所にてまとめ作業

13：00～市役所にて前日打ち合わせ（竹内さん・藤田さん）

●12日目（8月17日）

市役所にて最終報告会

2：インターンシップの目標

鯖江市のインターンシップのテーマは、「農林産物のブランド化」と「都市農村交流の推進」でした。農林産物のブランド化については、私たちのインターンの期間中と市の伝統野菜である吉川ナスの最盛期が重なったことから、吉川ナスを重点的に調査し私たちの視点から考えたことがブランド化を進める上で少しでも力になればという思いで取り組みました。また都市農村交流の推進については、私たちを含め都会からきた学生と地域住民との交流が進むヒントを探すことを目指しました。

3：鯖江市の現状について

1) 鯖江市について

鯖江市は福井県のほぼ中央に位置し、84.75 km²という比較的小さな面積の中に、68,895人（平成24年8月1日現在）が住んでおり、人口は増加傾向にあります。鯖江市には「眼鏡」、「漆器」、「繊維」という三大地場産業があり、昔から三大地場産業に特化したものづくりのまちとして発展を遂げてきました。近年ではこれらの産業の技術を応用し様々な分野で鯖江の技術が使われています。また鯖江市は大学がないまちであるにも関わらず、学生をまちづくりのパートナーとして位置づけ、平成19年度から学生の自由な発想と旺盛な行動力に焦点をあてた「学生との連携・協働事業」を実施しています。様々な地域の大学生がこの鯖江市を訪れて、地域の人々と関わりながら活動しています。

2) アンケート結果に基づく鯖江市の現状について

I) 事前アンケートについて

調査実施日：2012年7月19日（木）

対象者：鯖江中学校の2・3年生

調査方法：選択式（一部自由記述）アンケート表調査

調査目的：鯖江を今後担っていくだろう子供たちの「鯖江の農業」についてと「鯖江に対する意識」を調査します。

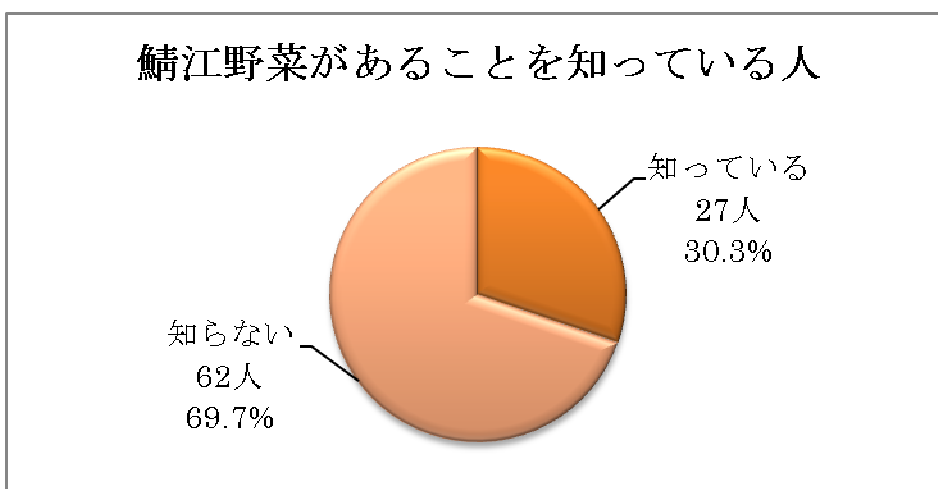
調査内容：鯖江中学校の2年生 62人、3年生 27人、計 89人に「鯖江のブランド化と活性化に関するアンケート」に答えてもらいました。

調査結果：調査結果は以下のとおり。（アンケート用紙は別紙参照）

Ⅱ) 農業について

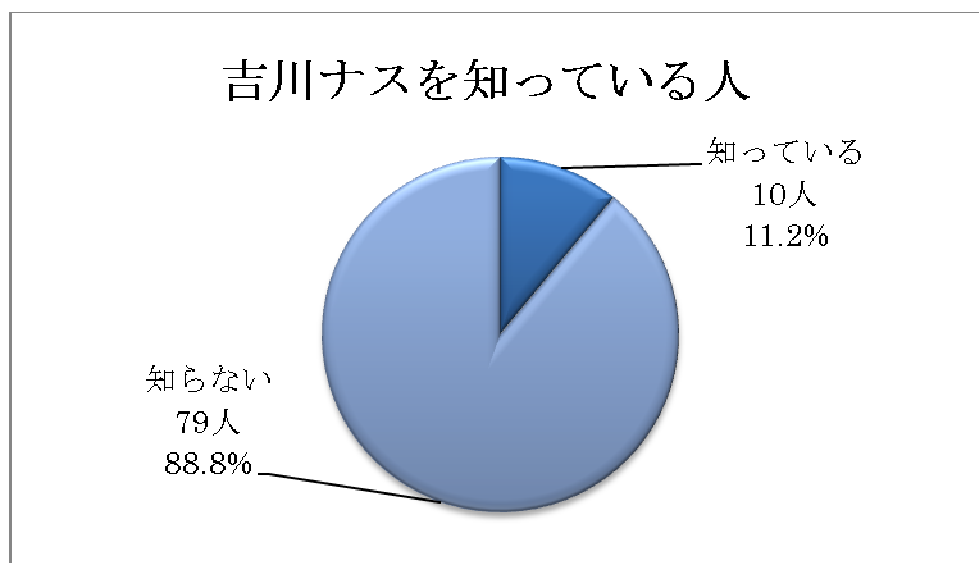
グラフ①を見てみると「鯖江野菜があることを知っているか」という問に対して、「知っている」と答えた人はわずか 30.3%であることが分かります。鯖江野菜がまだ知られていないということが現状です。

グラフ①



また「知っている」と答えた人でどんな野菜を知っているのか（複数回答）を問うと、越のルビー（トマト）が 16人、吉川ナスが 10人、メロンが 2人です。グラフ②から見ると、鯖江の「ブランド野菜」吉川ナスを知っている人が 10人（11.2%）しかいない状況が分かりました。

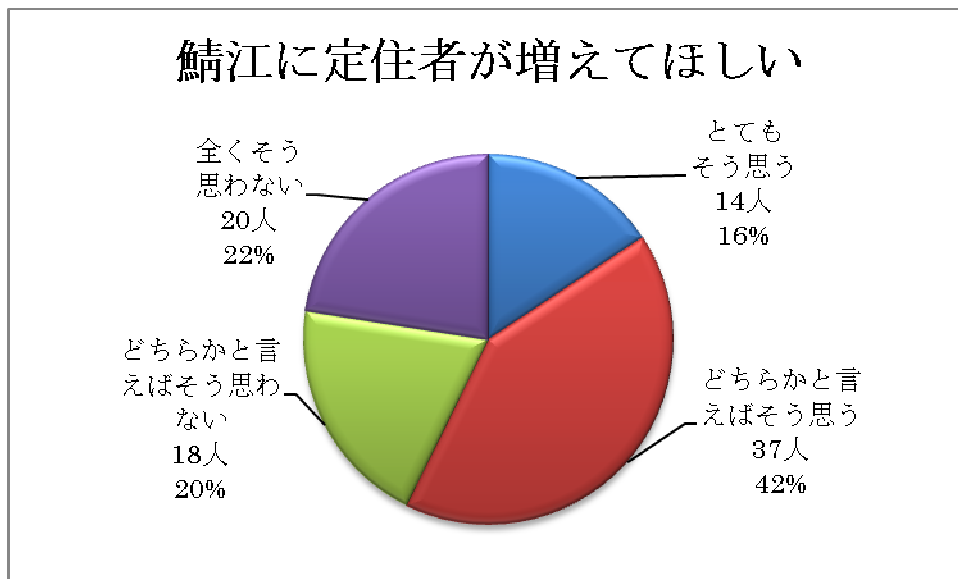
グラフ②



Ⅲ) 住民の鯖江市に対する意識

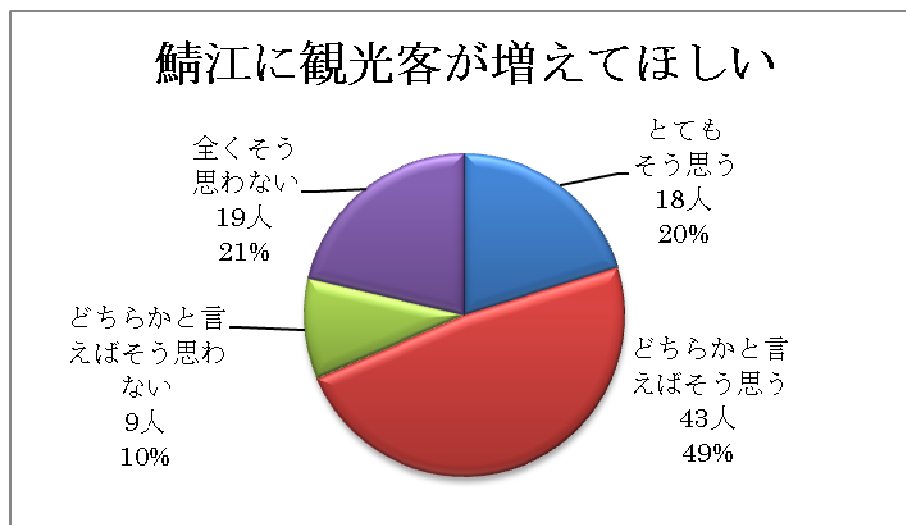
グラフ③を見てみると「あなたは鯖江に定住者が増えてほしいと思いますか」という問に対して、「とてもそう思う」と「どちらかといえばそう思う」と答えた人が合わせて58%であることが分かりました。また、「どちらかといえばそう思わない」と「全くそう思わない」と答えた人も合わせて42%にのびりました。

グラフ③



また、グラフ④「あなたは鯖江に観光客が増えて欲しいと思いますか」という問に対して、観光客が増えてほしいと回答した人は69%である。一方、「どちらかといえばそう思わない」・「全くそう思わない」と答えた人も31%です。

グラフ④



3) 鯖江市の課題について

事前アンケートや私たちの前半部の体験、ヒアリングから以下の課題が挙げられます。

- ・ 外国人が来ない
- ・ 漆のことが若者に知られていない
- ・ 大学生は夏休みが終われば帰ってしまう
- ・ コミュニティバスの本数が少ない
- ・ **吉川ナスがあまり地元住民に浸透していない**
- ・ 伝統産業や農業の後継者がいない
- ・ 河和田では仕事が少ない（漆関係などの特定の人にしか仕事がない）
- ・ 市民が三大地場産業をあまり知らない
- ・ 直売所にしか吉川ナスがない
- ・ 空き家、空き農地が多い
- ・ 過疎高齢化
- ・ 宿泊施設が少ない
- ・ 突出した産業が多くあるのにそれを外部に発信しきれていない
- ・ **学生を集めているのはいいが他大学の連携があればより斬新なアイデアが生まれるのでは？他大学との交流が少ない**
- ・ 地元の方々には学生に意見を求めるが、こちらはもっと地元の方々のニーズを聞きたい。（何に問題意識を持っているのか、何をしてほしいのか）
- ・ 学生がたくさん来ているのは良いがそれ以外にファミリー層など対象層を増やすべき

4 : 事業提案

1) 事業提案の背景

私たちはこれらの課題から「吉川ナスがあまり住民に浸透していない」、「鯖江市に夏休みに学生が多く来ているのは良いが学生同士のつながりがない」という2点にしぼり、改善策を考えることにしました。なぜこの2点に注目したかという点、まず1点目は、事前に行ったアンケート調査から鯖江野菜があまり地元浸透していないことが分かったからです。地域の伝統野菜は他の地域にはない地域の独自性を有するものであり、地域そのものを表しています。伝統野菜はその地域の歴史を背負っていて、長年培ってきたその歴史を壊してはならない、と伝統野菜の存続に関わる人々は口をそろえて言っていました。その中でも「吉川ナス」は私たちのインターンシップの時期と重なり、最盛期であったため私たちは吉川ナスに重点を置くことにしました。また吉川ナスは1000年以上の歴史があるが、最近になってようやく少しずつ浸透してきつつもまだまだ地元民に知れ渡っていないという現状があります。市は現在、吉川ナスのブランド化に向けて動き出していますが、ブランド化のためにはまず地元の人々がそれに誇りを持ち、地元の人自らが発信していくことが重要な要素ではないでしょうか。そのため、市外に向けての発信の前に市民にもっと知ってもらいたいと感じたことが事業提案に至ったきっかけです。そして2点目の「鯖江市に夏休みに学生が多く来ているのは良いが学生同士のつながりがない」という課題については私たちが実際に河和田地区の古民家に滞在して感じた部分でもありますが、同じ期間に河和田に来ていた他大学生に聞いてみるとこの意見が多く出たからです。大学のないまちに学生が！という鯖江市の取り組みをより充実させるために、また学生一同の思いを代表して何か考えたいと思い事業提案に至りました。

2) 事業提案① 「鯖江市小中学校給食献立選手権」

<主旨>

私たちの地元である石川県金沢市では金沢の地場産物である加賀野菜を子どもたちに知ってもらおうと、2005年から加賀野菜を取り入れた給食の献立を児童から募集しています。それを応用し、今回提案するのは吉川ナスを使ったメニューを1品以上含む献立を、鯖江市内の小中学生から募集する事業です。私たちが事前に鯖江中学校を対象に行ったアンケートによると、中学生の多くが鯖江野菜について知らず、鯖江野菜を知っている人の中で吉川ナスを知っている人はさらに少ないことがわかりました。吉川ナスは昨年からは給食に取り入れられていると聞いたが、このような現状から児童にとっては吉川ナスをあまり他のナスと区別し認識していないというのが現状ではないでしょうか。ブランド化を進めるにあたって、魅力を市外に向けて発信することは大切だが、これを行政だけが行っているのでは効果は低く、まず地元の人が吉川ナスと一般的に出回るナスの違いをしっかりと認識し、吉川ナスの良さを発信したいという気持ちを持つことで生まれる効果が高いと考えます。また、情報の発信源もポイントとなります。現代では情報源といえば多くの方はマスメディアを思い浮かべるかもしれませんが、私たちが普段生活する上で1番信用できるのは知り合いからの情報ではないでしょうか。そういった意味で、鯖江市民が吉川ナスの良さを自分の家族や親戚、友人に自分の口で普段の会話の中などで伝えることで、外に向けての発信やブランド化が現実的に見込まれると考えられます。

<概要>

目標：地元の子どもたちに吉川ナスをもっと知ってもらう。

対象者：市内の小・中学生

なぜ小・中学生なのかというと、小・中学生は将来農業の後継者になり得るだろうし、自分の考えたメニューが給食になったら嬉しいので積極的に提案してくれるのではないかと考えたからです。

条件：吉川ナスを使ったメニューを1品以上含む献立であること。

時期：吉川ナスの最盛期（7月～9月）

その他：・選考は栄養士（学校の調理員）が行います。

給食は栄養が一番大事であると考えているからです。

- ・優秀作品は実際に給食の献立になり鯖江市内の小中学校で食べられます。
- ・献立名も併せて考えてもらいます。

メニュー案の例：「吉川ナス春巻き」

これは実際に 10 日に行われた交流会で提供したものです。吉川ナスの特徴は、とろける、油と相性がすごく良い、種が少ないことなどです。

<オリジナル性>

①応募者のための HP 作成

応募者には事前に吉川ナスについて勉強ができるように HP を作成します。そのときには小・中学生にもわかりやすいものにします。内容は概要やおいしい食べ方の例、生産量や市内での消費量などを掲載します。HP をつくる意味は、応募する前にしっかり吉川ナスについて勉強してもらいたいというこちら側の思いからです。

HP つくることで生まれるメリットは吉川ナスについていつでも気軽に勉強できるということと**応募者だけでなく一般人も見ることができる HP にすることで情報発信源になる**という 2 点が考えられます。

②応募者のプチ農業体験プログラム

このプチ農業体験プログラムは吉川ナスを栽培している農家に、応募者が 1 日滞在し、昼は農作業体験、夜は吉川ナス料理を食べるというプログラムです。このプログラムを行うことで生み出されるメリットは**子供たちが吉川ナスを身近に感じることができ**、子供たちに少しでも農業や吉川ナスに興味を持ってもらうことで、後継者につながる可能性も高いということ、また**農家 (=高齢者) と子供の世代間交流を通して、地域の活性化に一役を買うこと**、さらに実際に農作業を行い、吉川ナスの味を知ることで HP だけでは学べない多くのことがわかり、**献立を応募する上で大きなヒントになる**という 3 点が挙げられます。

<給食献立選手権を行う目的・効果>

①子供から主婦・家庭への浸透

優秀作品は HP で作り方を公開するので、主婦が家庭で実際に吉川ナスを使用して料理するときに役立つと考えられます。

②農家と子供たちとのつながり

応募希望者の 1 日農業体験を通して子供たちが将来の後継者や世代間交流による地域活性化につながると考えられます。

③子供たちの地元愛につながる

鯖江の特産物である吉川ナスを知ること、地元の特産物に興味を持ち、それらを誇りと思うと同時に、最終的に地元愛が生まれます。

3) 事業提案② 交流の家「つなぎ」

<主旨>

鯖江市では「学生との連携・協働事業」という取り組みが行われていて、大学がないまちであるが夏休みには多くの学生が集まってきます。今年の私たちのインターンシップ期間中には早稲田大学、明治大学、京都精華大学、日本女子大学、福井高専、そして金沢大学の多くの学生が河和田に滞在していました。しかしそれぞれの団体ごとに違うテーマに取り組んでおり他大学生間の交流は多いものではなかったという認識です。自分たちのテーマに沿った活動を行い話し合いをする中で他大学生の意見に助けられたこともあり、さらに他大学生からも全国各地の学生が鯖江や河和田地区に多く来ているにもかかわらず、学生同士をつなぎ合わせるイベントがないのはもったいないという私たちと同じ意見も多く聞きました。調査の一環としてのヒアリングなどで住民と交流することは可能ですが、そのような形式的な場より住民の本音を聞けるような場を学生は求めているようでした。また調査を行う中で鯖江市は福井県で唯一人口が増加しているにもかかわらず河和田地区はこの20年で人口が約1000人減少しており、現在40軒以上の空き家があることを知りました。私たちが滞在していた場所の周辺にも空き家が点在していたことや、期間中古民家を利用して地域住民と他大学生を交えた交流会を実施したことをヒントに何か空き家の良い使い道はないかと考えました。それらの現状を関連付けて、何か良い方法はないかと考え出したことが以下の事業提案の主旨です。

<概要>

目標：空き家を利用し休憩所として無料で開放する

(鯖江に来る学生の意見交換の場や、学生と住民が交流できる場として利用)

対象者：①地元学生を含む鯖江に来るすべての学生

②地域住民

その他：・運営方法①交流イベントを地域住民や学生が順番に決められる制度

例：(月) 皆で一緒に夕食作り (〇〇大学)
(火) 住民から河和田の話聞く会 (△△大学)
(水) 他大学生との意見交換 (□□大学)
(木) 人生相談 (地域住民)
(金) フリートークの日 など・・・

提案方法例として私たちが8月10日に行った他大学生や地域住民との交流会があげられる。交流会は早稲田大学、明治大学、京都精華大学、日本女子大学、福井高専、金沢大学の学生と漆器職人や市民団体の方、NPO法人の方、合計約30人が参加した。参加者の中で「他大学生との交流ができた」、「河和田のコミュニティを感じることができた」という声もあがり、非常に楽しい会となった。

「金沢大学まちづくりインターンシップチーム」
日時：8月10日 18:00～21:00
場所：河和田地区 交流の家「つなぎ」
内容：地元の料理を食べながら交流しよう
その他；1チーム1品持ち寄りスタイル
地元の漆器作家3人参加予定
他大学生、地域の方も気軽に参加してください！

このように自分が実施したいイベントの日時や場所、内容などを交流の家「つなぎ」の掲示板に事前に貼っておくことでいつ何をするのが誰でもわかるようになります。

運営方法②利用を考える学生は簡単な登録をする

イベントの主催団体は掃除をする

登録制にすることで、他大学のイベント情報が登録者に配信され、いつ何のイベントが行われるかわかります。また、どこの団体が来ているのかが地元の人にわかりやすくなります。

<交流の家「つなぎ」をつくる効果>

①学生同士の連携や交流の推進

自分たちのテーマに関連した意見を新たな視点（他大学生）から得ることができたり、他大学生が協働して鯖江のまちづくりに関する新たな事業を提案が生み出されたりします。

②学生と住民との交流の推進

学生が住民の本音を聞けることで、それを自分たちの調査に生かすことができます。またヒアリングなどだけでは生まれにくい深い繋がりによって学生が翌年も訪れたいと思うようになります。

③空き家の有効活用

空き家が住民の憩いの場所となることで空き家の有効活用ができます。

<課題>

しかしこの提案には課題もあります。それは運営、管理人の問題です。管理人は必要なのか。もし必要だとしたら誰がやるのかということです。学生か住民、それとも行政か。（学生は夏休みしか来ない、他にそれぞれの目的があって来ているためそんな余裕はない？住民にもそれぞれ仕事がある。）そして開放時期の問題もあります。学生は夏休みしか集まりませんが、それを理由に空き家を交流場所として開放する時期を夏だけに絞るとなると、空き家を完全に有効活用する事業とは言えません。夏に

学生のためだけに開かれているものではなく、1年中住民の休憩場所、住民同士の交流場所として開かれた場所であることが理想ですがそれは可能なのかということです。

<展望>

今回は、私たち学生側からの意見である「他大学生との交流・地域住民との交流」のためにこの事業を提案しましたが、将来的にはこの交流の場を拠点に他大学生が連携して1つの新しいアイデア（事業）を提案したり、または地域住民と学生が交流できるイベントを行われるようになっていたりすることが理想です。

5 : おわりに

1) 展望

今回の最終報告会でのプレゼン及び活動報告書は「農林産物のブランド化」と「都市農村交流の推進」というテーマの中での提案です。今回の提案によって吉川ナスが地元民に広く知れ渡り、地元民が情報発信することでブランド化につながったのならば今回の事業提案は成功したといえるでしょう。そしてその提案を通して鯖江をより好きになってくれることを期待します。また、鯖江には各大学の生徒が集まっているのだから、大学生同士の意見交換のもとで鯖江をより盛り上げていってくれることを、今回の展望とします。

2) インターンを終えて

宋

この二週間のまちづくりインターンシップで、鯖江市の良さを見つけることができました。普通の外国人の中で、「東京+大阪+名古屋+京都=日本」だと認識する人が多いと思うけど、私自身にとって、「鯖江は最高の日本！」だと思います。また、今回のインターンシップに協力していただいた関係者の方々、そして「鯖江班」の他のメンバーのおかげでこのような貴重な経験ができたので、感謝の気持ちを持ち、今後も鯖江をアピールしていきたいです。

福島

この2週間、主に河和田を拠点に活動し、普段見慣れない多くの自然や河和田の方々の優しさに触れ毎日がとても充実していました。鯖江を舞台に今回初めて実際に「まちづくり」に関わってみてその楽しさと難しさを知りました。3人の共同生活で毎日自炊をしたこと、2週間でたくさんの人と関わったこと、3人で意見を出し合い悩んだこと、などここで経験したことのすべてが自分の成長にも繋がったと思います。

松田

たった2週間しか鯖江というまちにいなかったが、はっきりと言えることは、鯖江はコミュニティがしっかりしていて、住民は優しい人ばかりであるということです。私たちのことを全く知らないのにすんなり受け入れてくれたおかげで、最高のインターンシップができたと思います。そのように受け入れてくれた鯖江市民や市役所の方、ヒアリングに協力してくださった方々に感謝し、今回の経験を日常に生かしていきたいです。