

平成 25 年度 東海林ゼミ活動報告書

平成 2 6 年 1 月

東洋大学国際地域学部国際観光学科

目次

1. はじめに	3
2. 一年間の歩み	4
3. 情報発信事業	8
(1)白山まつり事業報告	9
(2)根津・千駄木下町まつり事業報告	12
4. 出店事業報告	24
(1)白山まつり出店事業	25
①総務報告	25
②広報報告	30
③調査報告	33
④会計報告	43
(2)根津・千駄木下町まつり出店事業	44
①総務報告	44
②広報報告	54
③調査報告	58
④おもちゃ販売報告	81
⑤会計報告	84
⑥ゼミ生感想	85
(3)駒本門前会バザー参加協力事業	90
①総務報告	90
②広報報告	93
③調査報告	96
④会計報告	110
(4)各出店事業共通項目	111
①つなぎ	111
②材料準備及びレシピ	112
5. 調査報告	123
6. 阿寒湖観光汽船調査報告	166
7. 8期生対象ゼミ説明会報告	201
8. アーカイブ事業	204
9. ゼミ活動会計報告	207
10. 編集後記	210

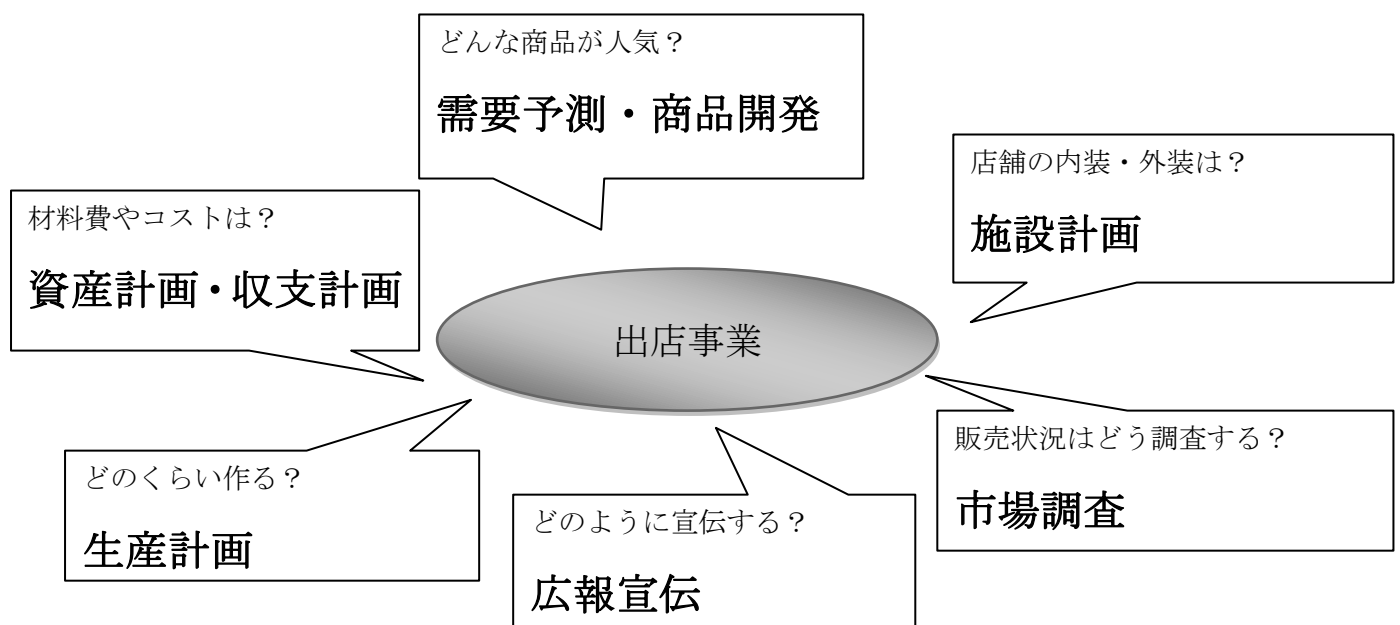
1. はじめに

私たち東海林ゼミでは、観光資源を活用した地域づくりや地域復興のあり方について研究しています。OJT による体験型学習事業の一環として、根津・千駄木下町まつりに参加し、「実物に触れ」「実践し」「論理的に思考する」ことを通じて実践的な観光学を学んでいます。身近なモノに対して常に疑問や関心を抱き、答えを追及しています。お祭りの出店事業が観光産業の何に関係あるのか疑問に思われるかもしれません。しかし出店事業は、「生きた観光学」が凝縮された宝庫です。

例えば根津・千駄木下町まつり利用実態調査は、利用者の消費行動特性や意識把握市場調査手法の」演習となります。また、たい焼きやカルメ焼きの需要予測は、利用者数の時間変動に応じた販売量の予測演習にもなります。他にも収支計画や工程管理などの出店事業から学ぶことはたくさんありました。

また、阿寒湖畔温泉の観光客が年々減少していることを課題と考え、ゼミ合宿を利用して遊覧船の利用実態調査を行い、学生の目線で観光振興の方策を考えました。

このように、座学で学んだ観光学の理論を、実体験から学ぶことができました。



図：出店事業と観光学の理論との関連事項

2. 一年間の歩み（第7期生）

各班活動内容
【総務班】
各おまつりの取り仕切り、白山まつり HP 作成
【広報宣伝班】
白山まつりミニガイド作成、つなぎ作成、各おまつりのサイン等の作成、個別相談会の取り仕切り
【調査班】
【会計・阿寒湖班】
阿寒湖畔観光振興調査、各おまつりの収支、ゼミ費の管理

	ゼミ活動	総務班	広報宣伝班	調査班	会計・阿寒湖班
12/21	7期生配属決定日				
2/24	3・4年顔合わせ鍋会				
4/9	ゼミガイダンス				
4/16	4年生からグループ説明 ゼミコンパ				
4/23	グループ分け				
4/26.27	代々木ゼミ合宿	年間スケジュール決め	ミニガイドの テーマ決め	調査のテーマ 決め	テーマ決め 調査内容検討
	たいカルメ練習（4年生 指導）	練習会準備など	ガイド割付案検討	5/1~4 つつじ祭り 利用実態調査	
5/7	たい焼き練習				
5/14	懇談会・カルメ練習			つつじまつり アンケート集 計	
5/21	座学（配置検討）				

5/28	PC（ワード使い方）		勉強会	勉強会	勉強会
6/4	PC（レポート） ゼミ費	勉強会			
6/11	グループワーク	HP作成・レイアウト・シフト作成など	つなぎ、ガイド 作業		
6/18	グループワーク		つなぎ、ガイド 作業		
6/25	卒論テーマ発表会 懇親会		つなぎ、ガイド 作業		
7/2	OB講演会 たいやき練習、ゼミ費		つなぎ、ガイド 作業		
7/9	グループワーク カルメ練習		つなぎ、ガイド 作業		
7/16	グループワーク		つなぎ、ガイド 作業		
7/30	たいカルメ練習会		つなぎ、ガイド 作業		
8/7（水）	たいカルメ練習会 ゼミ費		ガイド完成		
8/20	たいカルメ練習会		つなぎ作業		
8/26~30	小学生チューター				
8/27	たいカルメ練習会		出店事業準備 つなぎ試作		合宿しおり
9/3	たいカルメ練習会 ゼミ費		出店事業準備 つなぎ製作		
9/4	たいカルメ練習会		つなぎ製作		

HP作成・レイアウト・シフト作成など

つじ祭りアンケート分析・まとめ

根津神社3つのお祭りそれぞれの概要調べ

アンケート作成

合宿行程決定
アンケート完成

9/6 (金)	白山まつり 前日準備		準備最終確認		
9/7	白山まつり			販売個数集計	
9/10~14	北海道阿寒合宿				
9/24	白山まつり、合宿振り返り	お祭り準備		9/21, 22 例大祭 利用実態調査	
10/1	グループワーク ゼミ費			例大祭アンケート集計	
10/8	グループワーク			アンケート分析・まとめ	
10/15	グループワーク	資料作成	出店事業準備		
10/18 (金)	下町まつり 前日準備	準備最終確認	準備最終確認		
10/19~20	根津千駄木下町まつり			販売個数集計 利用実態調査	
10/22	下町まつり振り返り 就活について、新ゼミ生選考について				
10/29	全体ゼミ説明会 就活について、景観論		個別ゼミ説明会の準備		
11/5	個別ゼミ説明会 ゼミ費				
11/12	新ゼミ生選考、景観論				
11/19	門前会について 新ゼミ生選考 おもち練習会		準備最終確認		
11/23	門前会前日準備				
11/24	駒本門前会			利用実態調査	

				査・集計	
11/26	就活、景観論、 ゼミ長投票	報告書	報告書	分析・報告書	分析・報告書
12/3	景観論、就活				
12/10	ゼミ顔合わせ 4 年生就活アドバイス				

情報発信事業

(1) 白山まつり情報発信事業

1) ホームページ作成

これまで白山まつりに関わる web ページがなかったので、より多くの方に知ってもらえるようにホームページを作成した。http://shoji.art.coocan.jp/hakusan_festival/index.html



2) ミニガイド作成

今年度平成 25 年で 250 周年を迎えた白山まつりがどのようなおまつりなのか分かり易いように作成した。

①コンセプト

50 周年をメインテーマとしたガイドを目標とし、これまでの歩みとして過去に協力していただいた著名人について、また、白山の町についても取り上げた。デザインは、白山まつりの歴史を語るべく和を基調とし、また多くの方々が親しみを持ちやすいような暖かい色合いを意識し作成した。

②作業工程

1) 割り付け案の作成

今回は初めての白山まつりミニガイドということだったので、コンセプトに沿って、ワードで大まかなガイドラインを作成した。

2) 実行委員長との打ち合わせ

白山まつり実行委員長奥村さんとの打ち合わせを二回重ね、実行委員側と学生側双方の伝えたいことを尊重できるようにした。

3) 試作品の完成

伝えたい内容を割り付け案に入れてみて、その中で内容の改善、全体のバランス、デザイン的な問題を改善していった。



裏面の試作品。

このミニガイドで伝えたいことが分かるように、内容を大切にしながら、タイムスケジュールなども分かりやすく構成していく。

4) 入稿

インターネットのプリントバックで、2000 部の注文をした。

③配布方法・日時

東洋大学の事務課、白山上商店街のミニガイドを届け、大学内と商店街の各店舗、またまつり当日に本部などにも置いてもらった。

日時:平成 25 年 9 月 7 日(土)

④ミニガイド完成版(A4サイズ・三つ折り)



⑤反省点

- ・打ち合わせをしたのにも関わらず、タイムスケジュールにミスがあり、完成したものにシールを貼って訂正をしたが、シールの枚数に限度があったため、2000部全てを配布出来なかった。
- ・入稿まで例年よりスケジュールが前倒し時間がなかったため、もっと早めに予定を決めて、余裕のある入稿をしたかった。

(2) 根津・千駄木下町祭り情報発信事業報告

下記の情報発信事業を有機的に連携させて実施した。

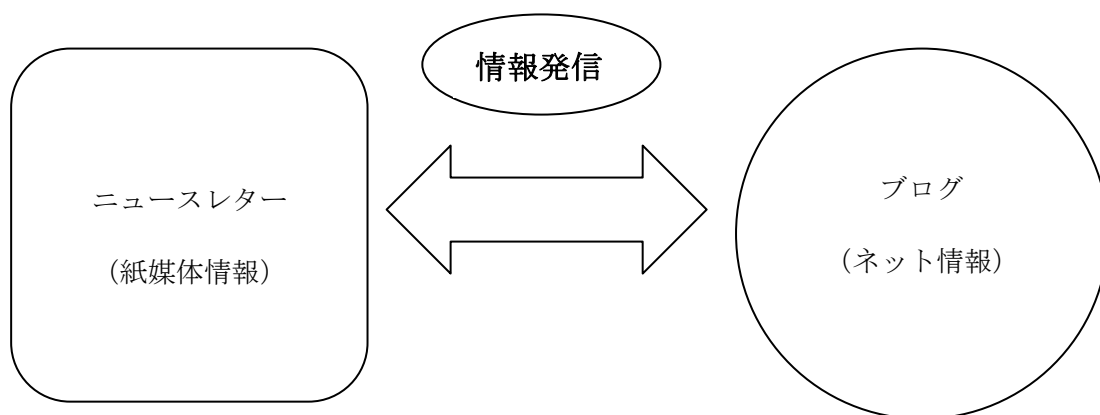
1、年間を通してブログの更新

おまつりの活動や参加者、街の見どころ・おまつり当日の様子などを紹介する内容のブログを週替わりに担当者を決め更新した。

<http://shojisemi.blog.fc2.com/>

2、ニュースレターや壁新聞等の紙媒体の作成

ネット環境がない人に向けた紙媒体による情報発信を実施（8月、10月の2回）した。



・ニューズレター

・ニューズレター

(1) 縁日ひろば拡大図

根津千駄木下町まつりを多くの来場者により楽しんでもらうために作成した。

コンセプト

メイン会場に何の出展があるのかを一目でわかるように見やすさを意識した。また、お年寄りでもわかるように文字を大きく、イラストを使って学生らしさを出した。

配布場所

当日は根津神社の入り口3か所に配置、おまつりの本部に配布した。

日時：平成25年10月19日・20日

縁日ひろば拡大図完成版 (A4 サイズ)



(2) ブログ

昨年の4年生に引き続き、根津地域・ゼミ活動等についてブログを年間通して更新した。

■ プロフィール

Author:shoji.seminar
東洋大学
国際地域学部 国際観光学科
東海林ゼミ

大学のある文京区の地域振興を図るために、地元の方と協力しながら活動しています！

根津・千駄木下町まつりへは4年前から参加していて、ミニガイドの作成、屋台、おまつりの利用実態調査を行っています！
そして今年はより多くの方々におまつりや白山、根津・千駄木地区を知ってもらうために、このブログを運営しています！

地元・東洋大学生らしい切り口で、おまつりや白山、根津・千駄木を紹介していきますのでどうぞよろしくお願いします！

■ カテゴリ

下町まつりの紹介 (18)
下町まつりサブ会場紹介 (7)
根津・千駄木見どころ紹介 (11)
ゼミ活動報告 (11)
東洋大学 (5)
未分類 (7)
白山見どころ紹介 (4)
白山まつり (2)

■ 最新記事

— ありがとうございます！！
(11/26)
— 秋の白山さんぽ♪ (11/19)
— 多々良沼エコツアー☆ (11/12)
— 谷根千を歩こう！ (11/05)
— 根津探検 (10/29)

■ 最新コメント

— ひさこ・千駄木カフェさんぽ♪
(07/08)

■ 最新トラックバック

— ケノーベル エージェント・ケノー
ベルからリンクのご案内

| Home | Next >>

2013.11.26 ありがとうございます！！

ゼミ活動報告

こんにちは(^o^)！

5月から東海林ゼミ6期生みんなで盛り上げてきたこのブログも
つい1に…今日で最後の更新となりました(ToT)

あっという間に1年が過ぎ、あと少しでこの6期生も卒業しなければいけないと思うと
とても寂しいです。。

残り少ないゼミ活動を大いに楽しみたいと思います、(^o^)/

今日は今までの東海林ゼミの活動を振り返ってみたいと思います！

＊ 春 ＊

ひちひちの3年生19名も加わり、6期生17名+東海林大先生の
全部で37名で活動が始まる。

3年生は10月の下町祭り出店に向けてひたすら練習。
4年生は活動内容についてひたすら話し合い。



このころはまだおもち出店の恐ろしさを知らなかった…。

6月には白山神社で開催されていた「あじさい祭り」に足を運んでいたブログ班もありましたね☆



(1) 事業目的

根津・千駄木・白山地域の魅力を学生の視点から発信していこうという目的のもと実施した。ブログを情報発信媒体にすることで多くの人が閲覧可能である。また、学生からみた街の魅力を発信することで地域の活性化を促す効果があると考え実施した。

(2) 発信方法

無料ホームページレンタルサーバー「FC2」を活用した。また、週に1回火曜日を更新日とすることで定期的に地域の魅力を発信していった。

(3) 更新内容

更新日付とタイトル、内容は次の通りである。

表1：ブログ内容一覧

No.	日付	タイトル	内容
1	2013/5/7	はじめまして！	ゼミ紹介
2	2013/5/14	東海林ゼミ活動紹介	ゼミ紹介
3	2013/5/21	☆東洋大学8号館の紹介☆	大学紹介
4	2013/5/28	東洋大学6号館の学食紹介☆	大学紹介
5	2013/6/4	いざ！あじさい祭りへ！！	お祭り紹介
6	2013/6/11	あじさい祭りに行ってきましたー！	お祭り紹介
7	2013/6/18	千駄木の秘湯・・・「ふくの湯」	地域紹介
8	2013/6/26	白山とは？？？	地域紹介
9	2013/7/2	千駄木カフェさんぽ	地域紹介
10	2013/7/9	かき氷は飲み物です	地域紹介
11	2013/7/16	パワースポット	地域紹介
12	2013/7/23	よみせ通り特集	地域紹介
13	2013/7/30	根津ぶら～りの旅	地域紹介
14	2013/8/2	おもち練習会	ゼミ紹介
15	2013/8/13	ゼミ生紹介	ゼミ紹介
16	2013/8/27	第五十回 白山まつり	お祭り紹介
17	2013/9/2	パンフレット出来ました！	ゼミ紹介
18	2013/9/3	白山まつり直前special！	お祭り紹介
19	2013/9/7	白山まつりの活動報告	お祭り紹介
20	2013/9/20	東海林ゼミの近況	ゼミ紹介
21	2013/9/24	根津・千駄木下町まつり	お祭り紹介
22	2013/9/27	今年の東海林ゼミ@下町まつり！	お祭り紹介
23	2013/10/8	下町まつりサブ会場編	お祭り紹介
24	2013/10/15	今週末は根津神社で下町まつりでしょ	お祭り紹介
25	2013/10/22	下町まつり無事開催	お祭り紹介
26	2013/10/29	根津探検	地域紹介
27	2013/11/5	谷根千を歩こう！	地域紹介
28	2013/11/12	多々良沼エコツアー☆	ゼミ紹介
29	2013/11/19	秋の白山さんぽ	地域紹介
30	2013/11/26	ありがとうございます	ゼミ紹介

(3) ホームページ及びブログ



(4) アクセス解析

1) 月別アクセス解析

根津・千駄木下町まつりが開催される10月がもっともアクセス回数が高いことがわかる。

年/月	ユニークアクセス	トータルアクセス	グラフ
2013/01			0.0%
2013/02			0.0%
2013/03			0.0%
2013/04			0.0%
2013/05			0.0%
2013/06			0.0%
2013/07			0.0%
2013/08	228	674	33.8%
2013/09	341	935	36.5%
2013/10	557	1,524	36.5%
2013/11	173	430	40.2%
2013/12	56	175	32.0%
合計	1,355	3,738	

図1：月別アクセス数

2) 10 月アクセス解析

10 月は最もアクセス数が多く、根津・千駄木下町まつりをインターネットで検索した際にブログを見た人が多かったことがわかる。また、10 月 19 日、20 日は根津・千駄木下町まつり開催日であったのでアクセス数も高くなった。

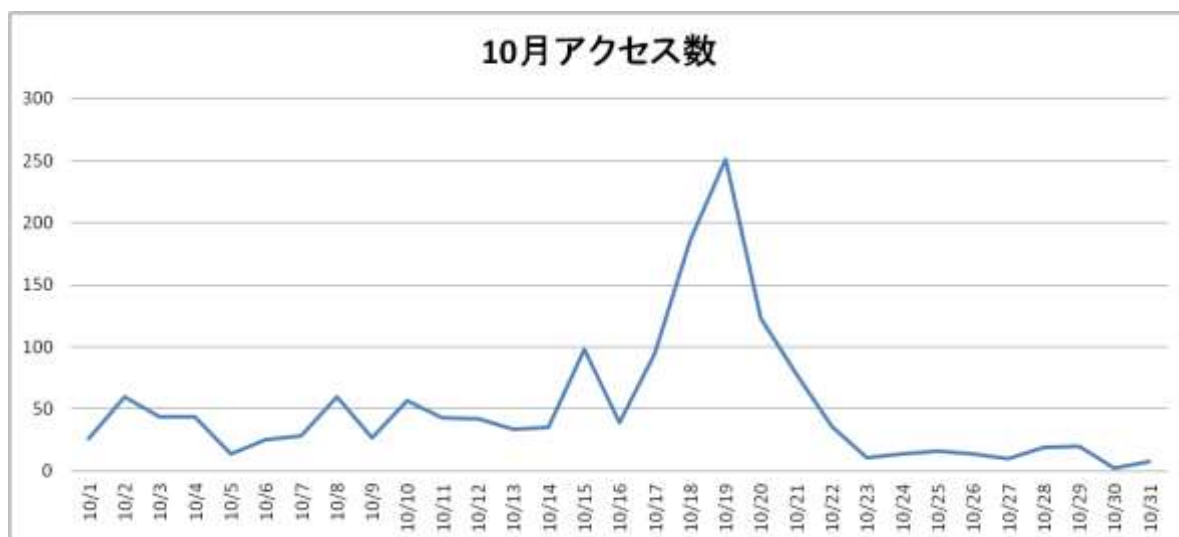


図 2 : 10 月アクセス数

3) 都道府県別閲覧数

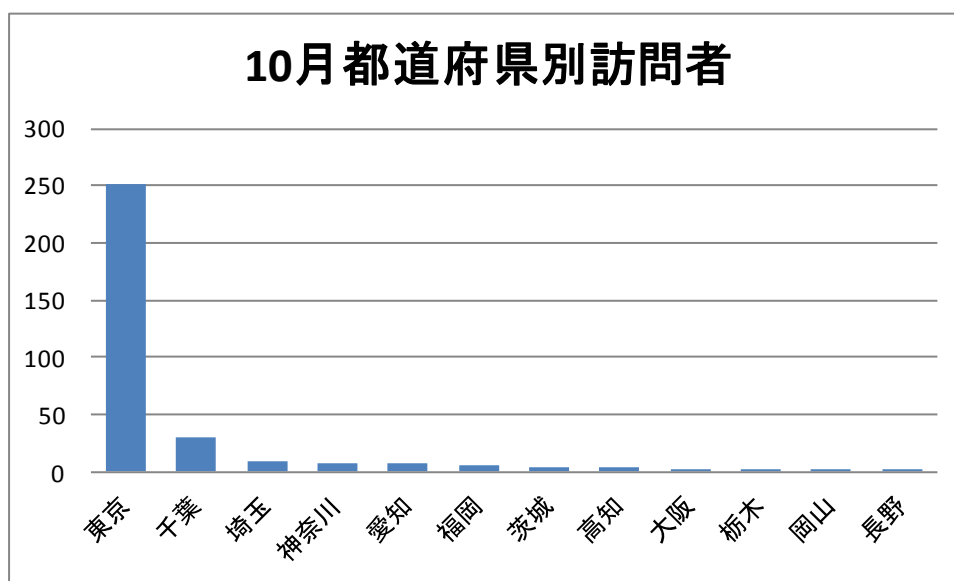


図 3 : 10 月都道府県別訪問者

(5)まとめ

ブログの閲覧数は8月ごろから多くなり始めたことが図1からわかる。その原因を分析すると白山まつりの開催時期と同じことがわかる。また、根津・千駄木下町祭りの開催時期にもアクセス数が急激に上昇していることから街のイベントの開催時期とブログ閲覧数には関連性が高いことが明らかである。

このことから地域のイベントやお祭りに関する記事を書くことで多くの人にブログを見てもらえることが可能である。また、そのイベント関連以外の記事を見てもらうことで根津や千駄木のまだ知らない情報を知ることができると考えられる。

今後は地域のイベントと街の魅力を関連付けた記事を書くことで、「再び訪れたい」、「行ってみよう」などに関心を与える内容を発信する必要がある。

(3) ニュースレター

昨年のニュースレターと形式を変え、白山まつりのニュースレターは診断方式にした。根津・千駄木下町まつりのニュースレターは、新聞風にアレンジし、新しい楽しみ方を発見出来るようにした。

製作・発行：東洋大学国際地域学部国際観光学科東海林ゼミ
白山まつりを知ってもらうために白山地域振興会と連携をしながら作成しています。

白山まつり広報室

はじめまして！東洋大学の東海林ゼミです。私たちのゼミでは文京区の地域活性化に貢献するため、地域の方と協力しながら、ゼミ活動の一環としてブログやホームページを作成しています。このニュースレターはインターネットの環境がない方でも地域の情報が得られるように、また、白山地域に住む方々に白山まつりのことに興味をもっておまつりに足を運んでいただき、今よりもっと白山というステキな町のことを知っていただくことを目的として作成しています。微力ながら精一杯取り組んで参りますのでどうぞよろしくお願い申し上げます。

白山まつり（ゼミ生成成） URL http://shoji.art.coocan.jp/hakusan_festival/index.html
 ブログ（文京おまつり奮闘記） URL <http://shojisemi.blog.fc2.com/>

あなたは何派？

おまつりの楽しみ方診断

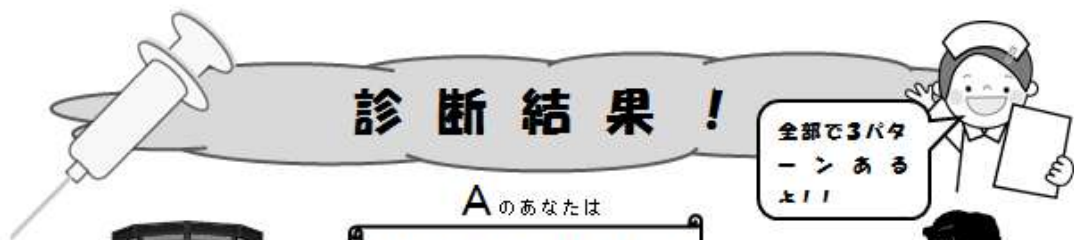
第50回記念白山まつり
 日にち 2013年9/7・8
 時間 13:00～21:00
 場所 白山ヶ丘商店街

白山まつりをもっと楽しんでもらうため、あなたにぴったりのおまつりの楽しみ方をアドバイスします！

```

graph TD
    START([START 盆踊りが見たい！]) -- YES --> Q1([お祭りは計画的に回るほうだ！])
    START -- NO --> Q2([屋台はとりあえず、全部回るほうだ！])
    Q1 -- YES --> Q3([せいかちなほうだ！])
    Q1 -- NO --> Q4([イベント大好き！])
    Q2 -- YES --> Q4
    Q2 -- NO --> Q5([お祭りに休憩が必要だ！])
    Q3 -- YES --> A[Aへ！]
    Q3 -- NO --> Q4
    Q4 -- YES --> B[Bへ！]
    Q4 -- NO --> Q5
    Q5 -- YES --> C[Cへ！]
    Q5 -- NO --> Q4
  
```

コースの紹介は裏面へ！！



診断結果！

Aのあなたは

盆踊り重視派！！



盆踊りを見なが
ら心もじんわり

夜のにぎわいを楽しみたいあ
なたには、屋台を回りながら
おまつりのフィナーレでもあ
る盆踊りを見て、夏の切なさ
をじんわり感じてみては？



Bのあなたは

ゆっくり回る派！！

楽しんだら屋台
でひとやすみ

ゆっくり見たいあなたは、イ
ベントを十分に楽しめるは
ず！そして少し疲れたら屋
台で腹ごしらえなどをして
ひとやすみしてみては？



Cのあなたは

子ども重視派！！

親子で
思い出づくり

お子様がいるあなたは、
きっとお子様優先になる
はず！それなら大ゲーム
コーナーやシートベルト体
験と一緒に思い出づくり
をしてみては？

集え！根津神社！



見どころ

そびえたつ根津神社の大鳥居（写真上）

根津・千駄木下町まつりは、毎年十月に根津神社で開催されています。このお祭りは、今年で十五回目を迎え、地域の発展や活性化に広く貢献しています。メイン会場では、模擬店、小さな子どもから大人までが楽しめる出し物、地元の小中学生などによる楽器演奏、フリーマーケットなどの各種催し物を、サブ会場では、和太鼓などバラエティに富んだ個性あふれる出し物でにぎわっています。

どく行くの？ 下町まつりでしょ！

文豪の町

根津・千駄木地域は、多くの文豪が住んでいた町として有名です。この町で夏目漱石や森鷗外、佐藤春夫などが数々の名作を執筆しました。

出合いの町

根津・千駄木地域の道の一つ一つには、風情や面白さ、出合いや発見が隠れています。一度、いろいろな道に迷い込んでみるのもこの町の楽しみ方の一つです。

新たな出合いがあるかもしれません。

サブ会場専用シャトルバス

無料運行中！



古い伝統が受け継がれた街でもある根津・千駄木地域では、絵を動物や植物などの姿に細工をする職人技が見られるあめ細工店や、江戸時代からの伝統を受け継いだ染物もたくさん見ることが出来ます。

再び歩き出した私は、蛇のようには長くはない行列を発見する。どうやらたいやきを売りに来ているようだ。昼飯を食べていなかった私は、その行列に並び、たいやきを二つ購入した。たいやきの甘さ控えめなあんこを頬張りながら思う。私はいつになったら根津神社につくのだろうか・・・

つづく

2013
10月19日
20日

2013年はどんな年？

森鷗外生誕

150+「1」周年

森鷗外の生誕151周年。

これを記念して下町まつりの縁日では島根県津和野町からふる里物産店が出店され、また昨年は森鷗外記念館も開館した。

制作・発行

東洋大学国際地域学
国際観光学系東海林ゼミ



東洋大学

知ったか？ せったかクン！！



カルメ焼きってなあに？

答えは裏面へ！！

忘れません

東北大地震

実行委員会作成パンフレット並科紀寺+



下町哀愁下車

前回までのあらすじ

居眠りをして電車を乗り過ごしてしまった私は、根津に途中下車する。根津駅で降りた私は、あてもなく不忍通りを歩いていく。

◇ ◇ ◇

突然、古い建物が視界に入ってきた。三階建ての木造建築のその建物は、どうやら日本料理店みたいだ。近くに看板があり、登録有形文化財と書かれている。明治時代からあるそれは、幾度と災難に襲われながらも必死にそこに立ち続けてきた。古い歴史と、周りに取り残された姿は、どこか哀愁を感じる。私も同じ面持ちでいるのかな、とまるで次元の違う感じ方をしていた。

縁日ゾーン拡大地図、無料配布中！
配布場所は鳥居近くで！



お助け掲示板

「お祭りにいくらくを持っていけばいいのかな？」

緑日広場の屋台の商品は、高くても五百前後なので、千円で十分楽しめます！ご飯類からおやつ類までたくさん種類があるので、お友達と分け合ってください。前種類を制覇してみてもいい☆フリーマーケットもあるの、お買い物をしたいという方は、多めに持ってくるというかも、使いすぎには注意して下さいね。

「どんな服装をして行けばいいのかな？」

お祭りには、多くの人が訪れるので、人ごみの中でもしつかり歩けるような靴や、動きやすい洋服がおすすめです！メイン会場だけでなく、街中を散歩したり、サブ会場にも足を運びたいという人は動きやすい重靴がポイント！特に女性の方は、スカートやヒールのある靴だとちょっと疲れてしまうかも。

「全部の会場を回るとどれくらいかかるの？」

八つのサブ会場を歩いて回ると、学生の私たちでも約二時間かかります。子供や年配の方だとさらに時間がかかってしまうでしょう。しかし昨年からは、サブ会場を回る無料のシャトルバスが走っており、一周約四十分で回ることが出来ます！二十分間隔で運行しているの、ぜひ活用してみてください！

ちびーず劇場



編集後記

東海林ゼミは、下町まっつりに参加して今回で五回目を迎えます。何度か街歩きをしたこともありましたが、まだまだ根津・千駄木地域の歴史や伝統について知らないことが多いと感じました。毎回新たな発見や出会いがある素敵なまちを、学生の活力で精一杯盛り上げていきますので、よろしくお願ひします！

東海林ゼミの意気込み

谷根千川柳

下町の活気で溢れる 根津神社
 いわし雲 夕日に染まり 秋だんだん
 文豪の 愛したこの坂 団子坂
 茨城県 こめちゃん
 千葉県 こーちゃん
 東京都 なべちゃん

知ったか？ せったかクン！！

答えは...



砂糖を溶かしてふくらませて作る、甘くてサクサクした音ながらのお菓子！！
 緑日ひろばで売っているから、ぜひ食べてみてね！(´▽`)/

ちっちゃいもの豆知識



知っているようで知らない！
 下町まっつりに関するそんな知識を紹介しちゃいます！！

「かつぱれ」とは...

発祥は大阪の住吉神社の御田植神事に奉納される芸能に由来します。語源は紀の国屋文左衛門が、紀州から江戸へ船出をした時の祝歌で、『かつぱれた』であると言われていいます。

実は二十五回目！

下町まっつりはもともと、台東区と文京区が手を組み、「文京・台東下町まっつり」として平成元年に開催されたお祭りです。約十年経きましたが、その後は文京区のみで開催となり、現在の「根津・千駄木下町まっつり」となっています。

次京おまつり協賛校！

検索

ブログも絶賛配信中(^o^)

⇒<http://shojiaemi.blog.fc2.com/>

出店事業報告

4. 出店事業報告

(1) 白山まつり

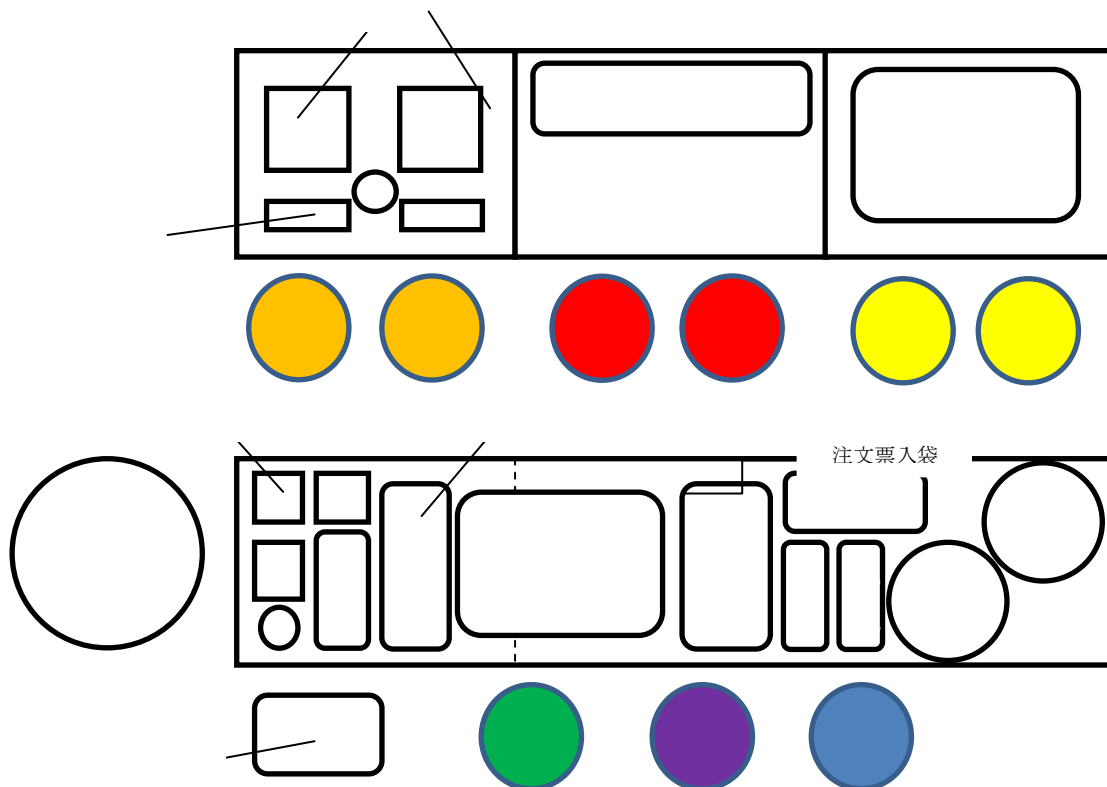
①総務報告

1) 店舗レイアウト

「利用客に背を向けて作業を行ってしまった」という昨年の反省点を踏まえ、今年度から新たなレイアウトで出店を行った。このレイアウトに変更したことによりは以下 3 つの利点が挙げられる。

- ・店に立つ全員が利用客に背を向けることがなく全体を見渡すことができる。
- ・利用客とコミュニケーションが取りやすい。
- ・会計とバックの連携が図りやすく、注文を受け商品を渡すまでの流れがスムーズである。

白山まつり レイアウト



【たい焼き】

・焼き手/2人 ・バック/3人（あんこカスタード担当・羽切り・パック詰め各1人）

【カルメ焼き】準備～焼き /2人

【会計】2人

必要な機材・材料類

前日からレンタカーを借りて、必要な機材、材料を積んでおくと当日慌てなくて良い。準備の効率化を図るため、また忘れ物防止のために持ち物リストを作成する。なお、材料は賞味・消費期限に気をつけ、不足分がないように配慮した。

①たいやき

ア、焼き台スペース

- | | |
|--|-----------------------------------|
| ☐ 焼き台・鉄板 | ☐ ビニールの手袋 |
| ☐ 防風板 | ☐ バーガー袋 |
| ☐ 遮熱板 | ☐ パック |
| ☐ アルミホイル | ☐ 輪ゴム |
| ☐ ガス | ☐ たいやきスタンド |
| ☐ ガスのパイプ | ☐ 棚 |
| ☐ ネジ・L 字 | |
| ☐ 種落とし×2 | ウ、たいやき材料 |
| ☐ 種落としを入れる容器×2 | ☐ 茶たい粉 |
| ☐ スパチュラ×2 | ☐ 白たい粉 |
| ☐ スパチュラを入れる容器×2 | ☐ あんこ |
| ☐ ブラシ | ☐ カスタード |
| ☐ ラード×2 | |

イ、たいやきボックススペース

- ☐ 粉混ぜ用テント
- ☐ あんさし×2
- ☐ カスタードさし×2
- ☐ ヘラ×4 (あん 2 カス 2)
- ☐ 区切り機
- ☐ トレー×6
- ☐ バケツ×3
- ☐ ふるい
- ☐ ドリルセット
- ☐ ビーター
- ☐ 計量カップ
- ☐ 柄杓×2
- ☐ 軍手
- ☐ はさみ×2

②カルメ焼き

ア、カルメ焼き作業スペース

- ☐ ガスコンロ
- ☐ ガス
- ☐ おたま×4
- ☐ かき混ぜ棒×3
- ☐ 電子はかり
- ☐ 水はかり
- ☐ 水さし
- ☐ 温度計×2
- ☐ バケツ
- ☐ ふきん×4
- ☐ 温度計を入れる容器
- ☐ ラッピング
- ☐ マドラー

イ、カルメ焼き材料

☐ ザラメ

☐ ミルキー（グラニュー糖とクリープを混ぜたもの）

☐ 水

☐ 重曹卵（重曹と卵白を混ぜたもの）

※ザラメとミルキーは現場で量る必要のないように 30g ずつ小分けしておく

⑤店舗レイアウト

☐ 前垂れ

☐ 前垂れを止めるクリップ

☐ 価格表

☐ 価格表を止める安全ピン ☐ 横断幕

☐ 大学旗

☐ 旗竿

③会計

☐ 金庫

☐ 電卓

☐ タイマー

☐ 会計一覧表

☐ 注文票

☐ ショーケース

☐ 集計表をまとめる袋

④共有物

☐ テーブル（大×3、小×4）

☐ 白シート（大×1、3分の1に切ったもの×3）

☐ 段ボール（あらかじめテーブルの大きさに切っておいたもの）

☐ 工具箱

☐ 養生テープ

☐ ごみ袋

☐ アルコール

☐ 除菌シート

☐ 消化器

2) 白山まつりシフト

	たい焼き	たいバック	会計	休憩
14時～15時	岡本 河上	奥川 徳田 三浦 會田	上野 一條	吉野 菅原 山口 山田 山村
15時～16時	吉野 菅原	山口 山田 奥川 山村	上野 一條	岡本 河上 徳田 三浦 會田
16時～17時	岡本 河上	山村 徳田 三浦 會田	上野 一條	吉野 菅原 山口 山田 奥川

	カルメ	カルメバック	休憩
14時～14時半	今井 新井	坂本 堀江	金井
14時半～15時	堀江 金井	新井 今井	坂本
15時～15時半	今井 坂本	金井 堀江	新井
15時半～16時	新井 金井	坂本 今井	堀江
16時～16時半	今井 堀江	金井 新井	坂本
16時半～17時	坂本 金井	新井 堀江	今井

- それぞれの希望する役職と、練習会でチェックした適正を照らし合わせて、各役割を決定した。
※たい焼き班は焼き手4人 バック7人の計11人、カルメ班は5人
会計が3人という人数配分となった。
- たい焼き班と会計は1時間ごと、カルメ班は30分ごとにシフトを組んだ。

3) 反省点

たいやきバック

- ・ストックを作ってから売るべきだった
- ・焼き、会計とのコミュニケーション（在庫のあり・なし等）
- ・会計との注文からの受け渡しなど、全体的に流れはスムーズだった

会計

- ・注文と受け渡しのお客様が混じってしまっただけで渡しにくかった→誘導ライン？誘導係？
- ・待ってもらおうお客様への対応（顔覚えるよりも番号札？）

カルメ

- ・下準備が足りなかった
- ・学校で出来る事は学校でやっていく
- ・売り切れ時にはみんなで共有
- ・味ごにもおぼんもわかる、カルメ専用の布も買う

全体

- ・準備、片付けに時間かけすぎ→誰が何をやるか、全体を見る人、指示する
- ・並んでいる人に注文を聞きに行くか？
- ・粉をまわす機器の充電しっかり
- ・ハサミなどの道具が途中でなくなったりしてバタバタ

総務

- ・事前の準備（共有、割り振り）
 - ・ 全体を把握しきれていなかった→現場セクションごとに総務が状況を確認し、全体に伝える。

良かった点

- ・新しいレイアウト案が出店作業の円滑化につながりました
→成果として、会計の誤差が100円以内になる。

全体的に悪かった点

- ・シフト通りの時間配分で動くことができずに休憩時間がとれなかった

②広報班報告

広報班では、店舗外観に用いるサインやメニュー表の作成を行った。また、当日の貼り付け作業は広報班で行う。

1) サイン

販売商品及び、会計の場所を示すため、A3サイズの表を作成。店舗の前垂れ部分と上の棒部分に取り付ける。

作成物：サイン（商品名、価格、味の種類、キャッチフレーズ）

会計案内

作成方法：word で作成したものを A4 で分割印刷して A3 サイズになるように貼り付け、ラミネートをした。サインはそれぞれ前垂れに貼る用と上に貼る用の 2 枚を用意する。前垂れ用は安全ピンで取り付けるため、上部にはパンチで穴を開けておく。



2) メニュー表

メニュー表を作成し、レジのショーケース上に配置する。注文時にお客様に見ていただくことを想定して作成する。

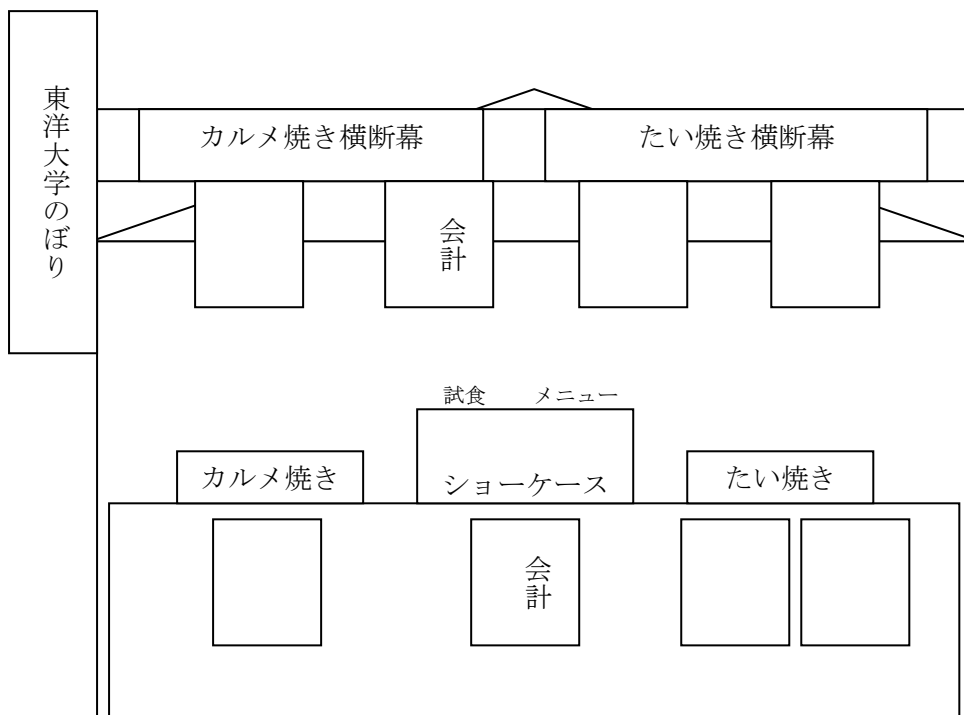
作成物：アクリルケースに合わせたサイズのメニュー表（商品名、味の種類、価格）

作成方法：word で作成したものをラミネートし、アクリルケースにはさむ。



3) 店舗外観（前垂れ、のぼり、横断幕）→図もいれる





4) 作成に当たっての留意事項

コンセプトとして、学生ならではの明るさ・親しみやすさを感じてもらえるものを掲げた。具体的には、フォントをポップ体にして大きく見やすいものにし、明るい色を使うことで表現した。使用する色はメニューや味をイメージしやすい色を使うよう留意した。

5) 反省点

メニュー表をラミネートしていなかったことから、水分が染みてにじんでしまうことがあった。また売り切れサインの準備をしていなかったため、赤テープで対応するなど、全体的に準備不足であった。

メニュー表を入れるケースのネジを一個紛失するなど、備品の管理が行き届いていなかった点が挙げられる。

③調査班報告

1. 白山祭り利用実態調査

(1) 調査目的

本調査は、白山まつりの利用実態を明らかにし、来訪者の年代や来訪理由を把握することで、今後のおまつりの促進や地域活性化方策の検討に貢献することを目的としている。

(2) 調査対象と被験者数

調査対象は、白山まつりへの来訪者である。被験者数は 135 人で、子どもから大人まで幅広い世代を対象とし、調査を行なった。

(3) 調査期間

平成 25 年 9 月 7 日（土）白山まつり 1 日目のみ実施

(4) 調査方法

白山まつりの来訪者に対し、「直接聞き取り方式」により調査を行なった。

(5) 調査項目とねらい

主な調査項目とねらいは次の表の通りである。

項目 ねらい

被験者の属性（性別・年代・住まい） 男女の比率や、年齢層を把握する。また、来訪者の住まいを知ること、まつりの集客力を把握する。

白山まつりを知った手段（きっかけ） 有効な情報手段を探る。

白山まつりへの来訪理由 おまつりに来る目的を把握する。

来訪回数 リピート率を把握する。

同伴者 誰と一緒に来ているのかを把握する。

予算 どのくらいの経済効果を与えているのかを把握する。

文京区内の観光スポットへの来訪の有無 おまつりが周辺地域へ経済効果を与えているかを把握する。

文京区内のおまつりへの来訪の有無 おまつりへの関心の高さを把握する。

来年もおまつりに来たいかどうか おまつりの満足度を探る。

要望 改善点を発見し、今後のおまつりに活かす。

2、白山祭り来場者アンケート結果

(1) 性別

今回男性44名、女性89名、未回答者2名の計135名にアンケート調査を行った。グラフを見て分かるように、女性の割合が半数以上を占める結果となった。

(2) 年代

年代別に見てみると、小・中学生が45名と全体の33%を占めて一番多かった。次に30代・40代が共に26名でそれぞれ19%を占めていた。高校生～20代の若者は18名、50代以上は14名と少ない結果となった。

(3) 住まい

来訪者の住まいを見てみると、やはり文京区の白山、千駄木、本駒込、向丘が上位を占めており、地元の方々が多く来訪していることがわかる。

(4) 情報入手

ポスターや口コミという方が多く掲示板やホームページという方は少なかった。また、小さいころから来ているので知っているという地元の方の意見が多かった。

(5) 来訪理由

来訪者の56%、79名もの人が来訪理由を模擬店と答えたことから、やはり模擬店を楽しみに来ている人が多いと分かる。特に小中学生や小さい子供がいる家族連れは、食べ物やゲームなどの模擬店を一番の目的としているようである。スタンプラリーやフリーマーケットを目的に訪れたと答えた人はわずかであったが、聞き取りをする中で古本やフリーマーケットを楽しみに毎年訪れている、という声も少なくなく、一部ではリピーターを掴んでいることも伺えた。高校生・20代に至っては、近くに学校があるからか祭りを目的に、というより通りがかりに寄った人が多かった。

(6) 来訪回数

地元のお祭りというだけあって、初めてという人は少なかった。10回以上と答えた人は21名で、約80%の人はリピーターであることが分かった。

（7）同伴者

同伴者は、やはり若年である程友達と来て、30代以上は家族と来ている人が殆どという結果になった。小・中学生はほぼ友人と連れ立って来る為、30・40代の人が連れてくる子供は、小学生以下ということになるといえる。

（8）予算

小・中学生は友達同士模擬店で様々遊ぶ為か、1000円以上を予算にしている人が多く見られた。逆に年齢の上がった高校生・20代の若者は、あまりお祭りでお金を使うという感覚がないようである。

（9）文京区内の他の観光スポットへ行ったか（行く予定か）

男女別・年代別に比較しても特に差は見られなく、殆どの人が白山祭り以外で他の場所を訪れることはない、ということが分かった。ただ他のスポットに比べて多かったのは、白山神社と根津神社であった。

（10）今までに文京区内で行われている祭りに行ったことがあるか

文京区内から来ている人が多かった為か、文京区内の他の祭りに行ったことがあるかという問いにはほとんどの人が何かしらの祭りに行ったことがあると答えた。文京花の五大祭りでみると、根津神社で開かれるあじさいまつり、つつじまつりが特にポピュラーであることが伺える。

3、白山祭り利用実態調査のまとめ

(1) 考察

来訪者の半数以上が文京区に住む地元の小・中学生や家族連れであり、8割がリピーターであった。彼らは幼いころから白山まつりに来ているため、区報や掲示板で知って来訪したという方は少なかった。

また、地元住民のためか、区内の根津神社で開催されるお祭りには足を運ぶ人が多いが、その他のお祭りや観光スポットへは行ったことがない人が目立った。白山まつりはリピーターが多いので、毎年異なるイベントの開催や充実した模擬店の増加によって来場者数の増加が見込める。もともと規模の大きい祭りではない為、他とは違う目玉や魅力がなければ、遠方からの集客は容易ではなさそうである。

(2) その他の白山祭りに対する要望として

特に目立った意見は、“模擬店をもっと増やしてほしい” というものと“トイレを用意して欲しい” というものだった。

遊びやフリーマーケットなどより、食べ物の店が少ないとする声が多く、小学生からは綿菓子など具体的な要望も上がった。トイレに関しては、用意されていた公衆トイレや使っていていいとされる近くの店のトイレなどの情報が十分に行き渡っていなかったのか、不便さを感じた人が多かったようである。表示や、アナウンスでの呼びかけなど、より徹底した周知が重要だろう。

4. 販売個数調査

① 調査目的

白山まつりの来場者数のうち、商品の購入者の割合を知ること、また性別及び世代別の購入した商品の割合を知ることにより、今後の出店事業に生かすための調査である。

② 日時

平成 25 年度 9 月 7 日（土）

③ 場所

白山まつり

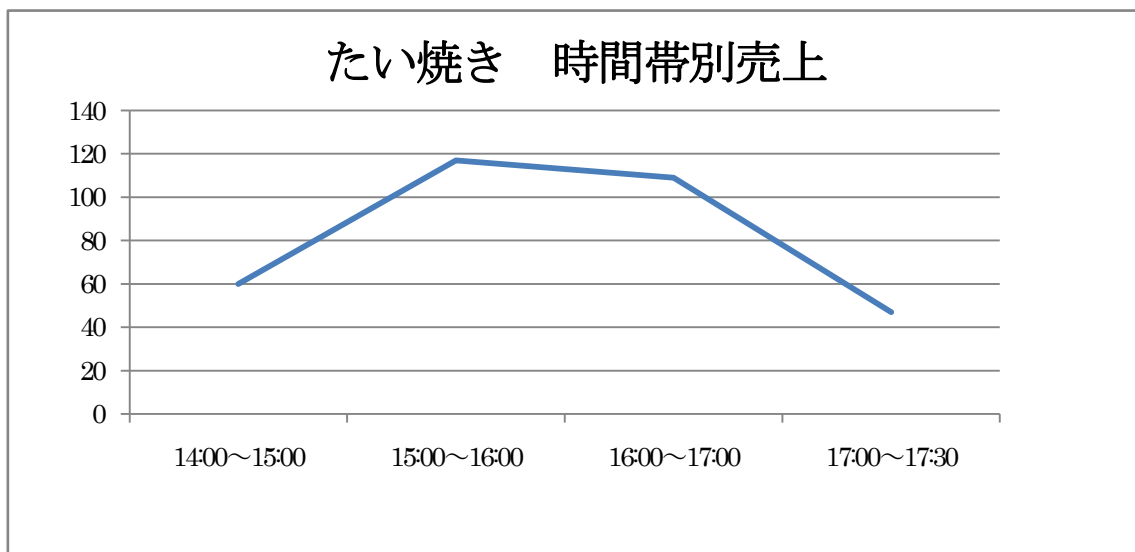
④ 調査方法

注文票に注文した商品、購入者の性別年代を記入し、調査を実施した。
会計後に注文票を袋にいれ、その袋を 30 分ごとに回収をして集計を行った。

<販売結果>

ア. たい焼きの販売結果

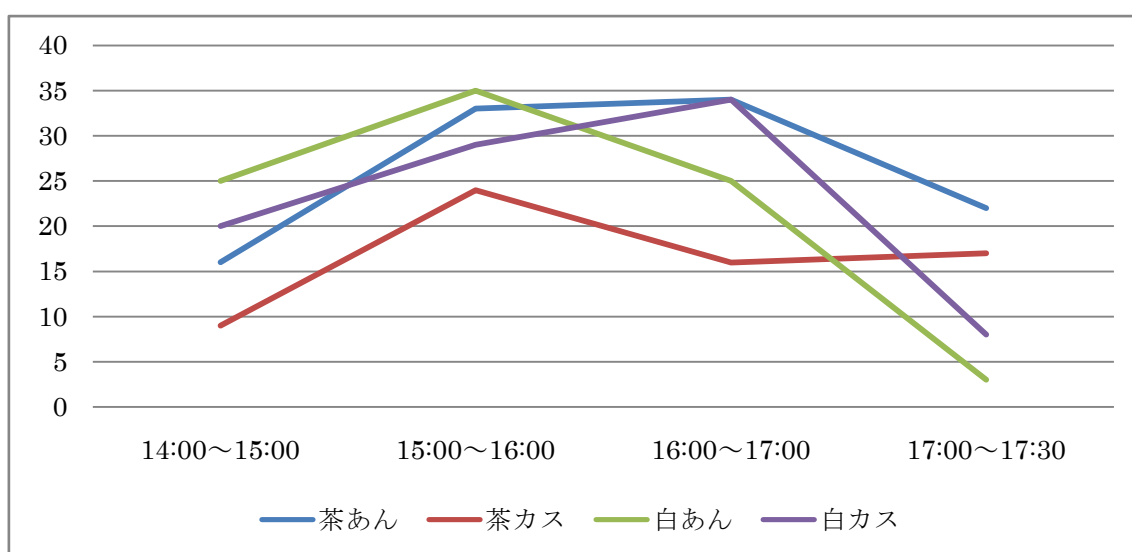
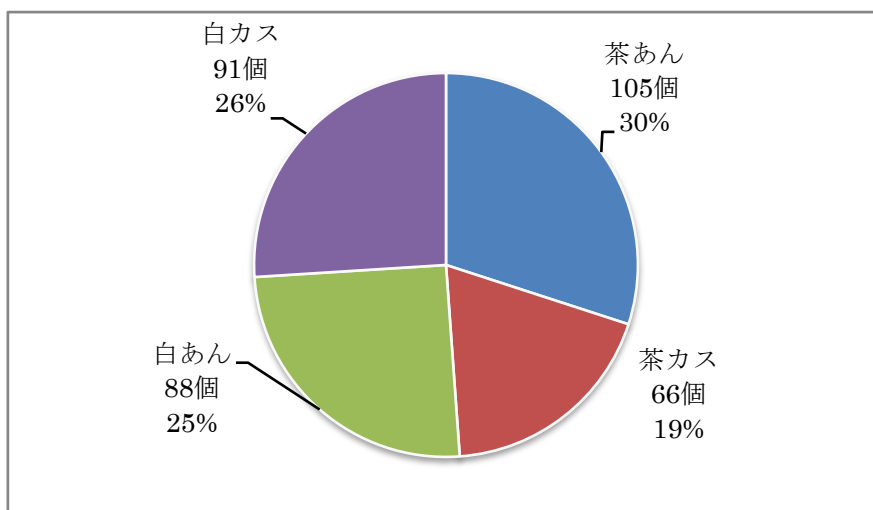
（ア） 時間帯別



最も売れた時間帯は 15:00～である。来場者数は、午後がピークであるため、ピークの時間

に合わせて需要が集中したと考えられる。次いで売れた 16:00～は、おやつ時であったことが起因し売れたのではないかと考えられる。一方 14:00～の時間帯に売れなかったのは始まった時間であり、製造が追いつかなかったことが影響していると推測され、17:00 以降に売り上げが落ちたのは最後の時間であり、鯛焼きの製造をストップしたことが要因にあげられる。

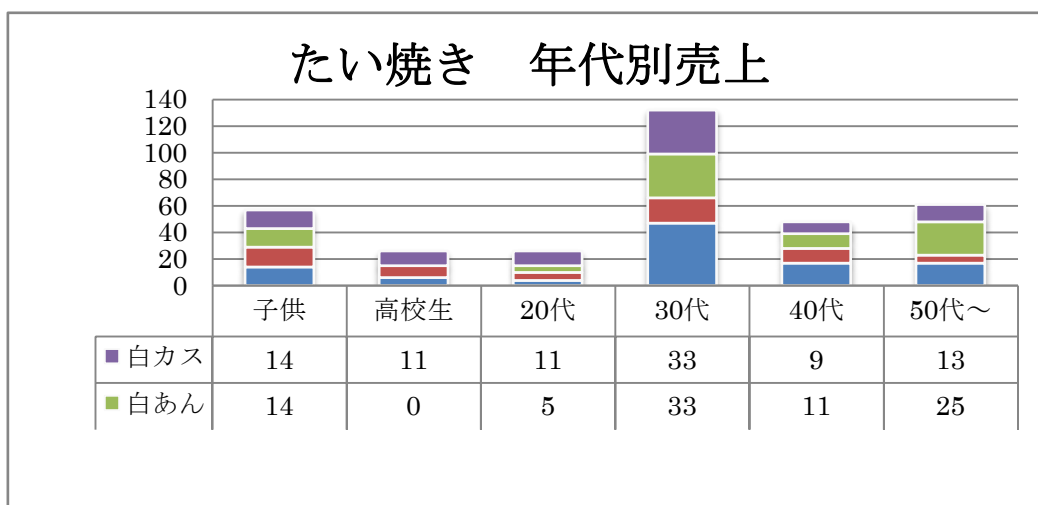
(イ) 種類別



鯛焼きの色別の売上を見ると茶色の鯛焼きと白い鯛焼きはどちらも同くらい売れているという結果だった。われわれの予想では、茶色の鯛焼きの方が売れているのではないかと考えていたが、近年は白い鯛焼きの認知度も高まっていて人気があるのだなと感じた。

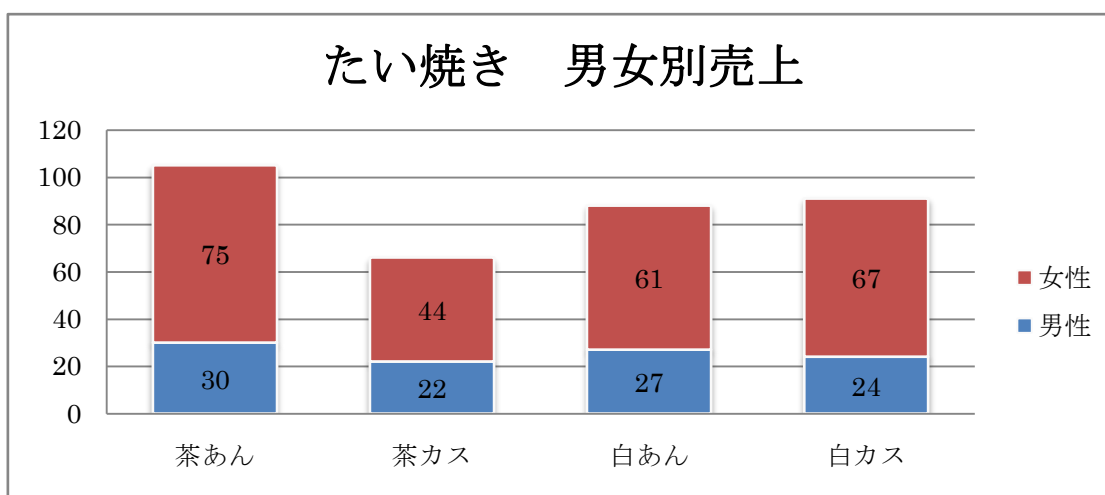
茶色の生地のだんごの鯛焼きは1日を通してみてもほぼ均等に売り上げており、人気の高い商品であることが分かる。ついで白い生地のカスタードがよく売れている。

(ウ) 年代別



年代別グラフより、どの年代にも茶色のあんこは人気があったと言える。また、30代の購買者が非常に多いことが分かる。調査にもまとめて買っていく購買者が多く、家族の代表として複数購入したのではないかと考察できる。ついで、小学生の子供と50代以上の購買者が多かったことが読み取れる。地域コミュニティのつながりの役割を果たす担い手の来場者が多かったことが伺える。

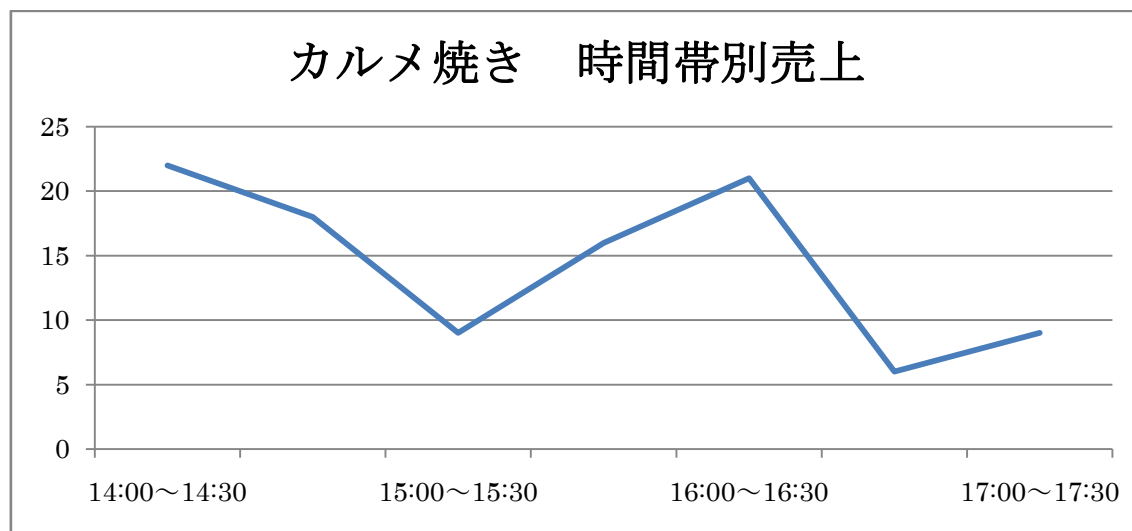
(エ) 男女別



男女別でみると、どの鯛焼きも女性の方が購買者が多いことが分かる。この結果から男性に比べて女性に対してタイ焼きの人気が高いことが分かる。

5. カルメ焼きの販売結果

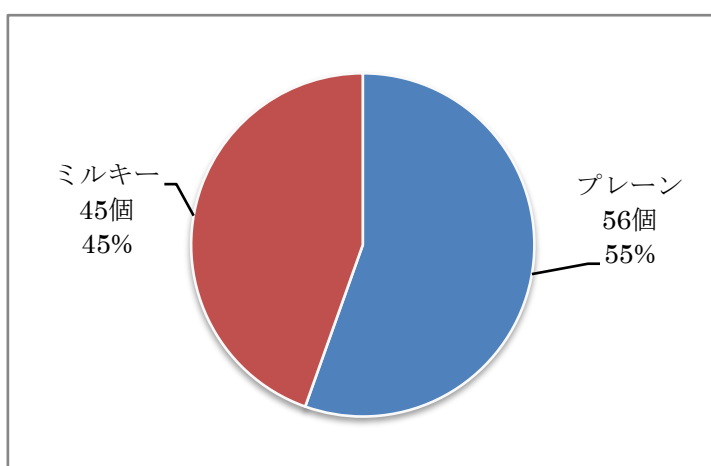
(ア) 時間帯別

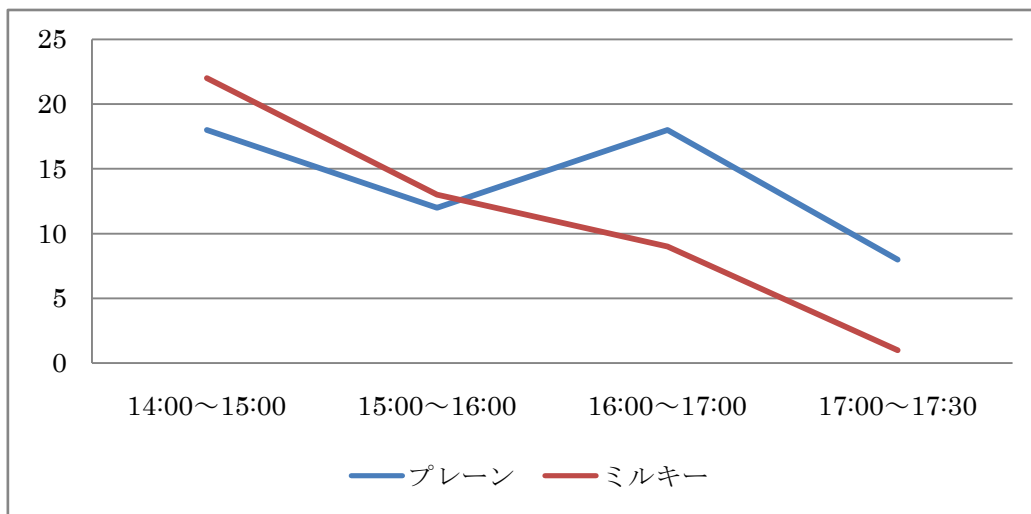


カルメ焼きは、たい焼きを売り始める前に販売を開始したため最初の方に売れた個数が多いになっている。

また、在庫作りを2週間前から行っていたため、プレーン味とミルクィ味ともに約30個ずつ用意できていた。しかし、後半は在庫がきれ、ミルクィ味は失敗作が多かったため、販売を円滑に行うことができなかった。

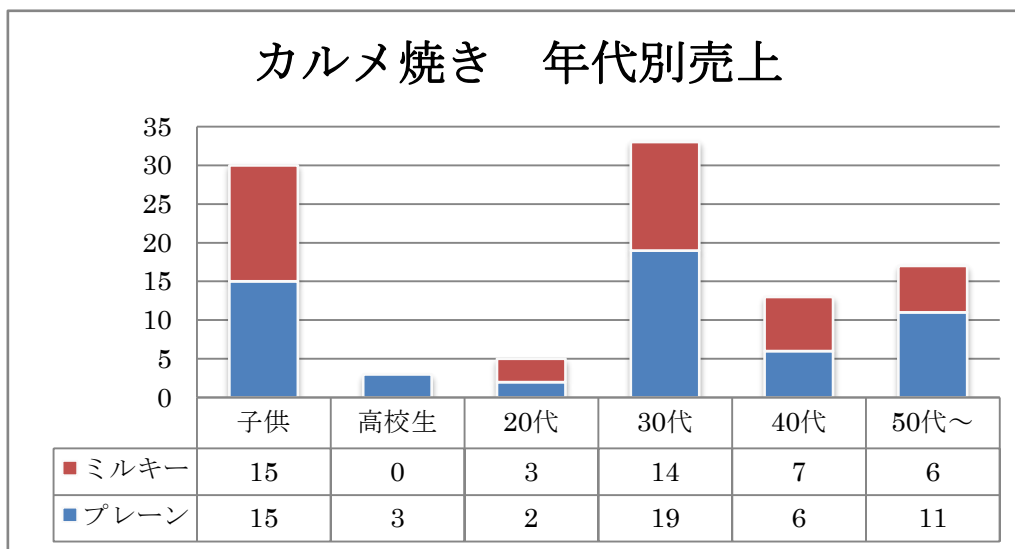
(イ) 種類別





割合はほぼ半分ずつであり、販売直後がピークであったことが分かる。試食と実演により購入を決めた購買者が多くいた。

(ウ) 年代別



カルメ焼きの購買者には大きな偏りが生じた。カルメ焼きを多く買った世代は小学生の子供と 30 代が多かった。砂糖と水で大きなかたまりに変容するカルメ焼きに興味をもつ子供が多かったのが印象的である。また、親子連れで、子供にカルメ焼きを買ってあげる親も多かった。一方で、高校生や 20 代の若者層には人気が無かったのも特徴である。

④会計報告

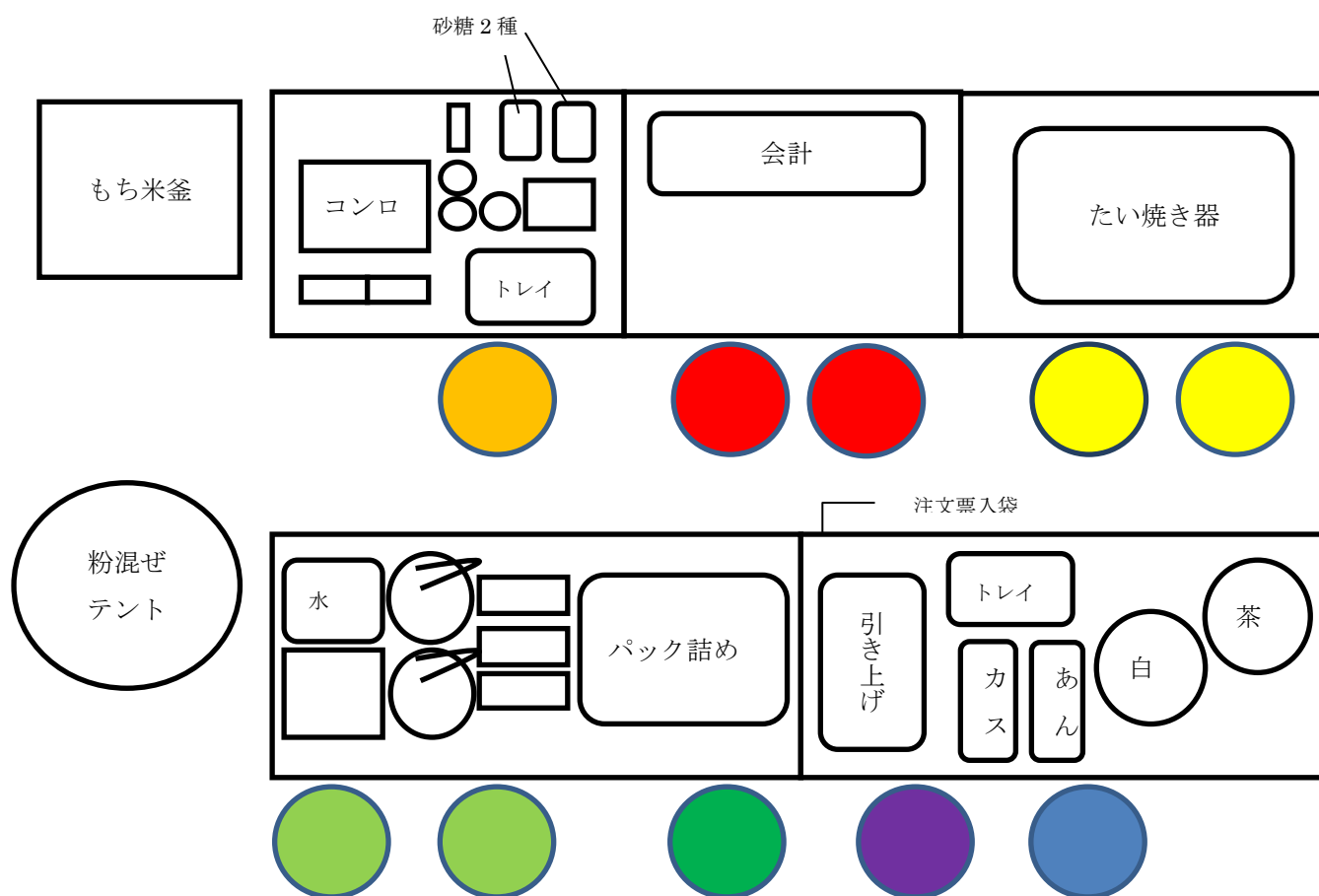
利益			
	売上高	54590円	
	消費した材料費	28569円	
	利益	26021円	
商品別売上高			
商品名	単価	売上数量	売上
タイ焼き(茶あん)	130円	105個	13650円
タイ焼き(茶カス)	130円	66個	8580円
タイ焼き(白あん)	130円	88個	11440円
タイ焼き(白カス)	130円	91個	11830円
カルメ焼き(プレーン)	90円	56個	5040円
カルメ焼き(ミルク)	90円	45個	4050円
材料費内訳			
材料	数量	値段	
茶粉	10kg	3710円	
白粉	7kg	2597円	
あんこ	10kg	3650円	
カスタード	6kg	3828円	
バーガー袋	205枚	615円	
ポリパック	50個	150円	
ビニール袋	50枚	100円	
卵	2パック	220円	
ゴミ袋	2袋	596円	
除菌シート	4個	842円	
クレープ	2個	536円	
重層	2袋	256円	
ザラメ	2袋	596円	
グラニュー糖	1袋	248円	
アルミホイル	1個	78円	
カルメラッピング袋	9袋	945円	
アルコールスプレー	2個	796円	
養生テープ	3個	1290円	
ラップ	1個	78円	
ガスボンベ	1個	298円	
プロパンガス	* * kg	7140円	
合計		28569円	

(2) 根津・千駄木下町まつり

①総務班報告

1) 店舗レイアウト

【1日目】 レイアウト



【たい焼き】

・焼き手/2人 ・パック/3人 (あんこカスタード担当・羽切り・パック詰め各1人)

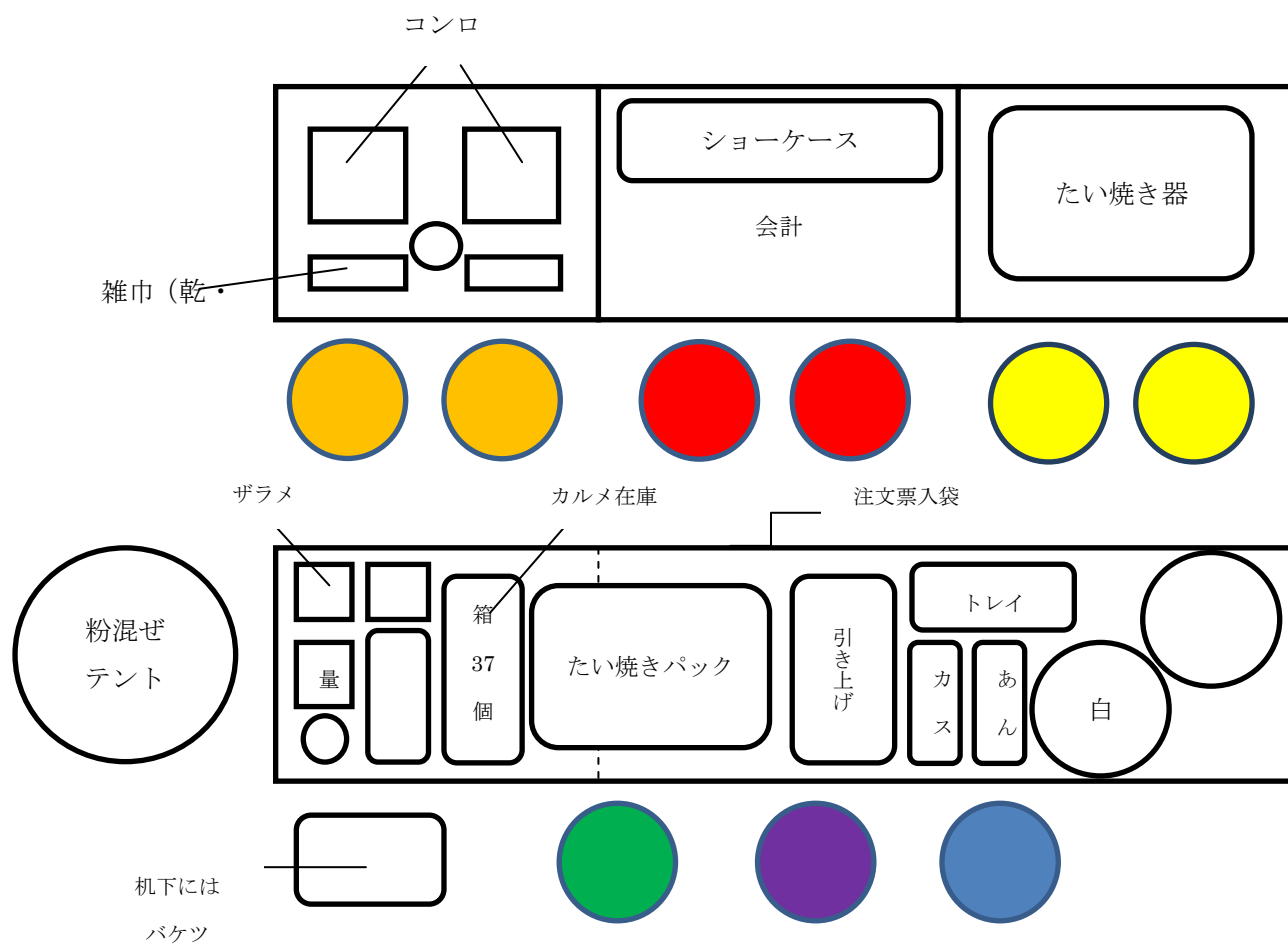
【おもち】

・引き上げ～味付け/2人 ・(パック詰め/1人)

【カルメ焼き】 準備～焼き/1人

【会計】2人

【2日目】 レイアウト



【たい焼き】

・焼き手/2人 ・バック/3人 (あんこカスタード担当・羽切り・パック詰め各1人)

【カルメ焼き】準備～焼き /2人

【会計】2人

2) 必要な機材・材料類

必要な機材・材料類

前日からレンタカーを借りて、必要な機材、材料を積んでおくと当日慌てなくて良い。
準備の効率化を図るため、また忘れ物防止のために持ち物リストを作成する。なお、材料は賞味・消費期限に気をつけ、不足分がないように配慮した。

①たいやき

ア、焼き台スペース

- | | |
|--|-----------------------------------|
| ☐ 焼き台・鉄板 | ☐ ビニールの手袋 |
| ☐ 防風板 | ☐ バーガー袋 |
| ☐ 遮熱板 | ☐ パック |
| ☐ アルミホイル | ☐ 輪ゴム |
| ☐ ガス | ☐ たいやきスタンド |
| ☐ ガスのパイプ | ☐ 棚 |
| ☐ ネジ・L 字 | |
| ☐ 種落とし×2 | ウ、たいやき材料 |
| ☐ 種落としを入れる容器×2 | ☐ 茶たい粉 |
| ☐ スパチュラ×2 | ☐ 白たい粉 |
| ☐ スパチュラを入れる容器×2 | ☐ あんこ |
| ☐ ブラシ | ☐ カスタード |
| ☐ ラード×2 | |

イ、たいやきバックスペース

- ☐ 粉混ぜ用テント
- ☐ あんさし×2
- ☐ カスタードさし×2
- ☐ ヘラ×4 (あん 2 カス 2)
- ☐ 区切り機
- ☐ トレー×6
- ☐ バケツ×3
- ☐ ふるい
- ☐ ドリルセット
- ☐ ビーター
- ☐ 計量カップ
- ☐ 柄杓×2
- ☐ 軍手
- ☐ はさみ×2

②カルメ焼き

ア、カルメ焼き作業スペース

- ☐ ガスコンロ
- ☐ ガス
- ☐ おたま×4
- ☐ かき混ぜ棒×3
- ☐ 電子はかり
- ☐ 水はかり
- ☐ 水さし
- ☐ 温度計×2
- ☐ バケツ
- ☐ ふきん×4
- ☐ 温度計を入れる容器
- ☐ ラッピング
- ☐ マドラー

イ、カルメ焼き材料

☐ ザラメ

☐ ミルキー（グラニュー糖とクリープを混ぜたもの）

☐ 水

☐ 重曹卵（重曹と卵白を混ぜたもの）

※ザラメとミルキーは現場で量る必要のないように 30g ずつ小分けしておく

⑤店舗レイアウト

☐ 前垂れ

☐ 前垂れを止めるクリップ

☐ 価格表

☐ 価格表を止める安全ピン ☐ 横断幕

☐ 大学旗

☐ 旗竿

③会計

☐ 金庫

☐ 電卓

☐ タイマー

☐ 会計一覧表

☐ 注文票

☐ ショーケース

☐ 集計表をまとめる袋

④共有物

☐ テーブル（大×3、小×4）

☐ 白シート（大×1、3分の1に切ったもの×3）

☐ 段ボール（あらかじめテーブルの大きさに切っておいたもの）

☐ 工具箱

☐ 養生テープ

☐ ごみ袋

☐ アルコール

☐ 除菌シート

☐ 消化器

3) 根津・千駄木下町まつりのシフト

1日目シフト

	たい焼き	たいバック	カルメ	会計	監督	休憩
9時～10時	吉野 岡本	1會田 2山田 3三浦	坂本	金井	上野	菅原 河上 山村 奥川 新井 山口 今井 堀江 徳田 手塚
10時～11時	吉野 岡本	1會田 2奥川 3三浦	坂本	徳田 金井	堀江	菅原 河上 山田 山村 新井 山口 今井 上野 手塚
11時～12時	河上 菅原	1山口 2山村 3奥川・新井	今井	上野 徳田	吉野 手塚	岡本 三浦 山田 會田 坂本 堀江 金井
12時～13時	河上 菅原	1山口 2山村 3奥川・新井	今井	上野 徳田	岡本 手塚	吉野 三浦 山田 坂本 堀江 會田 金井
13時～14時	河上 菅原	1山口 2山村 3山田・新井	堀江	上野 徳田	坂本 手塚	岡本 吉野 三浦 奥川 今井 會田 金井
14時～15時	岡本 菅原	1山口 2山村 3山田	堀江	金井 會田	今井	吉野 河上 三浦 奥川 新井 坂本 上野 徳田 手塚
15時～16時	吉野 河上	1奥川 2山田 3三浦	今井	金井 會田	新井	岡本 菅原 山村 山口 坂本 堀江 上野 徳田 手塚

2日目シフト

	たい焼き	たいバック	カルメ	会計	監督	休憩
9時～10時	河上 岡本	1徳田 2金井 3山田	坂本 新井	手塚	上野	吉野 菅原 三浦 山村 山口 會田 奥川 今井 堀江 一條
10時～11時	河上 岡本	1奥川 2金井 3山田	坂本 新井	一條 手塚	三浦	菅原 吉野 徳田 山村 山口 會田 今井 堀江 上野
11時～12時	吉野 菅原	1山口 2山村 3三浦・會田	今井 堀江 新井	一條 上野	岡本 手塚	河上 山田 徳田 金井 坂本 奥川
12時～13時	吉野 菅原	1山口 2山村 3三浦・會田	今井 坂本 堀江	一條 上野	岡本 手塚	河上 山田 金井 新井 奥川 徳田
13時～14時	河上 岡本	1山口 2山村 3三浦・會田	今井 坂本 新井	上野 奥川	徳田 菅原	吉野 金井 堀江 一條 手塚 山田
14時～15時	河上 吉野	1會田 2徳田 3山田	堀江 金井	一條 奥川	山口	岡本 菅原 三浦 山村 今井 新井 上野 手塚 坂本

※たいバック 1 あんこ・カスタード 2 はね切り 3 パック詰め

- ・ 11 時～14 時をピークの時間帯と設定し、その 3 時間を中心に全体のシフトを考えた。また、ピークの時間帯はなるべく交代をしないようにした。(特にたいバックと会計)
- ・ 混雑した際のお客さんの誘導係を兼ねて、店舗全体を見渡して指示を出したり、各役割のヘルプに入ったりする「監督」という役割を設けた。

4) 需要予測

出店ごとに去年の報告書を参考に需要予測し、発注した。

●参考●

茶粉 1kg で 25 個分、白粉 1kg で 20 個分

あんこ 1 袋で 20 個分、カスタード 1 袋で 25 個分

例えば…

根津・千駄木下町まつりの二日間で 1000 個ずつ売れると予想…

茶たい焼きと白たい焼きそれぞれ 500 個ずつ売れると仮定した場合

- ・茶粉→20kg 必要

- ・白粉→25kg 必要

あんことカスタードそれぞれ 500 個ずつ売れると仮定した場合

- ・あんこ→25 袋必要

- ・カスタード→20 袋必要

これをもとに、少し多めに発注した。

5) 機材の設置及び撤収作業、当日スケジュール

機材の設置作業では、当日の朝慌ただしくならないよう、何がどこにあるかをチェックし、前日に準備を完了させた。たい焼き、カルメ焼き、サイン類、パックやビニールなどの各種道具等をそれぞれ仕分けし、かごに入れておくと便利であった。そして、前日に借りたレンタカー（1 台）に必要な機材類を大きいものから積み、当日の朝すぐ現地に向かえるように学校内の駐車場に停めておいた。

撤収作業では、使い終わった機材を撤収し、あらかじめ決めた洗い物担当者が先に学校へ戻り、洗浄作業を行った。1 日目で店舗に置いて残していけるものは汚れを拭き取り、そのまま残しておき、それ以外のものは残っている人で持ち帰って洗浄した。

①根津・千駄木下町まつり 1 日目設置手順

- 1、白シート、準備台、焼き台、会計台
- 2、サイン類、横断幕
- 3、各種機材
- 4、材料類

以下 1 日目設置・運搬の詳細

- 1、白シート 3 枚（下に敷くもの・会計台・準備台）、会計台、焼き台（たい焼き）、ガスコンロ（カルメ焼き）、焼き台に付けるスパチュラ・種落としの容器類、遮熱版、焼き台パイプ、防風板、段ボール 2 枚
- 2、前垂れ、前垂れを止めるクリップ類、サイン類、東洋旗、旗支柱
- 3、ガスホース、ショーケース、保温箱、メニュー表、工具箱、ビニール袋（注文票入れ）、アルミホイル、バケツ 5 個、ドリルセット、ビーター、ふるい、計量カップ、たい焼きスタンド、トレイ 6 枚、あんさし 2 つ、カスタードさし 2 つ、ヘラ 4 つ、区切り器

*アルコール除菌を必ずすること

- 4、たい焼き材料、カルメ焼き材料、ラード、布巾、手さげビニール袋、輪ゴム、パック類（たい焼き→白い紙、パック カルメ焼き→ラッピング袋）、ゴミ袋、注文票、電卓、会計箱、会計一覧表

②根津・千駄木下町まつり 1 日目撤収作業

- 1、洗浄するもの
- 2、余った食材、持ち帰る機材

以下 1 日目撤収作業の詳細

- 1、バケツや種落としなど、使わなくなったものから撤収し、学校で洗浄（洗い物担当者 4 人）
- 2、余った食材、持ち帰る機材の撤収
→2 日目に使うもの、洗う必要のない機材（鉄板など）、サイン類は店舗に置いていく

*学校に着き次第、総務グループは、2 日目の材料やパックなどの補充準備を行う

③根津千駄木下町まつり 2 日目設置手順

- 1、各種機材
- 2、たい焼きの材料、カルメ焼きの材料
- 3、補充パック類、補充ビニール類、補充注文票類

＊ 1 日目同様に設置

④根津・千駄木下町まつり 2 日目撤収作業

- 1、洗浄するもの
- 2、焼き台の片付け
- 3、ゴミ収集
- 4、各種機材
- 5、サイン類、横断幕、前垂れ、白シート、準備台、焼き台、会計台

以下 2 日目撤収作業の詳細

- 1、1 日目同様、使い終わったものから撤収、学校で洗浄
- 2、焼き台は冷めてきたら解体し始める
- 3、ゴミは運営側が収集してくれるため、まとめておく
- 4、レンタカーに積む大きな機材以外は手分けして学校へ持って行き、各種機材は所定の位置へ戻す
- 5、白シート・段ボールは廃棄
テーブルの汚れを拭き取り、除菌して解体

◎当日スケジュール◎

1日目

- 07:40 学校組集合
- 08:00 根津神社集合
学校組が到着し次第、荷物を降ろし屋台設置開始
- 09:15 設置終了、集合写真撮影！
- 09:30 カルメ焼き販売開始(^o^)
- (10:00 たい焼きはストック出来次第販売開始)

～シフト通りにそれぞれ活動！調査アンケートも忘れずにやろう(^o^)～

- 15:30 洗い物担当の人は学校へ移動
- 16:00 おまつり1日目終了、片付け
- 18:00 打ち上げ(^o^)♪(^o^)
- 20:00 解散 2日目もがんばろう！

2日目

- 08:30 根津神社集合、準備開始
- 09:30 カルメ焼き販売開始(^o^)
- (10:00 たい焼きはストック出来次第販売開始)

～シフト通りにそれぞれ活動！2日目も楽しもう(^o^)～

- 15:30 洗い物担当の人は学校へ移動
- 16:00 おまつり2日目終了、片付け
- 18:00 打ち上げ(^o^)♪(^o^)♪(^o^)
- 20:00 解散 お疲れさまでした！！

4) 反省点

会計、バック、たい焼き焼き手の連携

- ・ 注文を受けてからお客様を 10 分以上待たせてしまうケースが目立った
→注文を受けたら逐一、たい焼き焼き手は何を作ればよいのかをバックに確認すること。

機材を学校に忘れてしまった

- ・ たい焼き粉のふるいを学校に置いてきてしまって、たい焼き作業が進まなかった
→おまつり前日には入念に持ち物リストをチェック

※ 前日作業で機材を使うことも多くある。それらの機材は忘れやすいので要注意！

○良かった点！

- ・ 当日の店舗セッティングが 1 時間以内に完成したこと！
→前日準備、セッティング役割分担を行ったことが功を奏した。
- ・ 混んでいる状況の中でもうまくお客さんを誘導することができた。
- ・ 元気に大きな声で呼び込みをすることができた。
→毎年恒例のお客様も！ 「大学生が出店してます！」などの宣伝をすると以外と興味を持ってくれます。

×悪かった点

- ・ 休憩の人が呼び込み用のサインなどを持ち歩けば、宣伝効果がさらに上がった気がします。
- ・ ゼミ生が店舗の前に立ってしまって販売の妨げになってしまうことが何度かありました。
→お客様の立場になって行動しよう！

②広報班報告

広報班では、店舗に貼りつけるサインや、メニュー表の作成を行う。また、当日の貼り付け作業や前垂れ、大学旗の取り付け作業も行う。

1) サイン

販売商品及び、会計・受け渡しの場所を示すために、店舗の上部と前垂れ部分につける。

作成物 : サイン (商品名、価格、味の種類、キャッチフレーズ)
受付・会計案内
売り切れ表示 (売り切れ商品のサインの上に貼りつける)
カルメ焼き販促 (試食用のケースに取り付ける)

作成方法 : word で作成したものを A4 で分割印刷して A3 サイズになるように貼り付け、ラミネートをした。サインはそれぞれ前垂れに貼る用と上に貼る用の 2 枚を用意する。前垂れ用は安全ピンで取り付けるため、上部にはパンチで穴を開けておく。

今回の出店事業では前回と同様の「たいやき」「カルメ焼き」については前回のものを使用し、新たに「おもち」のサインを作成した。(図 1)

また、前回の白山上地域活性化出店事業においてカルメ焼きの試食が好評だったため、試食コーナー及び味の種類を示すサインを作成した。(図 2)



図 1 : おもちサイン

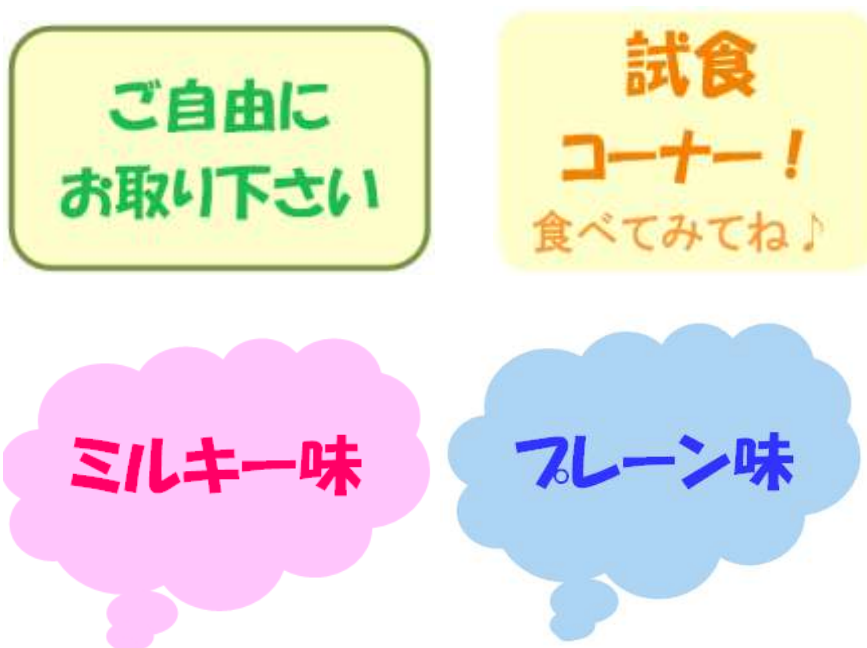


図2：カルメ焼き販促サイン

2) メニュー表

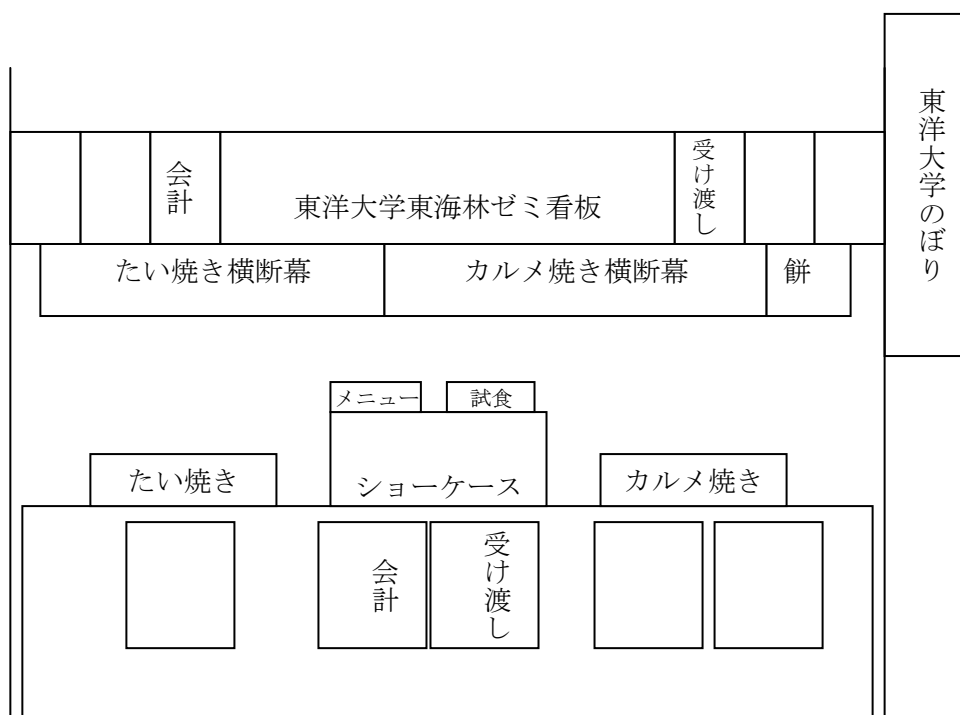
メニューと価格を表示し、レジのショーケース上に配置する。注文時にお客様に見ていただくことを想定して作成する。

作成方法：word で作成したものをラミネートし、アクリルケースにはさむ。

—MENU—			
茶たいやき	¥130	カルメ焼き	¥100
・あんこ		・フレーン	
・カスタード		・ミルキー	
白たいやき	¥130	おもち	¥200
・あんこ		・あんこ	
・カスタード		・大根おろし	

3) 店舗外観

準備物：サイン類（各商品分、会計・受け渡し、売り切れ、準備中、カルメ販促物）、
前垂れ用布、メニュー表、アクリルケース、横断幕（たい焼き、カルメ焼き、
餅）、大学旗（旗、取り付ける棒）、クリップ、養生テープ



4) 作成に当たっての留意事項

全体的なコンセプトとして、“学生らしさ”をアピールするために明るい色を使用し、読みやすい文字の大きさや、親しみを感じられるフォントの使用に留意した。

今回は、前回の白山上地域振興協力事業時の販売内容に加わった「おもち」のサイン、メニュー等を新しく作成した。また、本事業では商品が売り切れることが予想されたことと、前回の反省から売り切れサインの作成を行った。

5) 反省点

「おもち」が増えたことによって、全体の色が増えて一体が無くなってしまった。どの項目を目立たせたいのかが分かりづらくなってしまい、パッと見た時に人の目を引くことができるデザインでなかった。サインに関しては、商品名と価格だけでも良かったのではないかとの意見が出た。

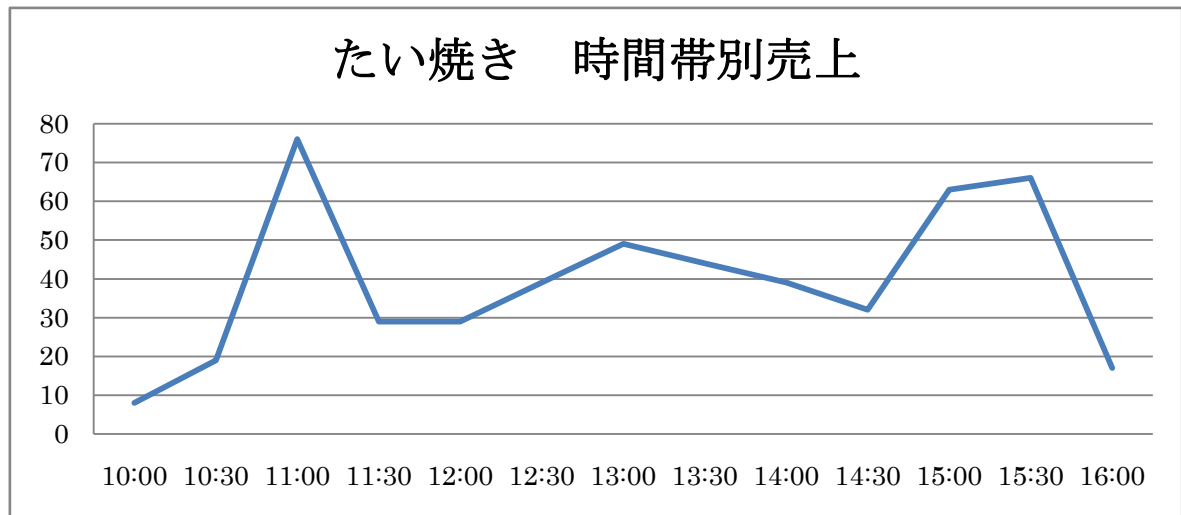
③調査班報告

1) 出展事業報告

<販売結果>

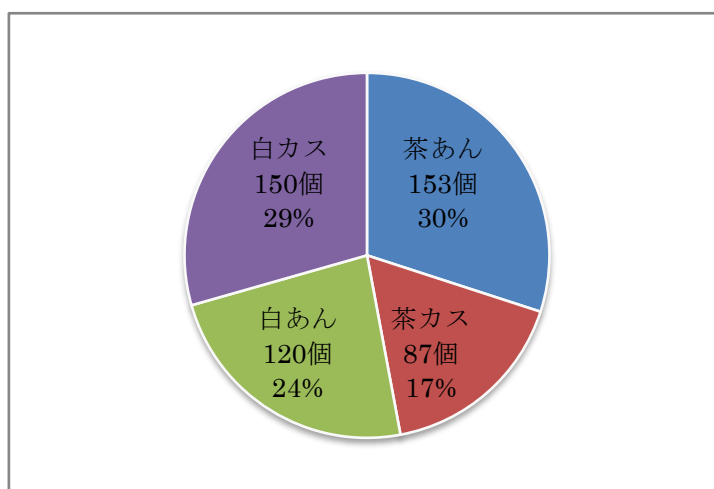
ア. 1日目のたい焼き販売結果

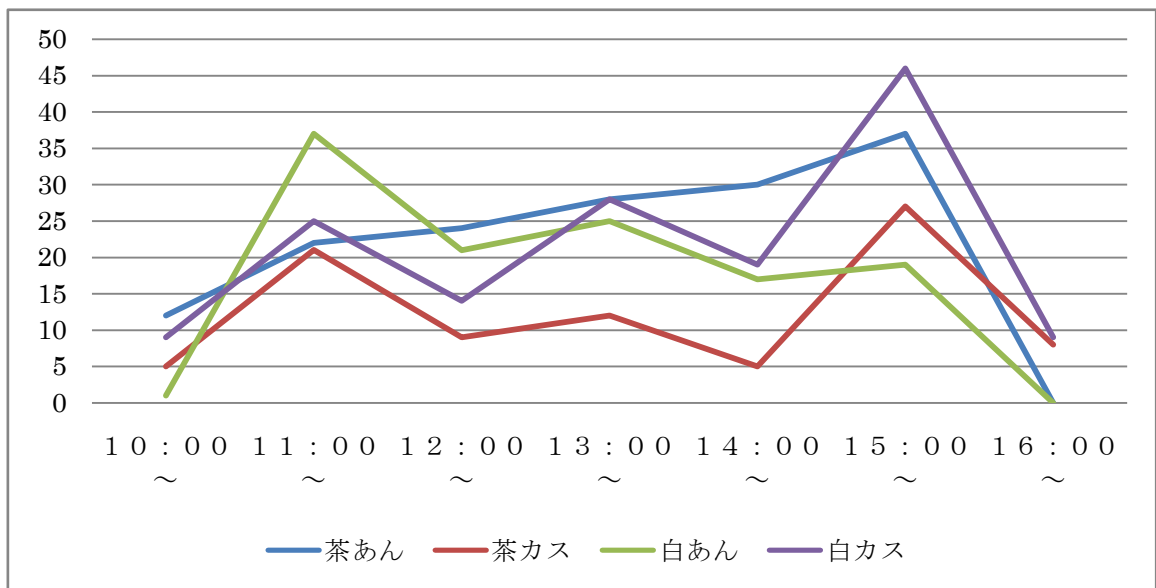
(ア) 時間帯別



下町まつり 1 日目は 9 時半から開始されたが、たい焼きは焼く準備に時間を要したため、10 時から販売を行なった。最も売れた時間帯は 11 時であり、次いで 15 時半が多かった。11 時半から売上が減った理由の 1 つとして餅の販売が開始されたためであると推測できる。また、餅の販売が終了するとたい焼きがよく売れた。

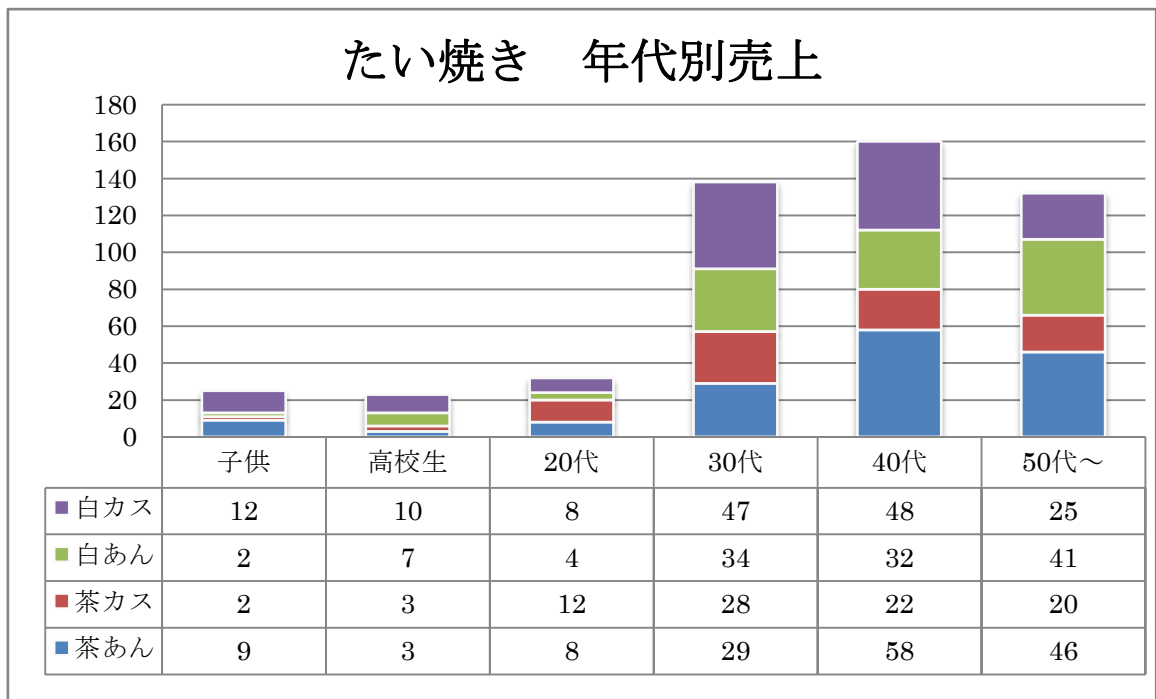
(イ) 種類別





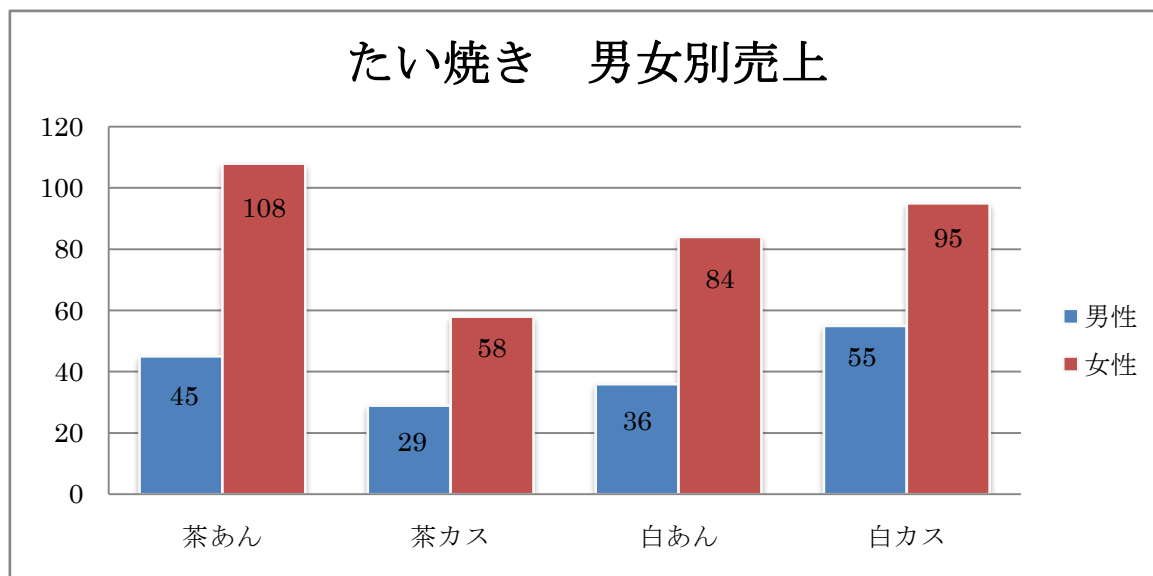
種類別にみると、茶色の生地のおあんこが最も売れており、次いで白い生地のカスタードが売れている。時間でみると、それぞれの時間帯で波が大きいことが読み取れる。

(ウ) 年代別



たい焼きを最も購入した世代は 40 代である。次いで 30 代、50 代によく売れた。あんこはどの世代にもよく売れているが、カスタードは若い世代からの支持が大きいと分かった。

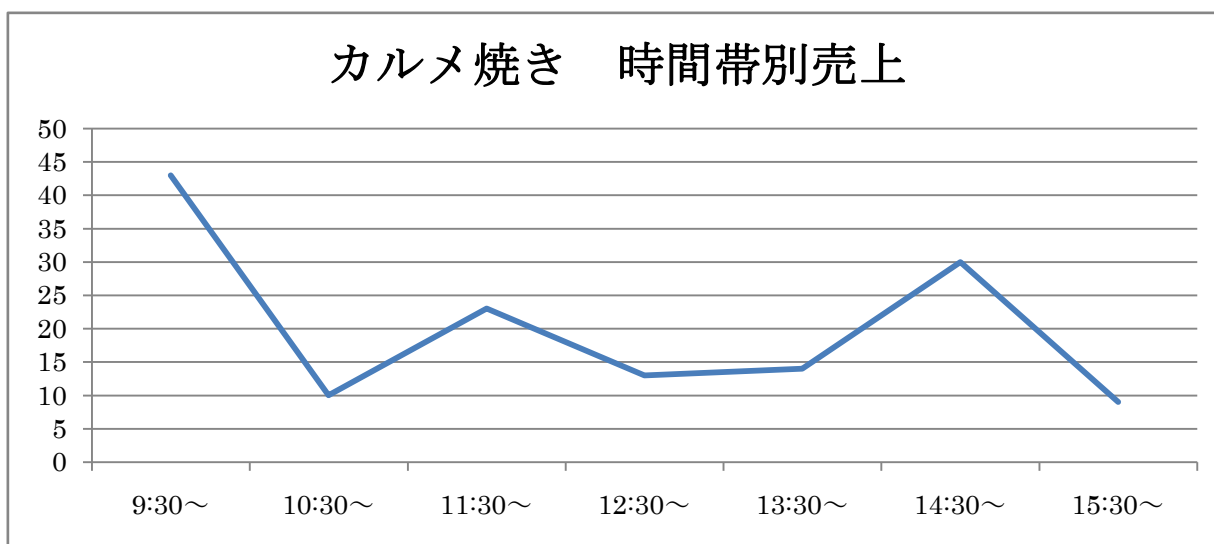
(エ) 男女別



男女別にみると、どの種類の味も女性の方が多く購入したことが読み取れる。男性に最も人気のあった味は白い生地のカスタードであり、女性に最も人気のあった味は茶色の生地のだんごである。

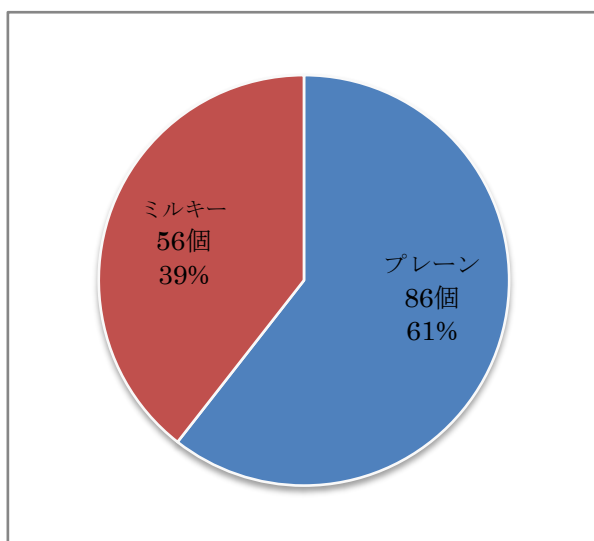
イ. 1日目のカルメ焼き販売結果

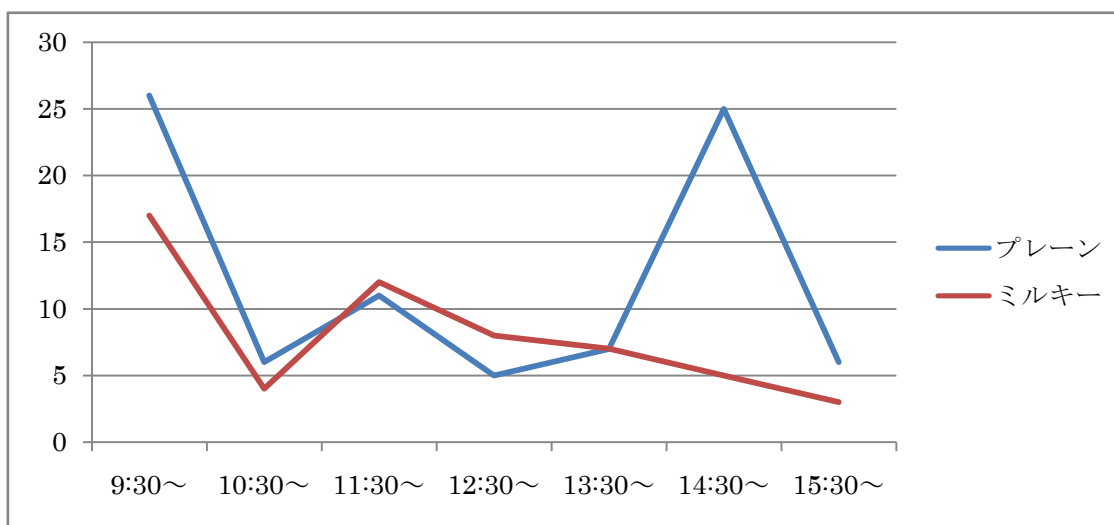
(ア) 時間帯別



カルメ焼きが最も売れた時間帯は9時半～10時半の間である。まだ、他の店舗が開店しておらず、たい焼きも餅も販売を開始していなかったため、売上が最も伸びたと推測できる。

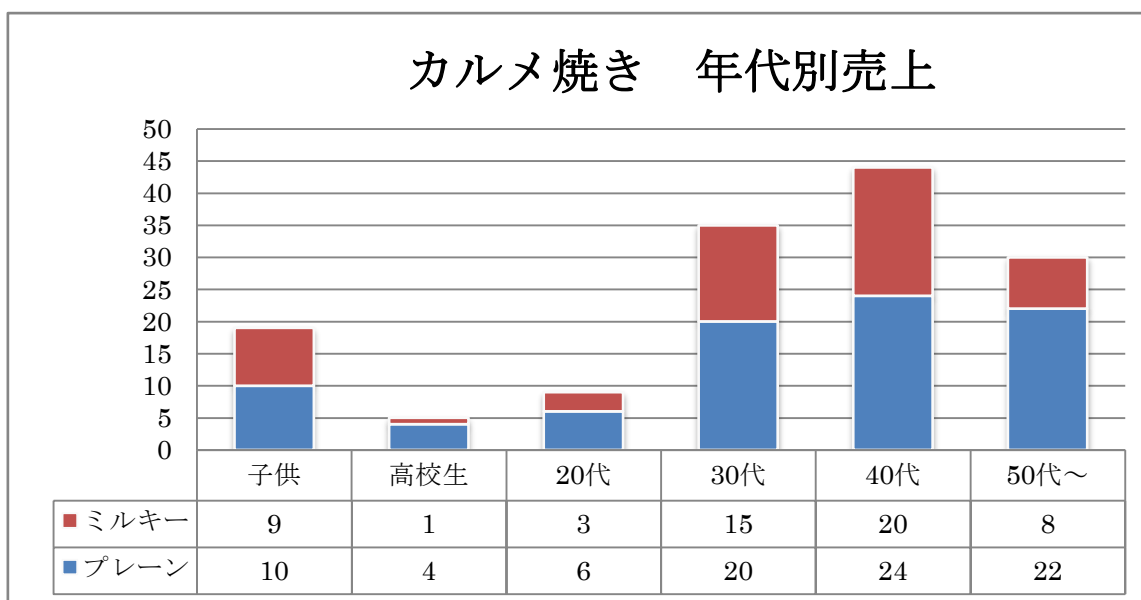
(イ) 種類別





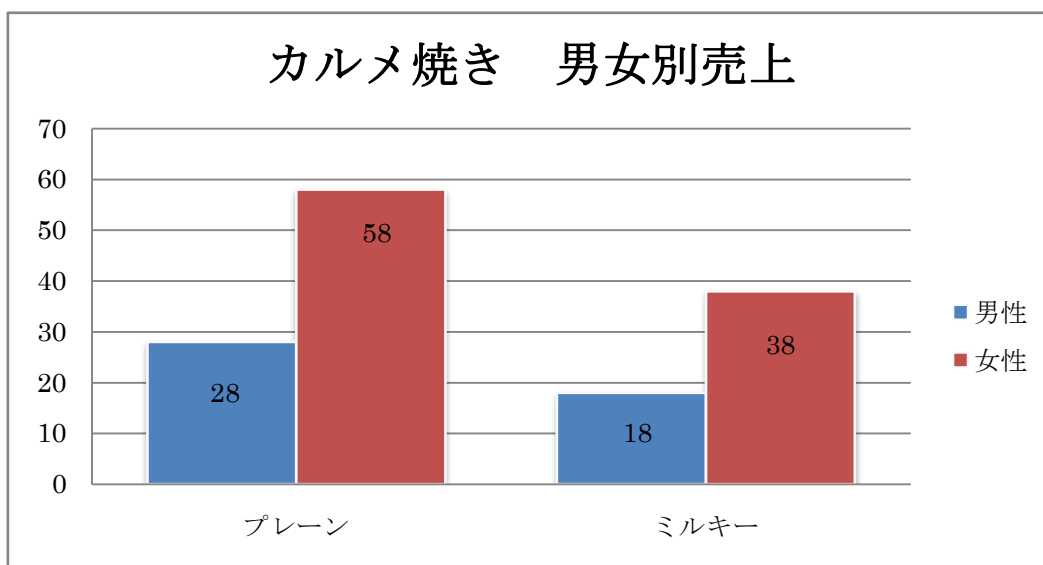
種類別にみると、プレーン味が61%、ミルキー味が39%でプレーン味がよく売れた。在庫を約150個用意したため、在庫不足には陥らなかった。また、9時半に次いで14時半からプレーン味の売上が伸びたのは、おやつに購入した利用客が多かったのではないかと考える。

(ウ) 年代別



最も売れた世代は40代、次いで30代、50代である。30代、40代の利用客の多くは子供に買い与えていたケースが多かった。高校生や20代からの人気は低かったが、懐かしんでカルメ焼きを楽しむ大人が多かったことが印象に残っている。

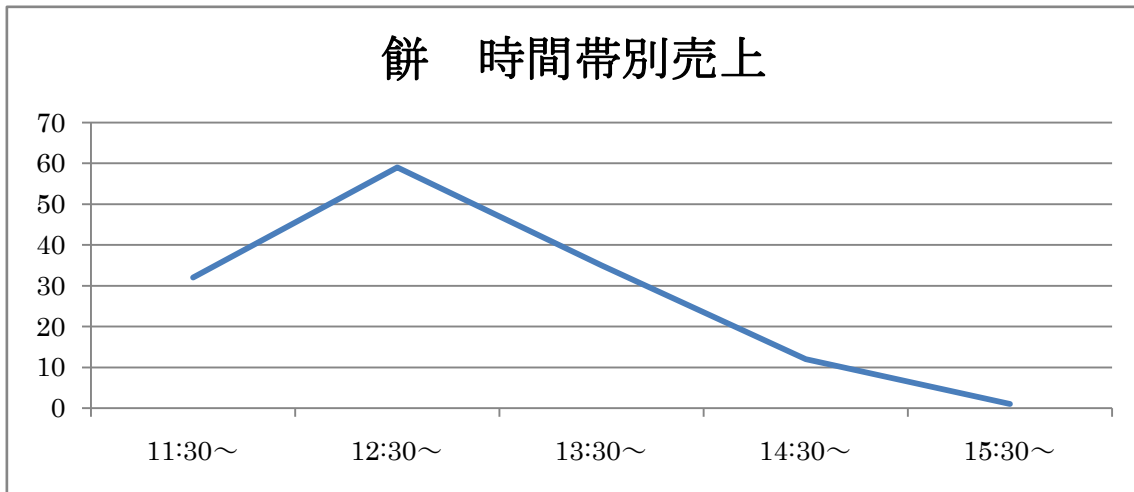
(エ) 男女別



カルメ焼きもたい焼きと同様に、女性の利用客が多かった。また、カルメ焼きを購入した子供たちは男子が多くみられた。

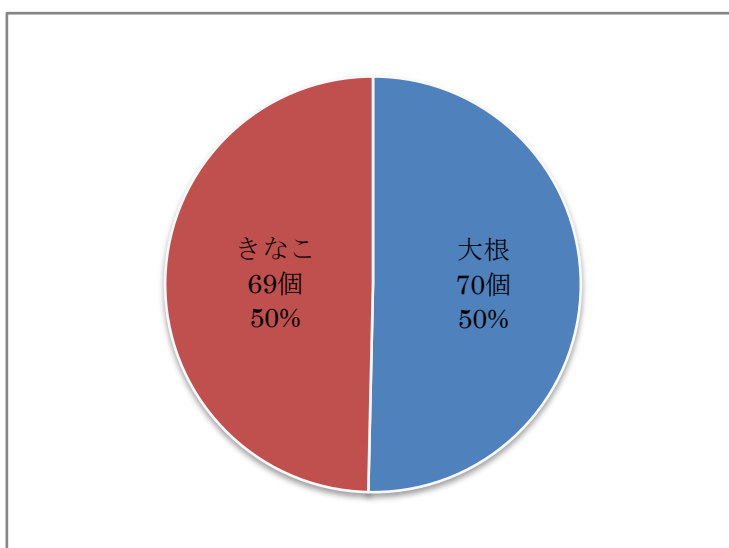
ウ. 1日目の餅販売結果

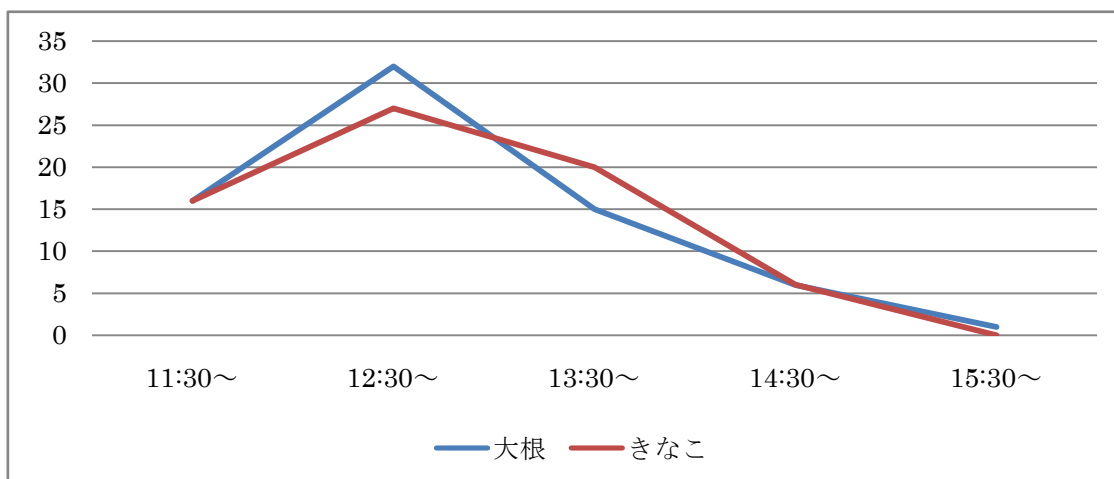
(ア) 時間帯別



餅は、11時から準備を始め、11時半から販売を開始した。販売開始から人気が高く、よく売れていることが読み取れる。需要予測から、販売時間を限定して販売したが、利用客からの人気も高く、販売時間を増やしたら更なる売上が期待できたと考える。

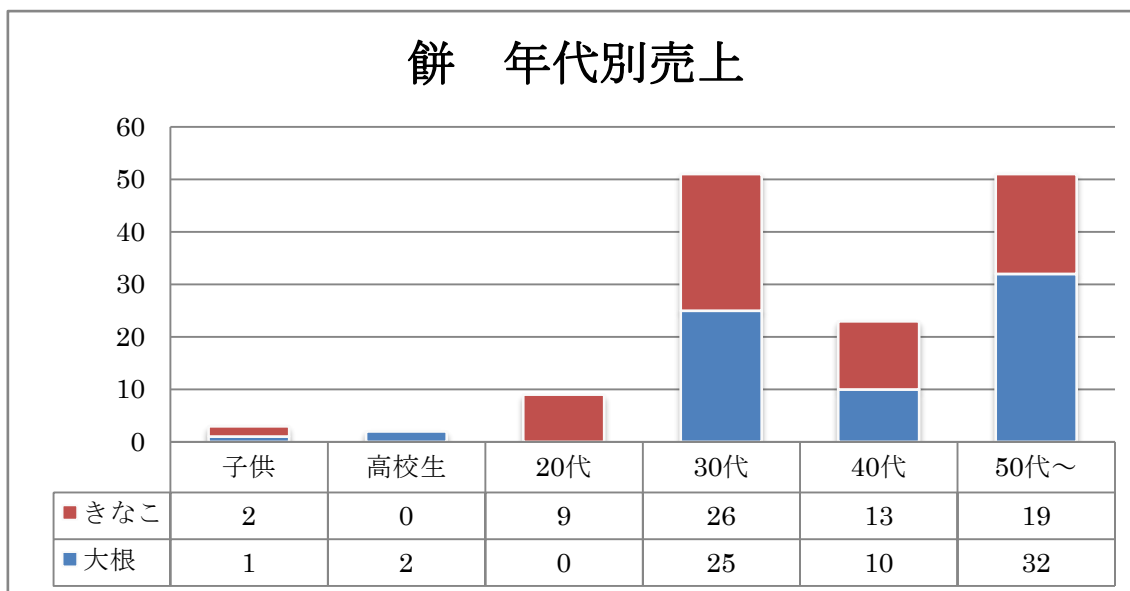
(イ) 種類別





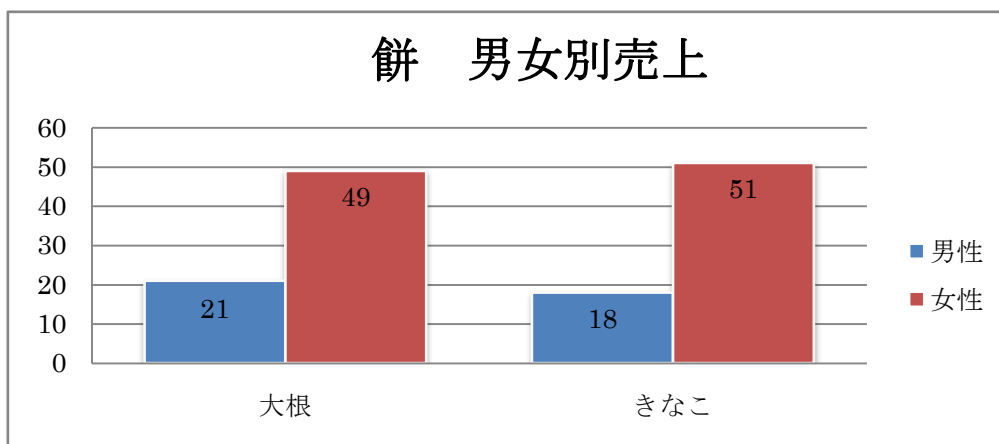
大根もきなこもほぼ同量のパックを用意したため、最終的な売上は大差が無かった。しかし、時間帯によってお昼は大根のからみ餅がよく売れ、お昼過ぎは、甘いきなこ餅が売上げを伸ばした。

(ウ) 男女別



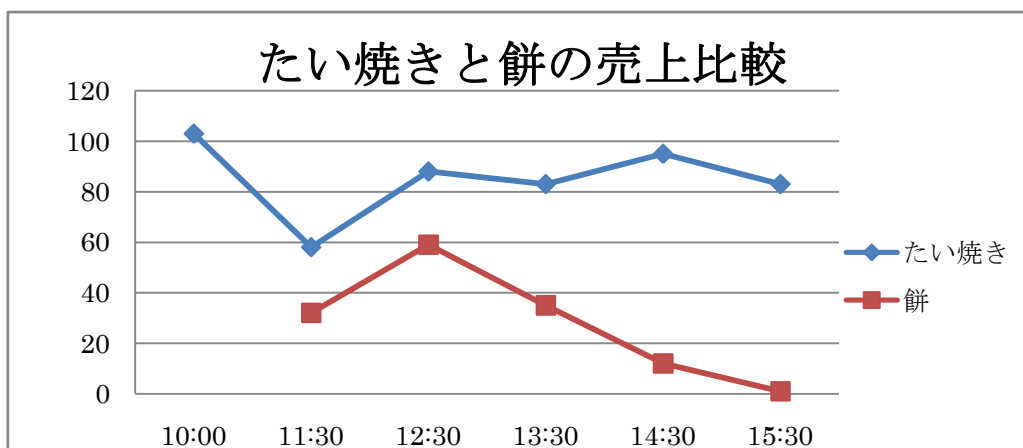
大根のからみ餅は30代以上に人気が高いことが読み取れる。一方できなこ餅は子供や若者からの人気が高いことが読み取れる。最も餅を購入した世代は30代で、ついで50代以上の年代によく売れた。

(エ) 男女別



餅も、たい焼きカルメ焼きと同様に女性の購入者が多いことが分かった。わずかな差ではあるが、大根のからみ餅は男性に、きなこ餅は女性によく売れた。

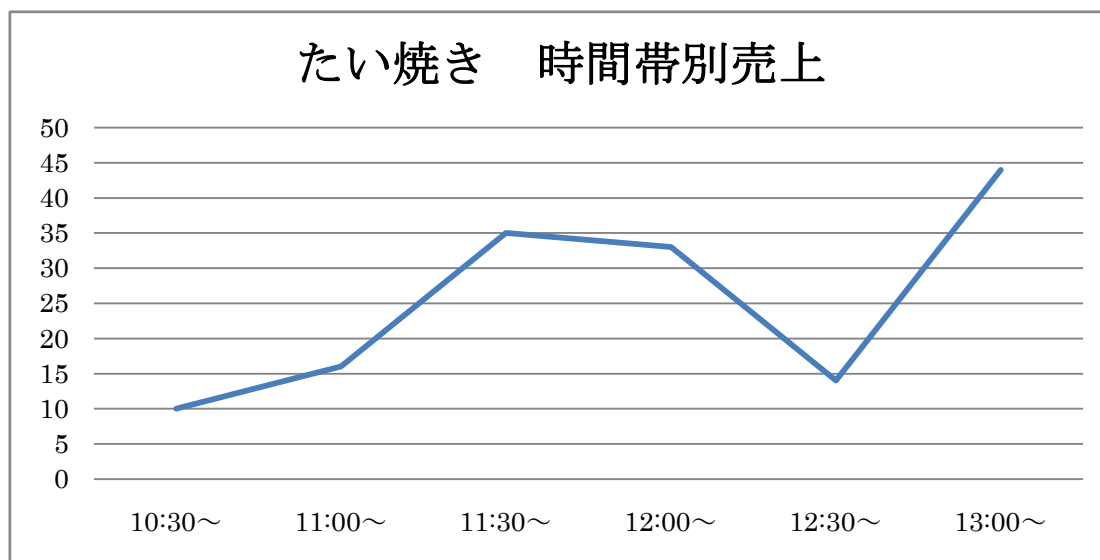
(オ) たい焼きと餅の販売関係



餅の販売は11時半からスタートしたが、餅の販売を開始するとたい焼きの売り上げが落ちていることが分かる。餅が最も売れたのは12:30でたい焼きもこの時間は売り上げが伸びている。これは来場者の人数も昼に特に集中したことが読み取れる。また、餅の在庫数が減っていくと共にたい焼きの販売個数が伸びていることから、餅の人气が非常に高かったといえるだろう。

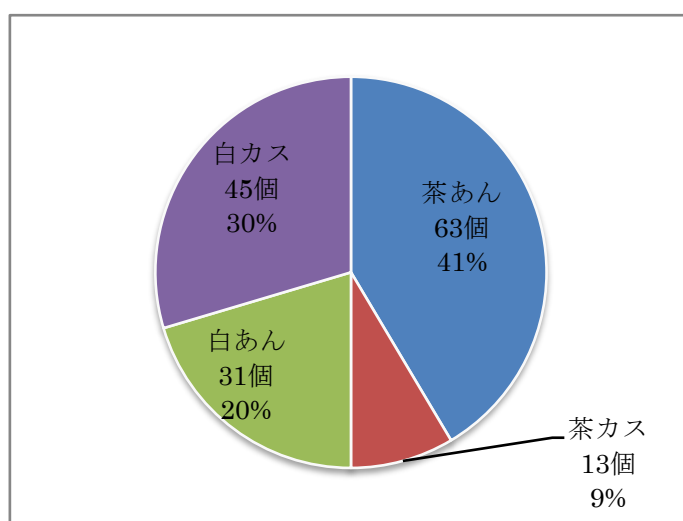
エ. 2日目のたい焼き販売結果

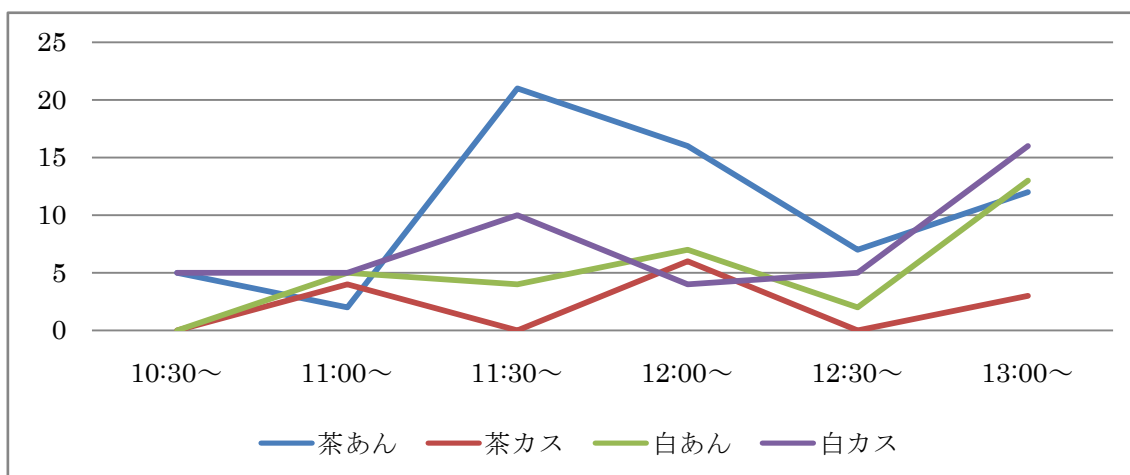
(ア) 時間帯別



2日目は、豪雨のなか下町まつりが開催されたため、販売開始時間が遅く、また販売終了時間も早く短い開催となった。1日目と比較すると販売個数は激減し、そのなかで13時から終了時間までたい焼きがよく売れたことが分かる。

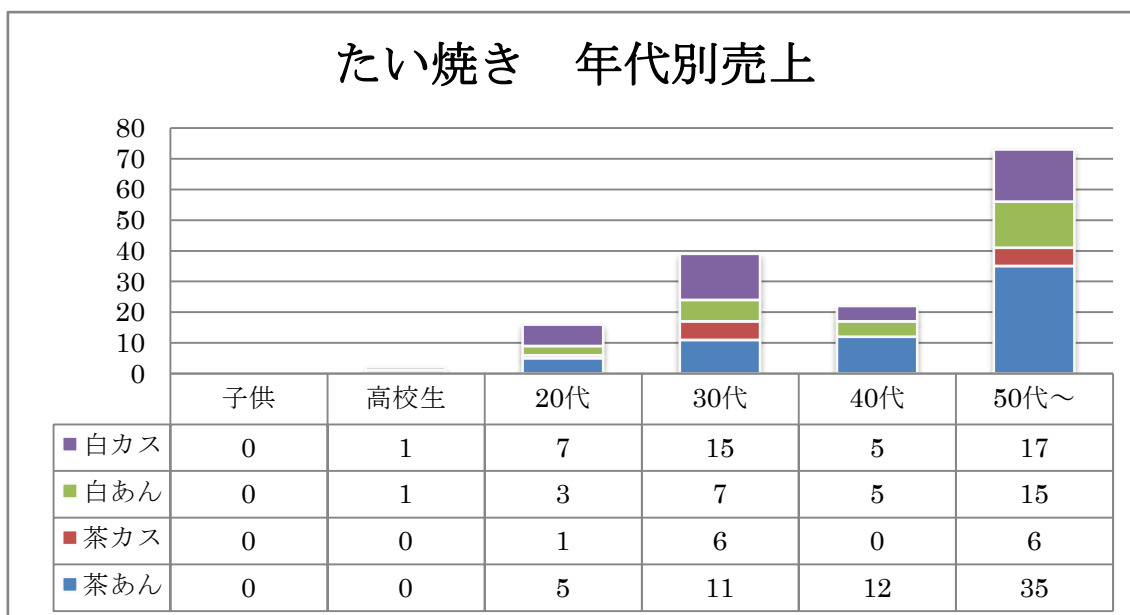
(イ) 種類別





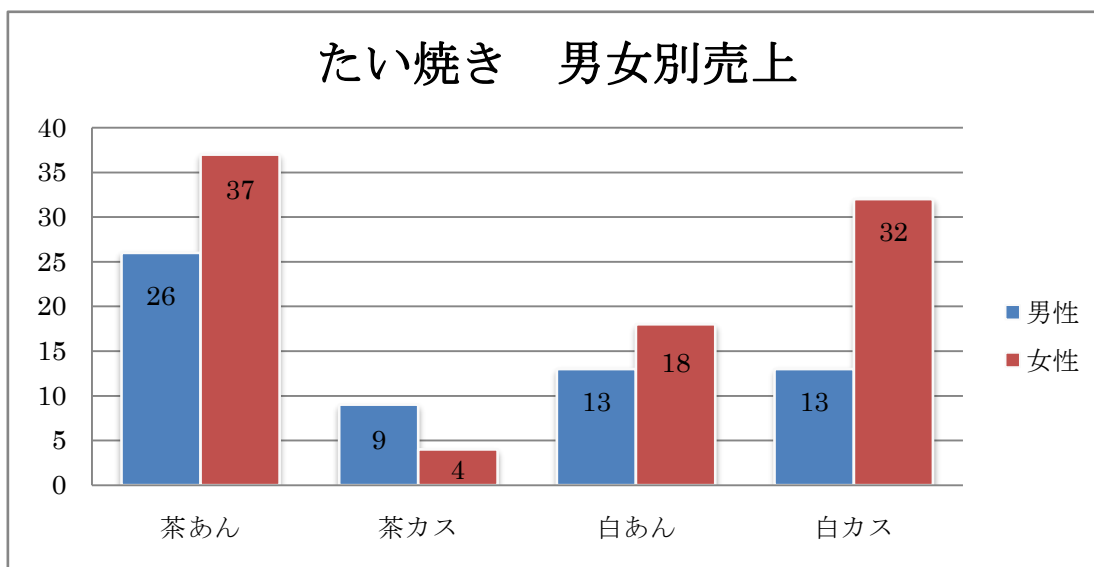
最も売れた味は茶色の生地のおあんこである。次いで白い生地のカスタードが売れた。1 日目の売上と順位は変わらないが、茶色の生地のカスタードの売れ行きが非常に悪かったことが分かる。在庫は用意していたため、人気が白い生地のカスタードに取られてしまったと考えられる。

(ウ) 年代別



2 日目の来場者は、非常に少なく子供や高校生など若者が非常に少なかった。利用客が少ない分、出店者同士で商品を購入しあっていたため、購入者の割合で 50 代が最も多くなったのではないかと考えられる。また、50 代以上の世代からは茶色の生地のおあんこが最も人気であった。

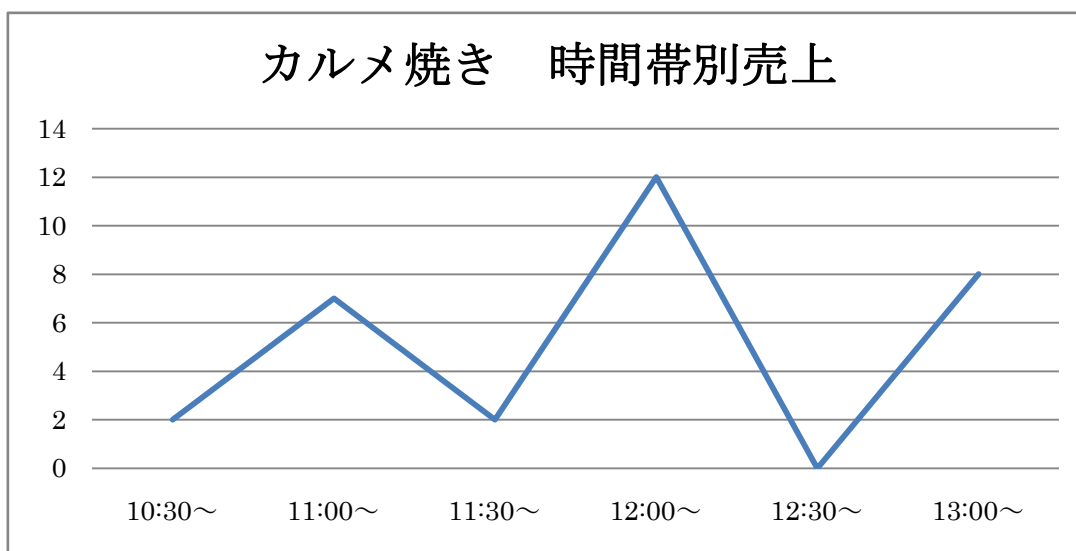
(エ) 男女別



2日目も女性の方が購入している割合が多いものの、茶色の生地のカスタードは男性の方が購入個数を上回っている。また、男女ともに茶色の生地のあんこが最も売上を伸ばした。

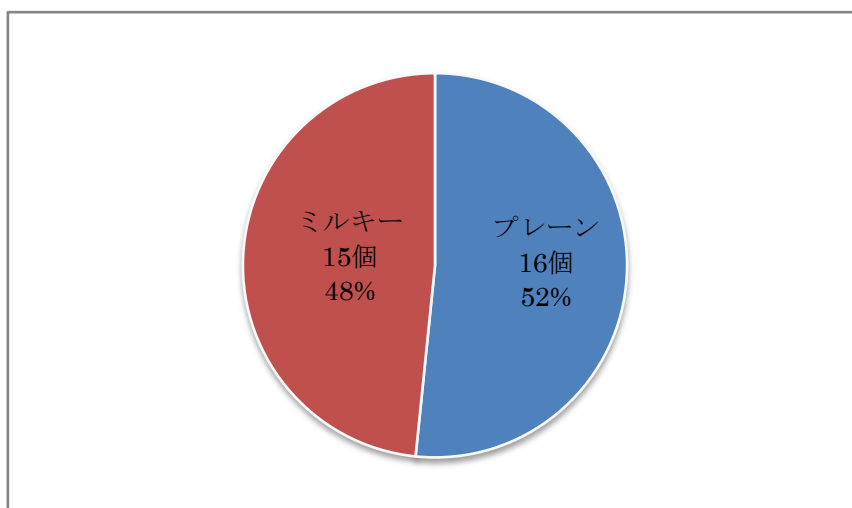
オ. 2 日目のカルメ焼き売上

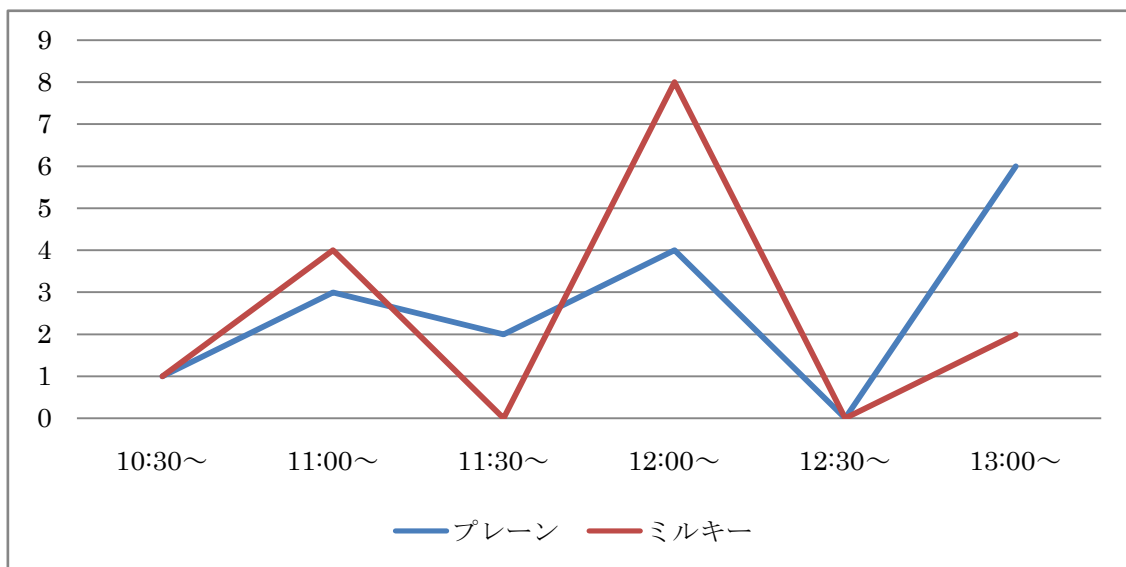
(ア) 時間帯別



カルメ焼きは 12 時に最も売れている。たい焼きとセットで購入する利用客が多かったことが 2 日目の特徴である。

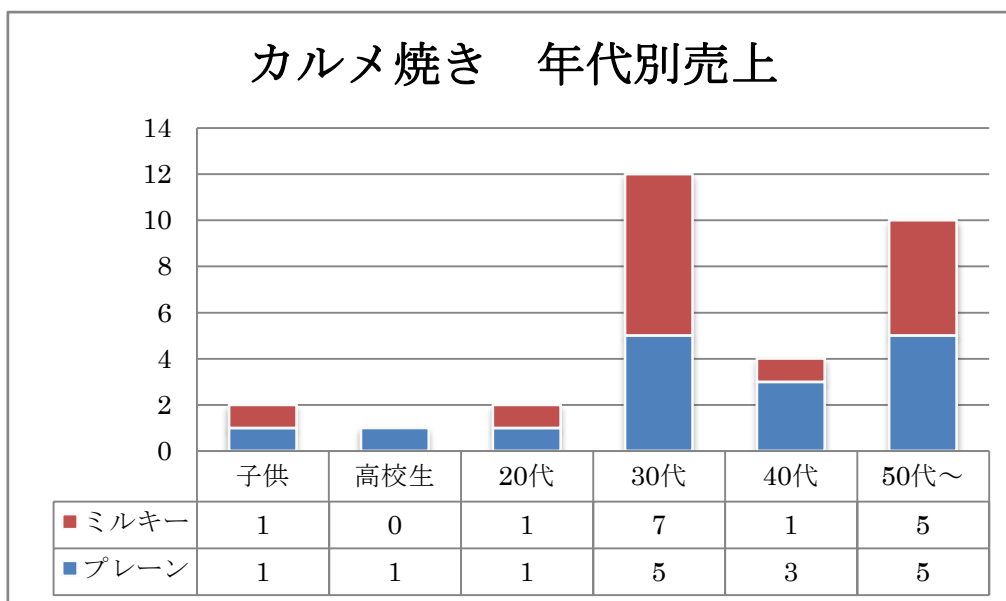
(イ) 種類別





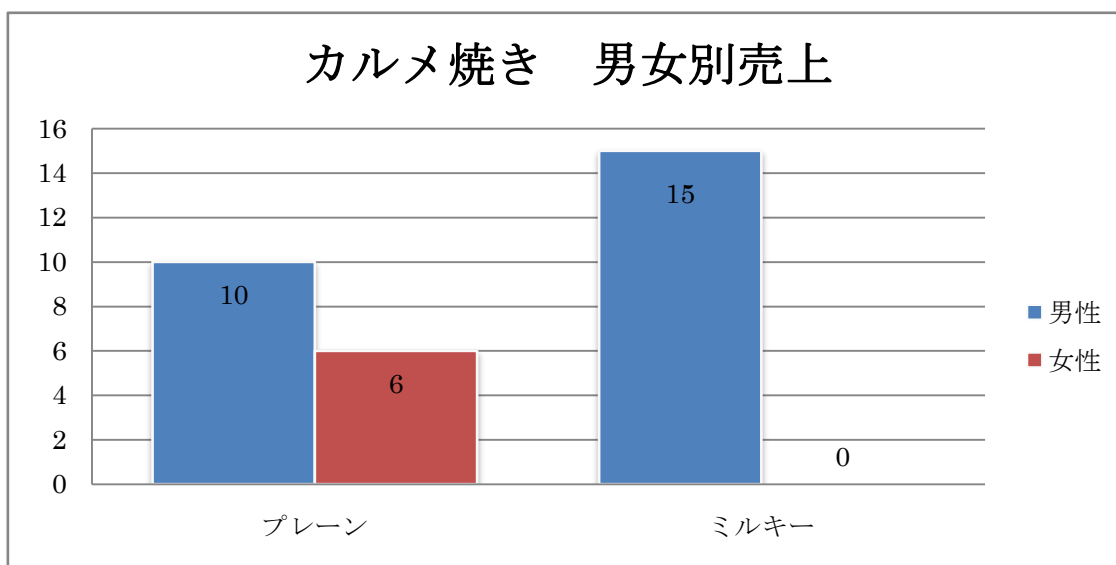
2日目は全部で31個売り上げたが、プレーン16個、ミルクィー15個とほぼ同個数であった。規則性はみられなかった。

(ウ) 年代別



カルメ焼きは、30代が最も多く次いで50代によく売れた。2日目も、子供に買い与えていた親が多かった。

(エ) 男女別



2 日目のカルメ焼き購入者は男性が圧倒的に多かった。ミルキー味に至っては男性のみに

2) サブ会場調査報告

1. 調査目的

根津・千駄木下町まつりでは、今年度も根津神社をメイン会場としたイベントと8つの会場をサブ会場としたイベントが催された。昨年に引き続き各サブ会場を巡るスタンプラリーや無料シャトルバスの運行により、多くの集客がサブ会場にも期待された。今回の調査ではこれらを踏まえ、サブ会場でのイベント内容・集客数を調査し、来年度の開催に向けて、現状や今後の改善点を知るために行ったものである。

2. 調査対象

調査対象は以下6つのサブ会場(根津銀座通りは日曜日のみ開催だったので対象外、須藤公園は時間の関係上調査が難しいことから対象外)である。

- ・ 不忍通りふれあい館(根津八重垣)
- ・ 藍染大通り
- ・ 宮永仲通り
- ・ 千駄木二丁目会場(お祭りゾーン)
- ・ よみせ通り延命地藏尊(縁日ゾーン)
- ・ 森鷗外記念館

3. 調査方法

調査日は10月19日(土)に行った。各サブ会場にて写真を撮影し、その時間におけるサブ会場の様子や来場者数の調査を行った。

4. 調査内容

【不忍通りふれあい館】

調査担当：伊藤優花・大屋美佳・眞鍋亜依子

調査場所：会場主要部

<調査結果>



イベント内容（10月19日）

①邦楽コンサート

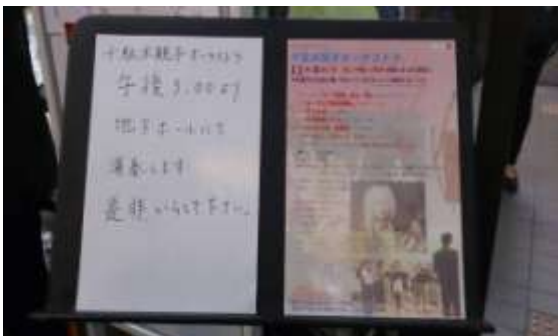
尺八と箏によるミニコンサート

1階多目的スペースにて

②ダンスパフォーマー

You Can

1階多目的スペースにて



③弦楽コンサート

千駄木親子オーケストラ

地下ホールにて

来場者数：約 100 名

（ダンスパフォーマーのイベント時）



会場の様子：年配の方や親子連れの方が多くいた。イスが用意されているため、ゆっくりイベントを楽しむことができる。ポスターなどでイベント内容の掲示がしてあり、分かりやすかった。

<まとめ・考察>

メイン会場から近いサブ会場だったこともあり、イベント時は年配の方から子どもまで幅広い年齢層の来場者が見受けられた。午前中はイベントを行っていないため、もっと会場を有効活用するとさらに来場者が増えるのではないかと感じた。

【藍染大通り】

調査担当：堀越・吉岡

調査場所：藍染大通り入口から会場端まで

<調査結果>



12:00～12:30

藍染大通りでは、昔遊びの再現としてベーゴマ、けん玉、めんこの体験教室が催されていた。

会場には親子の姿が多くみられた。

大人：30人 子供：20人



【親子三代昔遊び内容】

- ・ベーゴマ
- ・めんこ
- ・竹遊び
- ・ゴム遊び
- ・道遊び



ウクレレコンサートが開催されていた。

親子の姿が多くみられ、通行人も足を止めウクレレの演奏を聴く人もいた。

<まとめ・考察>

本会場に近いシャトルバスを利用することなく訪れることができた。

根津神社に近い利点を活かしたイベントができるといいと思う。

パンフレットにウクレレライブの時間等が載っていると多くの人が訪れることが可能である。



13:30～「江戸芸かっぽれ」が行われていた。元気よく、迫力のある踊りで通りすがりでも足を止めて見ている人が多かった。(20人程度)

そのほか、12:00～・15:00～・15:30～和太鼓の演奏が行われていた。



13:00～16:00の間、通りの中心のテントでパソコンによる姓名判断やストレスチェックが無料で行われていたが、小さな子どもの姿はなく、にぎわいもなかった。



食べ物の出店は串揚げの「はん亭」のみで、もっと店舗が並んでいるとにぎわいも増すだろうと感じた。

<まとめ・考察>

なかなか見る機会の少ない「かっぽれ」は迫力があり、下町まつりならではのいいと思うが、一日数回行われると尚いいのではないだろうか。また、かっぽれや和太鼓演奏がない時間帯は姓名判断のテントとはん亭の屋台しかないのも、子ども向けのイベントや屋台が出ると、家族連れも楽しめるのではないと思う。

【千駄木二丁目会場】

調査担当：山岡夏海、大森優衣

調査場所：通りに面したビルの1階（ピロティー）

＜調査結果＞



千駄木二丁目会場では、19日(土)はこの地区在住の女性漫画家、一丸さんの原画展を、20日(日)は荒汐部屋の力士による餅いりちゃんこ鍋販売や、かつぼれの披露が行われた。



翌日に力士によるちゃんこ鍋の販売を行うことから、相撲部屋に関する漫画の原画を展示していた。カップルや夫婦が多く訪れ、時間をかけて一枚一枚、原画を見ていた。



スタンプラリーでは、小学生が自転車で各会場を回っている様子がよく見られた。

＜まとめ、考察＞

19日(土)は漫画の原画展示ということもあり、訪れる人はあまり見られなかった。昨年同様20日(日)のちゃんこ鍋販売やかつぼれに多くの来客が見込まれていた。しかし、近隣のサブ会場には多くの来訪客が集中してしまいがちである。来場者数を一定に保つためにも、イベントの分散を図るべきであると考えます。

【縁日ゾーン(よみせ通り延命地蔵尊)】

調査担当 臼井・曾根川



よみせ通りの一角にある延命地蔵尊がスタンプラリーのポイント地点になっており、小さい子供連れからお年寄りまで様々な人が訪れていた。スタンプを押しにきたのと一緒に延命地蔵尊も見えていく人が殆どであり、くじやポップコーン、焼きそば、磯辺焼きなどに立ち寄る人も多かった。近くにはベンチが2台設置されていて、利用者も多かった。



調査をした時点でサブ会場にいた人は約17人で、年代は

- ・小中学生4人
- ・20代2人
- ・30代6人
- ・40～50代5人

程であり、よみせ通りの端にある為サブ会場目的でない人の行き来も少なくなかった。



<まとめ・考察>

サブ会場となっていたのは延命地蔵尊とその前のイベントのみだが、よみせ通りのお店も祭りにあやかって呼び込んだり店頭に出していたりした。

概して、地蔵尊も規模が小さいため、プレゼントが当たるスタンプラリーによる誘致の効果は大きいように思えた。スタンプラリーの流れで、地蔵尊を参拝したりよみせ通りを歩いたりするきっかけになっていると感じられた。

調査担当：米川・増田

調査場所：森鷗外記念館

<調査結果>



①左の写真は、森鷗外記念館の正面入り口である。森鷗外記念館は、東京メトロ千代田線千駄木駅から徒歩5分、大観音通りに面した場所にあります。大観音通りは比較的大きな通りなので、記念館も分かりやすい立地だった。入り口前では、サブ会場のスタンプラリーの受付を行っていた。



②記念館を訪れたのは10月19日だったが、特別展「鷗外と画家 原田直次郎～文学と美術の交響（シンフォニック）～」(2013年11月24日まで開催)が開かれていた。特別展に入場するには観覧料として一般の方は500円かかるが、根津神社で観覧料2割引券が配布されていたため、一人400円で観覧することが出来た。



③左の写真は、森鷗外記念館の裏口である。記念館横の小さな路地を進むと、裏口へ回ることが出来る。裏口とはいえど、綺麗に整備されており、自転車を止めることもできる。

<まとめ・考察>

根津神社からも歩いて10分ほどの距離にある、森鷗外記念館に調査に行ってきた。14時ごろに訪れたが、館内はとても静かで人もまばらであった。残念ながら館内の写真を撮ることができなかったが、特別展では鷗外の生い立ちから終生までとても詳しい展示がされていた。なかでも印象に残ったのは、鷗外と同じ時代に生きた数々の著名人(夏目漱石や与謝野晶子など)からの手紙が、タッチパネル方式で閲覧することが出来るものでした。開館1年目ならではの最新の展示を味わうことが出来た。

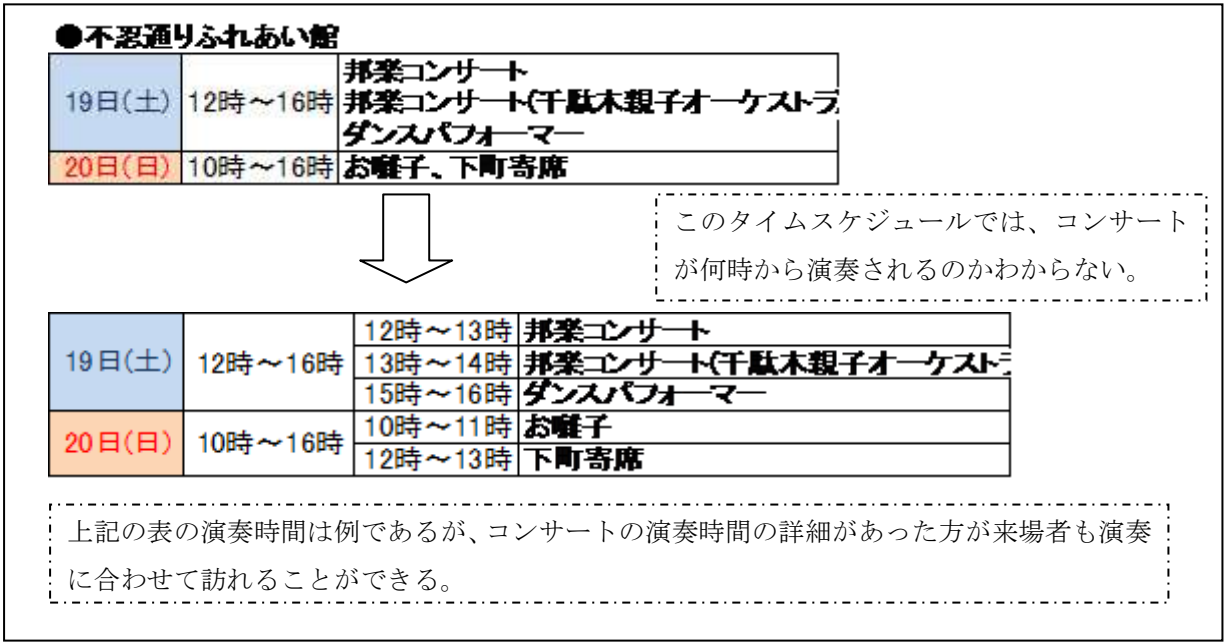
5. 調査結果・まとめ

昨年度の改善点としてあったシャトルバスの停留所の場所が分かりにくいという意

見に対して、今年度の根津・千駄木下町まつりではわかりやすくなっており、多くの利用者がシャトルバスを利用していた。また、スタンプラリーを利用し、多くの家族やお年寄りの姿も見られ、イベントが開催される時間帯になると多くの人が足を止め見入っている姿が多くみられた。

メイン会場で配られるパンフレットにサブ会場のイベント内容やタイムスケジュールが記載されているが、だいたいのスケジュールのみ記載されているだけで、細かい情報は実際に会場に訪れないとわからない不便さがあった。実際に会場に訪れたが準備中であったため、待ち時間が無駄に感じられ正確な時間の記載があったほうが良いと思われた。

メイン会場である根津神社とサブ会場とのつながりがスタンプラリーやシャトルバスの運行で根津・千駄木下町まつり全体を盛り上げる力になっている。以上にあるサブ会場で催されるイベントについての課題は詳しい開催時間等があると利用者は時間管理がよりしやすくなり、多くの来場者が期待できると予想される。



図：タイムスケジュールの改良点例

④おもち販売報告（6期生）

1. 概要

昨年の東洋大学125周年の記念式典から、お餅の作成を開始した。今年度は、根津・千駄木下町まつりの1日目に出店した。

当日は11時から5回に分けて作り始めて、出来上がり次第販売した。その理由は、お昼が最も売れると考え、おもちは約1時間で硬くなり始めるため、できたてを販売したいと考えたためである。今回は1回で2升分づくり、4個で1パックとして、1個30～35gを目安とした。1回で約20～30食分つくった。値段は1パック4個入り200円で販売した。味はきなことからみもちの2種類として、販売数の割合は半分とした。当日は139パック（きなこ69パック、からみもち70パック）を販売し、全て完売した。

2. 原価計算

材料費 数

もち米	8300	10 升	味	販売個数
大根	1584	8 本	きなこ	69
醤油	97	1L	からみ餅	70
きなこ	390	1kg	合計	139
黒糖	864	1.5kg		
パック	692	200 パック		
輪ゴム	100	1 箱		
割りばし	400	200 膳		
プロパンガス	2954	1/2		
ビニール手袋	300	30 個		
ジップロック	100	10 袋		
キッチンペーパー		98	1 ロール	
出費	15879			

原価計算

出費÷販売個数＝1個当たりの原価 114.2 円

3. 作り方

（1）材料

もち米、きな粉、黒糖、大根、醤油

(2) 機材

バケツ、ゴミ袋、はかり、スプーン、ボール、包丁、ピーラー、ビニール手袋、大根おろし器、ジップロック、コンロ類、プロパンガス、羽釜、蒸し器、フタ、蒸し布、竹すのこ、タオル、はさみ、タイマー、チャッカマン、軍手、やかん、餅つき機、しゃもじ、バット、トンガ、パック、輪ゴム、お箸

(3) 作り方

1) もち米を2升ずつ研ぎ、8～16時間水につけておく。

2) 味付けの準備。

からみ餅は、醤油20gに対して大根おろし100gで混ぜる。きなこ味は、きな粉10gに対して黒糖15gで混ぜる。

・今回の結果から、大根およそ8本で約5升分のからみ餅がつかれることが分かった。また、その際に1L程の醤油を使用した。

・きなこちは黒糖ときな粉をあわせておもち一個(37.5g)に4.3gは使用することが分かった。今回は、きな粉と黒糖は大目に準備し余りも出た。

3) お餅を蒸す。

①羽釜に水を2/3入れてガスをつけてお湯を沸かせる(プロパンガスはしっかり全てあける)。

②せいろに竹すのこと蒸し布を入れて、もち米をいれて水切りをする。

③もち米を蒸す(15分)。

蒸し布をもち米の上に折りたたみ、羽釜に蒸し器をセットして蓋をする。もち米は蒸しあがっても赤飯のような硬さ、芯がなくて潰れれば蒸し終わり。

・沸騰してから蒸し始める

・強火で蒸す

・蓋は手前に向けて開けない

・空焚きには注意する

・連続して蒸す場合はお湯が少なくなってきたらやかんで熱湯を足す

・もち米の真ん中に穴をあけると早く蒸しあがる

4) 蒸しあがったもち米を蒸し布ごと引き上げて餅つき機に移す。(10分)

・蒸し布を下のプロペラに引っ掛けないように注意

・はじめはおもちの周りに水をまぶす

・おもちがぐるぐると回ってしまうと、うまくつかれないのでしゃもじを刺して抑える

- ・蒸したてが肝心
- ・おもちは電源を切らずにバットへ移す

5) つきあがったおもちをバットに移す。

- ・この時に餅つき機の下のプロペラが混ざらないように注意
- ・プロペラについたおちは早めにとっておく
- ・バットに水をまぶしておく

6) 手袋をつけて手に水をつけながら、おもちの小分けをして、トングで拾いながらパック詰めをする。

- ・きなこはもちの白い部分がみえないようにたっぷりかける

⑤会計報告

利益			
	売上高(お餅を抜いた金額)	103360円	
	消費した材料費(お餅を抜いた金額)	70911円	
	利益	32449円	
商品別売上高			
商品名	単価	売上数量	売上
タイ焼き(茶あん)	130円	216個	28080円
タイ焼き(茶カス)	130円	100個	13000円
タイ焼き(白あん)	130円	151個	19630円
タイ焼き(白カス)	130円	195個	25350円
カルメ焼き(プレーン)	100円	102個	10200円
カルメ焼き(ミルク)	100円	71個	7100円
お餅(大根)	200円	70個	14000円
お餅(きな粉)	200円	69個	13800円
材料費内訳			
材料	数量	値段	
茶粉	13kg	4823円	
白粉	18kg	6678円	
あんこ	20kg	7300円	
カスタード	13kg	8294円	
バーガー袋	215枚	645円	
ポリパック	180個	540円	
ビニール袋	140枚	280円	
グラニュー糖	3袋	804円	
ザラメ	5袋	1490円	
重層	3袋	384円	
ふきん	2個	298円	
卵	2パック	220円	
ガスボンベ	2個	596円	
カルメラッピング袋	14袋	1470円	
クリープ	2個	536円	
ラップ	2個	156円	
除菌シート	6個	1188円	
アルミホイル	1個	78円	
ビニール手袋	1袋	298円	
養生テープ	3個	1290円	
プロパンガス	* * kg	7400円	
レンタカー代		16143円	
協賛金		10000円	
合計		70911円	

⑥ゼミ生感想

菅原唯

まず、調査をして感じた悪い点を述べます。私は調査班として根津神社で行われている、大きな3つのお祭りでアンケート調査を行ったのですがその3つの中で下町まつりの一番認知度が低いと感じました。つつじまつりと例大祭の双方の認知度が高いのを利用して、前々からそのお祭り内で告知するのが改善策だと思います。こんなにも地域に愛されている下町まつりなのでもっともっと多くの方に知ってもらいたいです。次に良い点として地域の方々が本当にあたたかかったところです。お祭りの醍醐味として地域のつながりを感じられるというのは素晴らしい点だと思います。

手塚沙織

一日目は天候に恵まれてまつりがかなり賑わっていたこともあり、沢山のお客さんに来ていただくことができた。列が崩れないように誘導するのが困難だったという先輩のお話を聞いていたため計画をたててのぞんだところ、うまく誘導することができた。2日目は悪天候のためにお客さんがかなり少なかったが、来ていただいたお客さんには精一杯の笑顔とありがとうを伝えることができた。2日間を通し、係ごとの連携や細かい声かけ等の重要さがわかり、学ぶことが多かった。

岡本椋太

2回目の本格的な出店事業につき、初めての出店よりもより効率的に物事を進めることができたと思います。また、白山祭りと比較して、地域住民の方との距離感を近く感じることができました。出店2日目はあいにくの雨でしたので、来場者数が少なかったのですが、ゼミ生皆で積極的に呼び込みをすることで商品を販売しました。東海林ゼミの出店を楽しみにしてくれている毎年常連のお客さんもいるので、よりよい関係を築けるように積極的に協力事業に取り組みたいと思います。

坂本優

今回下町まつりへの出店事業を通して、自分は地域の方々の温かさにたくさん触れることができたと感じる。初日はいい天気で、多くの方々が来場してくださりその中で自分も伸び伸びと働くことができ、並行してとっていたアンケートにも多くの方が快く協力して下さった。2日目が大雨だったのが非常に残念であったがやはり、地域のコミュニティが必要なものであると再認識できたし、非常に有意義な出店事業だった。

金井美菜

今回、実際に出店事業を体験したことで情報共有の大切さや事前準備の大変さなど多くのことを学びました。特に、皆で協力しあうこと、常に周りが何をやっているのかを把握

することが大切だと実感しました。出店に向けての準備段階では、上手くいかないことがありましたが、徐々に皆が一つにまとまった時の感動は大きいものでした。私はカルメ焼き班だったのですが、カルメ焼きを作るという中々ない体験をさせてもらい、良かったと思っています。お祭りを通して、地元の方々と接することが出来ました。お祭りと地元の方々の繋がりを肌で感じました。お祭りに参加できて嬉しいです。協力してくださった皆さんに感謝しています。ありがとうございました。

今井志保

根津千駄木まつり二日間を通して、カルメ焼き担当でした。白山まつりの反省点であった、カルメ焼きの在庫の確保や、ザラメの計量などの下準備をしていたために、混乱することなく落ち着いてカルメ焼きを焼くことに専念できました。今回は1日目にお餅もあったため空きスペースの制限がありましたが、カルメバックを兼任したり、在庫の置き場所を変更したりとレイアウトの工夫があり、会計との連携もよりスムーズにできたと感じています。当日よりも、在庫を作るというのが大変でしたが白山まつりよりも成長できたと実感した根津千駄木まつりでした。

山口ありさ

根津・千駄木下町まつりを通して、客観的に物事を考えることがいかに重要であるかということを学びました。どのような店舗レイアウトにすれば効率良く仕事ができるか、どのような工夫をすればより多くの方に買っていただけるかなど、自分たちの視点からだけでなく、お客様の客観的な視点から考えることがとても大切であると実感しました。視野を広く持つことで、それまで見ていなかった部分に気づくことができ、出店の難しさを痛感すると共にみんなで協力して店舗を作り上げていく楽しさを感じました。当日だけではなく、出店に向けて様々なことを考え、話し合い、多くの時間を費やした準備期間も貴重な経験になりました。また、地元の方々の温かさや繋がりを感じることもでき、少しでも私たちの活動が地域活性化に貢献できていれば、とても嬉しく思います。

新井由貴子

東海林ゼミが下町まつりに出店し続けて先輩たちが周りとの関係性を築いてくださっていたため、非常に出店しやすい暖かい環境で実施することができました。1日目は通常通り実施でき、たくさんのお客様に励ましの声をかけていただき、心から出店事業をしていてよかったと思えました。2日目は、豪雨のため客足も少なく、私たち自身が他店の屋台を楽しむことができました。天候に左右されてしまったのは残念ですが、出店事業の準備から開催まで学ぶことが多く、成長できたのではないかと思います。この事業に携わった皆様に感謝したいです。

一條真理

お祭りの出店事業という貴重な体験を通して、組織の運営と地域の人々と密着した観光復興事業について学ぶことができました。お店のレイアウトから自分たちで決め、効率的にスペースを利用するために話し合ったり、休憩のまわし方を話し合ったりと、客の立場からはわからない、出店をする際の運営の進め方など学ぶことができました。また、出店する際に地域の人々とのコミュニケーションや、関係性作りから始まりました。観光復興のためには外部からきた人々と地域の人々とのやり取りが必ず必要だと感じました。

徳田香奈

この祭を迎えるまで試行錯誤を重ねながらベストな状態で出店ができる様に皆で準備をしてきましたが、本番は何が起こるか分からないというのを身を持って体験することができた2日間でありました。1日目は予想を上回るお客様が来てくださり実演会の様にスムーズにはいかず、2日目はあいにくの天候により1日目の反省を活かすことができず悔しい思いをしました。しかしそんなハプニングや課題はあったにせよ、全員で協力し笑顔で楽しみながら取り組むことができたのでとても意義のある活動であったと思います。また地域の方々との繋がりを強く感じることができ、とても嬉しく思いました。

奥川ひとみ

順調だったはずの1日目よりも2日目の雨の思い出のほうが印象に残っています。雨ということで客足が伸びなかったことは残念でしたが、そのぶんほかに出店されていた地域の方や、お客さんとお話することが出来ました。地域のコミュニティへ参加させていただいている事を実感することが出来ました。また、雨というアクシデントに見舞われながらも、自分たちに出来ることを探して行動に移していくなかでメンバーの優しさや頼もしさに改めて気付くことが出来ました。先生の優しさにはゼミ生一同大感動でした。二日間を通して貴重な体験ができたので良かったです。来年は、お天気に恵まれますように・・・！

山田あすみ

下町祭りの出展事業を通して、準備、作業からお客様に商品を渡すまでの過程を円滑に進めていくためには、チームワークがとても大切なことを学びました。鯛焼きの焼き手、バック、会計、お客様の誘導係これらの間で常に情報の共有ができていないと、待たせてしまったり、注文とは違う商品を渡してしまったりと結果的にお客様に迷惑をかけてしまいました。情報の共有をするためにも、自分が置かれている状況を把握して周りに伝えること、周りをよく見てよく聞くことがとても大切だと実感しました。下町祭りの利用調査では、中学生くらいの若い世代からお年寄りまで幅広い年代の人からのお話が聞けて下町祭りが地域の人たちから愛され、お祭りがコミュニケーションの場となっていることを知りました。このような場に学生として参加できたことを嬉しく思います。

吉野優花

白山まつりに次いで2回目の出店でしたが、下町まつりは規模も大きく、始まる前はシフトが回るか、たい焼きがうまく焼けるかなどと少し緊張していました。ですが、おまつりが始まり、お客さんが笑顔でたい焼きやかめ焼きを食べている姿を見ると、私も嬉しくなっていて、準備を頑張ってきてよかったなと感じるようになりました。2日目は台風で、早めに切り上げてしまったけれど、このこともいい思い出です。夏休み中集まって練習したり、みんなで話し合いをしたり、時々大変なこともありましたが、7期生のメンバーと全力で出店事業に取り組むことができて、いい経験をしたなと思いました！

堀江美月

下町まつりは2度目の出店だったため、勝手が分かっていて余裕をもって楽しみながら、また、白山まつりの反省点を改善しながらそれぞれがスムーズに行動できたと思います。私はカルメ焼きを主に担当していたのですが、カルメ焼きはご年配の方には懐かしく、お子様には珍しいようで、多くの方々に興味を持って頂きました。出店をきっかけに地域の人々との交流を深めることができ、貴重な経験となりました。

河上聖可

下町祭りに向けて、四月からみんなで色々な準備をしてきました。たい焼きの練習から動線計画、在庫管理、そして販売。一つの会社を経営するようで、とても良い経験になりました。動線を変えるだけでみんなが動きやすくなったり、在庫管理ができていないかで売り上げにも関係してくるなど、実際に店を出してみる事で、わかる事が沢山ありました。また、みんなで一つの事に向かって活動するのも楽しかったです。お祭りの二日目はあいにくの雨でしたが、それはそれで思い出に残る下町祭りだったなと思います。また機会があればみんなでお祭りに出店したいです！

上野陽子

おまつりへの出店は最初わからないことばかりでとても不安でしたが、総務グループの仲間やゼミ生の協力もあって2日目はあいにくの大雨でしたが、成功したと思います。この下町まつりには多くの地域の方が連携し運営していて、地域住民の地元を大切にする心が大事なものだと感じました。また、出店事業を通して、練習会の取り仕切りや店舗のレイアウト作成、シフト作成、ホームページの作成など、このゼミでしか体験できないことができてよかったのと、仲間の大切さを感じることができました。

三浦優香

今回の出店事業を通して感じたことは、お祭り当日も勿論大変なのですが、当日に至るまでの過程・準備などもとても重要であり、大変だということです。実演会などを行った後に、みんなで反省点や改善点を考え、工夫して準備したことで、当日大きな問題が起こらなかったことに嬉しさを感じました。当日が大変だとはわかっていても、事前準備などの大切さは実際に出店をしてみないと気付けなかったと思います。また、地域の人たちと触れ合える機会もなかなかないので、本当に貴重な体験をさせていただきました

山村倫子

下町まつりでの出店事業は、約半年間のゼミ活動の集大成であり、私にとってとても収穫の多いものとなりました。十分な準備をしたつもりでも予定通りにいかなかったり、情報の共有がうまくいかなかったり、(大雨が降ったり…) 大変だと感じることもたくさんありました。しかしこの出店事業を通して、常に“考える”力、全体を見る力、先を読む力を鍛えることができたのではないかと思います。みんなで考え、みんなでひとつになり、ゼミ生の絆もより一層深まりました。また、下町まつりに関わっていく中で、地域の方々のつながりやお祭りへの愛を感じることができました。実際に地元の方の声を聞くことができたことは、とてもいい経験になりました。

會田桃子

(広報班として)

根津・千駄木まつりは白山まつりとレイアウトや持ち物が大きく異なったので不安だったが、自分たちで持ち物リストを作成して忘れ物の無いようにしたり、先輩方の資料や助言を参考にして、大きなミスなく二日間を終えることが出来た。

(会計係として)

混雑時のお客さんの人数と注文数に柔軟に対応するのは非常に難しかったが、大きな声を出して自分自身を落ち着かせたり、バックの人と連携をとることが大切だと身を持って実感させられた。

(全体)

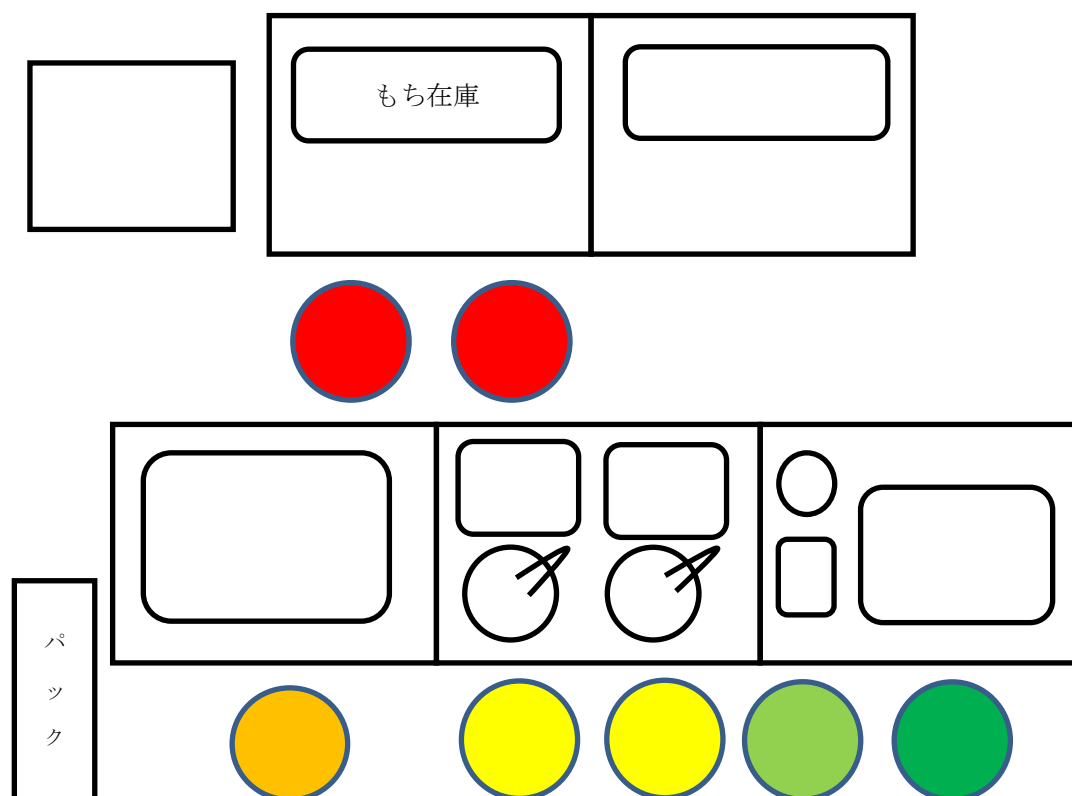
二日目はあいにくの雨であったが、そんな中でも地域のつながり・歴史を感じられたお祭りであった。

(3) 駒本門前会バザー

①総務班報告

1) 店舗レイアウト

レイアウト



【もち】

- ・会計 / 2 人
- ・味付け / 2 人
- ・パック詰め / 1～2 人
- ・こね、切り / 各 1 人ずつ

2) 必要機材・材料

必要機材・材料

白山まつり、根津千駄木下町まつりと同様に前日に持ち物リストを参考に荷物をまとめて台車に乗せておく。

①機材

- ☐ テーブル(大×3、小×2)
- ☐ ガス
- ☐ ビニールシート
- ☐ テント
- ☐ ゴミ袋
- ☐ 会計箱
- ☐ 電卓
- ☐ 集計表
- ☐ ボール×3
- ☐ 釜一式
- ☐ 餅つきき
- ☐ 餅きり
- ☐ しゃもじ×2
- ☐ パック
- ☐ おはし
- ☐ 輪ゴム
- ☐ 手袋
- ☐ 軍手
- ☐ ウエットティッシュ
- ☐ アルコール
- ☐ 工具箱

②材料

- ☐ 餅米 (1.4kg×3袋を一つの袋にまとめておく、まとめたものを4個分)
- ☐ きなこ (きなこ：黒糖 1：1.5)
- ☐ 大根おろし (大根としょうゆ適量混ぜたもの)
- ☐ カルメ焼き在庫

3) ふりかえり

○良かった点

- ・地域の方も巻き込んで話しながら楽しく販売できた。
- ・余ったカルメ焼きを子供連れのお客さんにサービスであげることで在庫の有効活用ができました。
- ・工夫をした呼び込みをした
 - 「出来立ての」「もちもちの」「あつあつの」等、工夫した呼び込みでより美味しく感じさせる宣伝ができた。
- ・地域の方から「また来年もよろしくね！」とお声かけをいただくことができた。
 - 今後ともよりよい協力事業を行うことができるように交流を深めていこう！

×悪かった点

- ・小規模のイベントの割に店舗内の人数が多すぎて身動きがとりずらかった。
 - シフトを作成してもよかった？
- ・テントの展開に時間がかかった
 - 改めて展開方法の順序を見直す必要がある
- ・餅カッター（お餅も一定のサイズで切るための道具）に混入物（紙）が入ってしまい、無駄になってしまった

②広報班報告

広報班では、店舗外観に用いるサインやメニュー表の作成を行った。また、当日の貼り付け作業は広報班で行う。

1) サイン

販売商品及び、会計・受け渡しの場所を示すために、A3 サイズの表を作成。店舗の前垂れ部分と上の棒部分に取り付ける。

作成物 : サイン (商品名、価格、味の種類、キャッチフレーズ)

受付・会計案内

作成方法 : word で作成したものを A4 で分割印刷して A3 サイズになるように貼り付け、ラミネートをした。サインはそれぞれ前垂れに貼る用と上に貼る用の2枚を用意する。前垂れ用は安全ピンで取り付けるため、上部にはパンチで穴を開けておく。

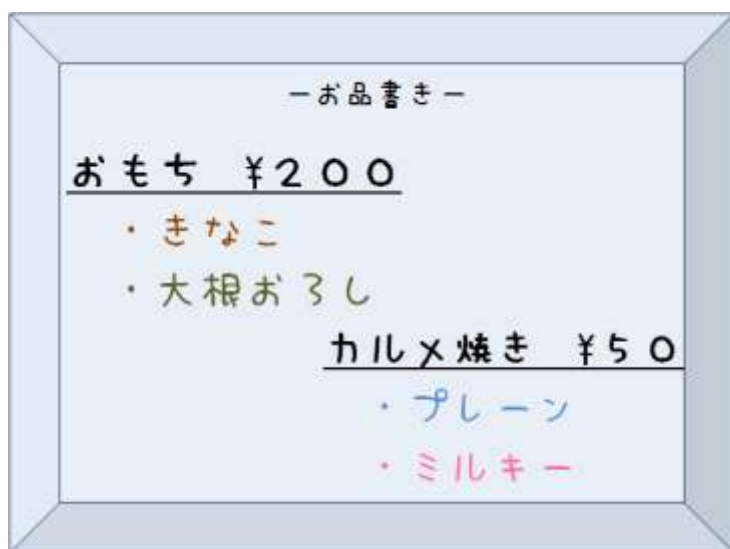
「おもち」は前回のものを使用し、「カルメ焼き」は価格改訂のため前回のものに価格部分のみを作成し、貼り付けた。



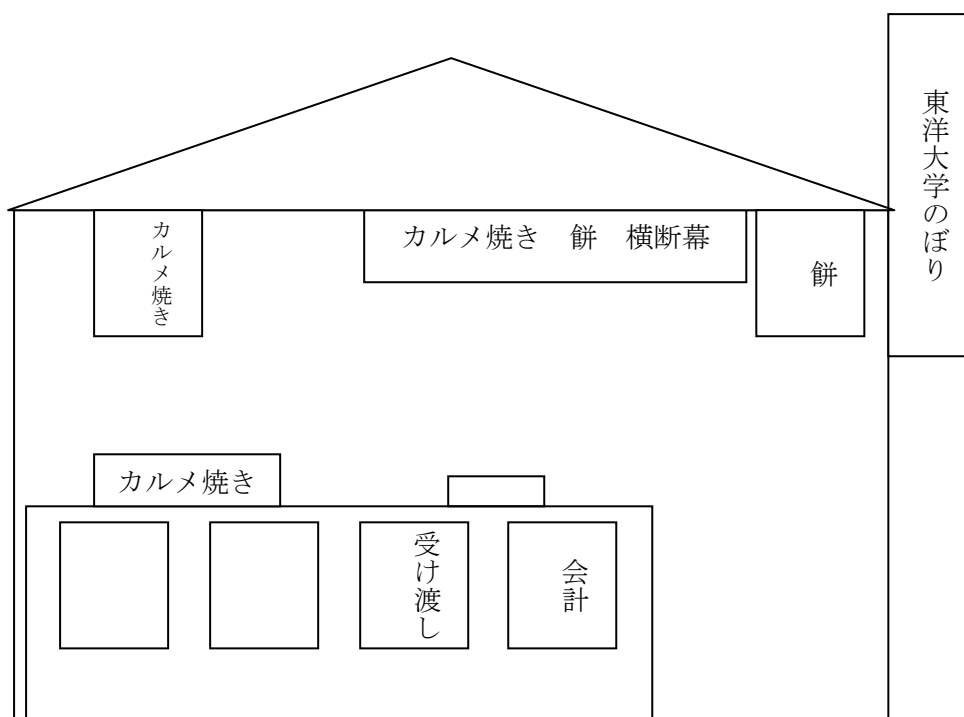
2) メニュー表

メニューと価格を表示し、レジのショーケース上に配置する。注文時にお客様に見ていただくことを想定して作成する。

作成方法：word で作成したものをラミネートし、アクリルケースにはさむ。



3) 店舗外観





4) 作成に当たっての留意事項

メニュー表が前回までと異なり、また販売品目の種類が少なかったため、より見やすいものを作ることが出来た。また、駒本門前会の和やかな雰囲気を、フォントを変えることで表現した。

5) 反省点

「カルメ焼き」の価格改訂に伴う表示の変更について、より有効的な表示方法があったのではないかと考えられる。改訂前の価格もわかるように表示することで“お得感”を感じられるものにし、購買意欲につながられたのではないかと考える。しかしこの点については、本事業が利益を第一の目的としていないため、価格表示によって購買意欲を高める必要性は無かったのではないかと、とも考えられる。

また、本事業が小学校で開催されるイベントであることから、店舗に子供向けの飾り付けがあっても良かったのではないかと意見が出た。店舗の立地が校門の正面ということで、来訪者の目を引くことができる位置であることも踏まえ、さらに賑やかで楽しい印象を与えられるものがあるとより楽しんでいただけたのではないだろうか。この点については来年度のゼミ生に託したい。

③調査班報告

(1) 販売個数調査

① 調査目的

駒本門前会バザーの来場者数のうち、商品の購入者の割合を知ること、また性別及び世代別の購入した商品の割合を知ることにより、今後の出店事業に生かすための調査である。

② 日時

平成 25 年度 11 月 24 日（日）

③ 場所

駒本門前会バザー

④ 調査方法

注文票に注文した商品、購入者の性別年代を記入し、調査を実施した。
会計後に注文票を袋にいれ、その袋を 30 分ごとに回収をして集計を行った。

第4回駒本門前会バザー 東洋大学東海林ゼミアンケート

- [illegible]

回答ご協力ありがとうございました。

(2) イベント（出店事業）の地域活性効果

(1) アンケート調査

① 調査目的

バザーを継続したイベントにするために、駒本門前会バザーに関する地域住民の認知度を知
ることを目的として実施したものである。

② 日時

平成 25 年度 11 月 24 日（日）

③ 場所及び被験者

駒本門前会バザーにおいて、来場者を対象に実施した。

④ 調査項目

＜項目＞	＜ねらい＞
被験者の属性(性別・年齢)	男女比、購入者の年齢層を把握する
居住地域	地元住民であるかどうかを知る
駒本門前会バザーを知ったきっかけ	有効な情報手段を知る
同伴者	バザーに誰と来ているか把握する
駒本門前会バザーに来た理由	バザーに来る目的を探る
来訪回数	リピート率を把握する
地域活性に繋がると思われるイベント	地元住民の意見を取り入れ
	今後の地域振興のイベントを提案する

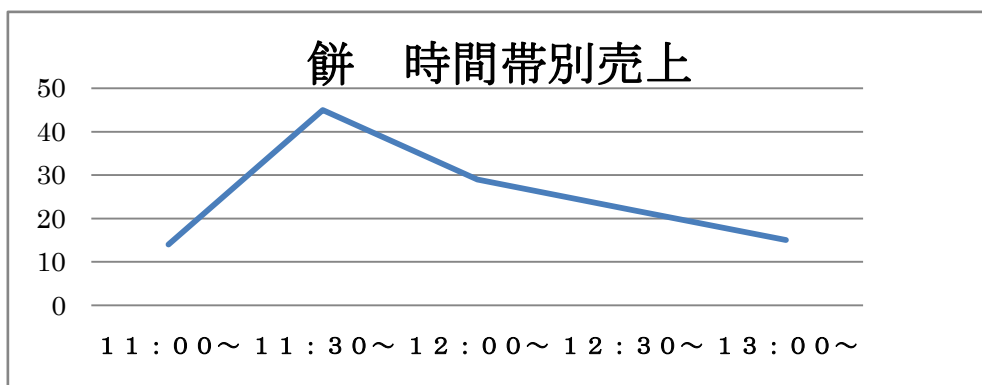
⑤ アンケート方法

直接聞き取り方式により、実施した。

① 販売結果

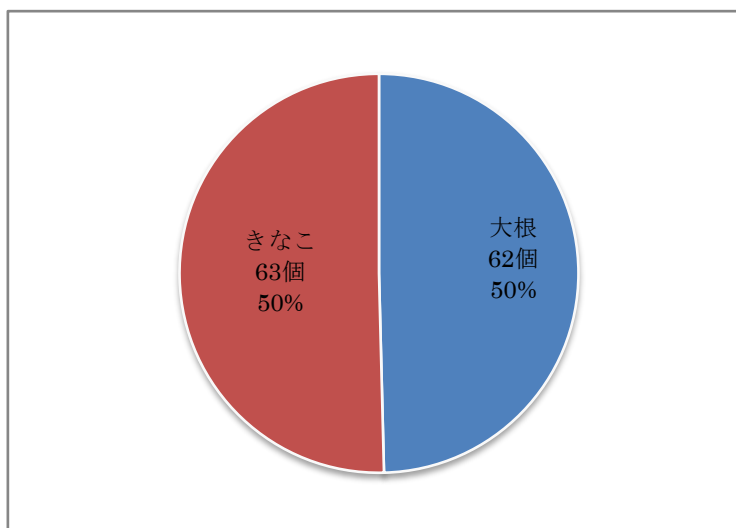
ア. 餅の販売結果

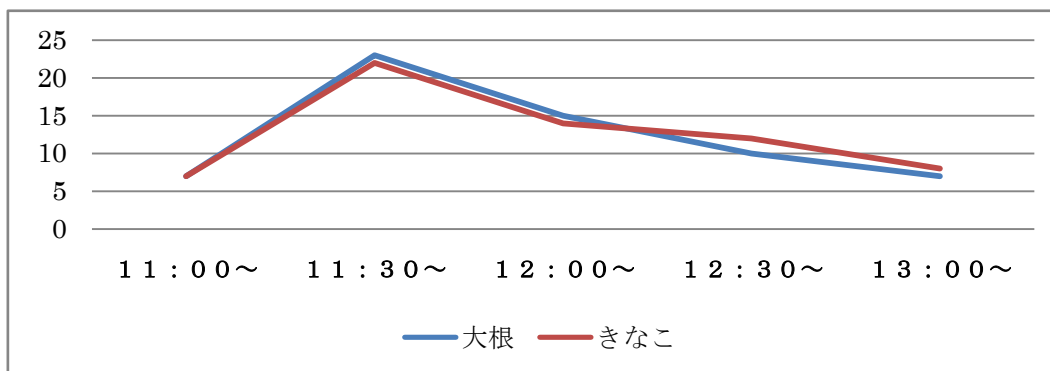
(ア) 時間帯別



最も売れた時間帯は 11:30~である。来場者数は、午前がピークであるため、ピークの時間に合わせて需要が集中したと考えられる。次いで売れた 12:00~は、お昼時であったことが起因し売れたのではないかと考えられる。

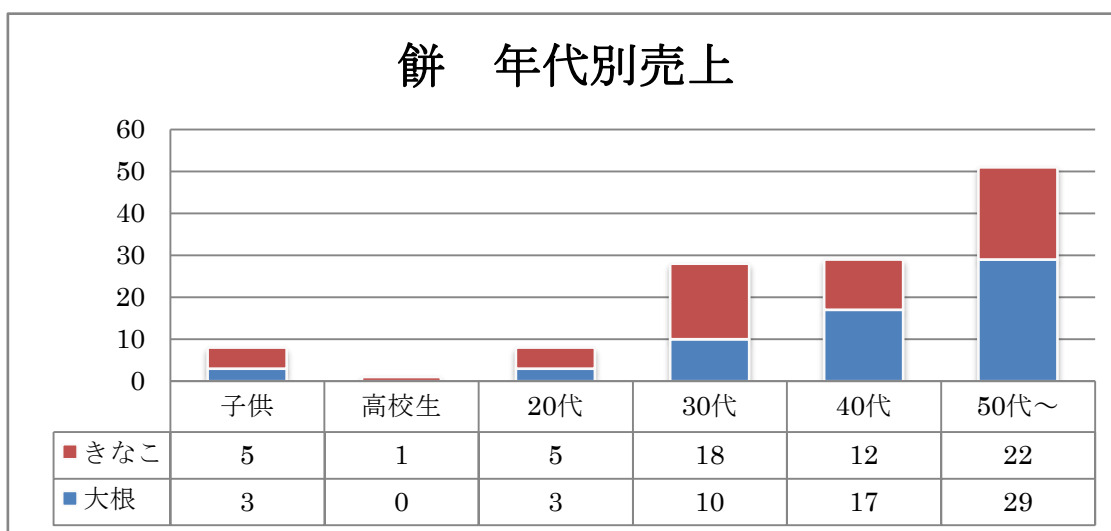
(イ) 種類別





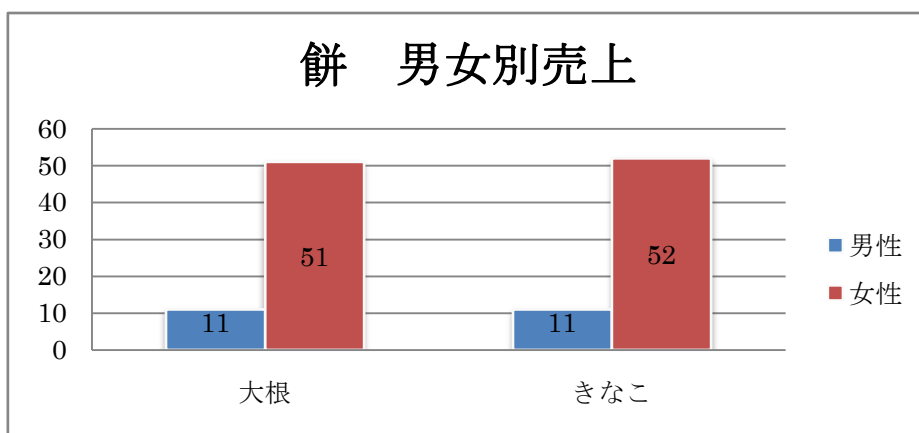
売上は、からみ餅 62 個、きなこ餅 63 個であった。共に 50% ずつ売れたことが分かる。また、時間帯別売上をみると、お昼時にはからみ餅が売れており、12:30 からはきなこ餅がからみ餅の売り上げを超えていることからおやつの役割を果たしているのではないかと考えられる。

(ウ) 年代別



全体の売上の 4 割が 50 代以上であったことが分かる。餅は年齢があがるにつれて売り上げが伸びる商品であるだろう。味の人気からみると、若年層はきなこ餅を食べる割合が高いことが分かる。一方で、からみ餅は、40 代、50 代以上からの人気が高いことが分かった。

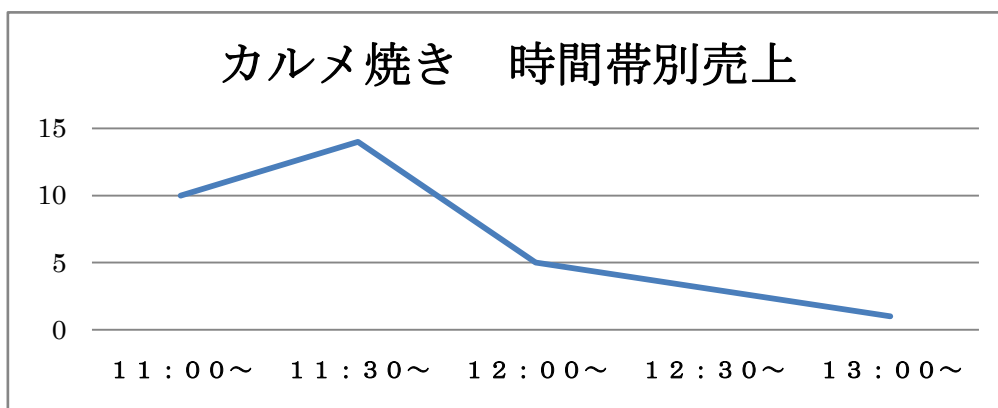
(エ) 男女別



男女別売上から、駒本バザーの来場者は女性が多いのではないかと推測できる。また、屋台の利用者も女性が多いといえるのではないかと推測できる。

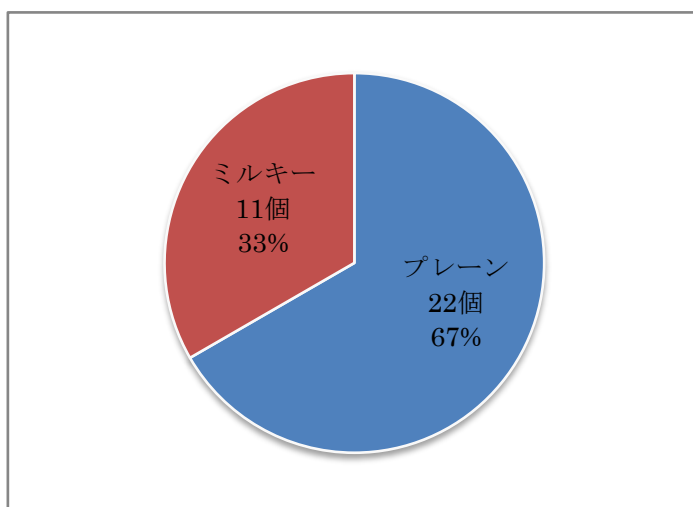
イ. カルメ焼きの販売結果

(ア) 時間帯別



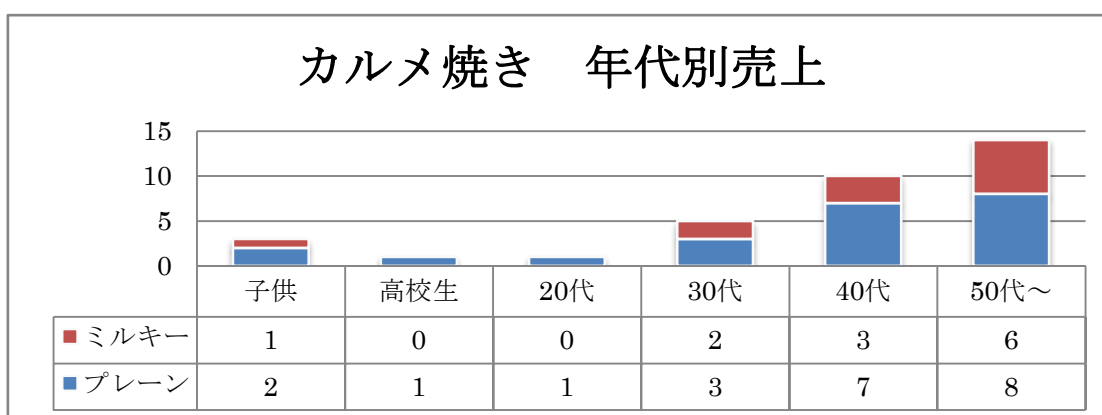
最も売れた時間帯は 11:30~、次いで 11:00~。13 時台の売り上げが極端に低いのは残った在庫を餅を購入した消費者に無料配布を行ったり、バザーを訪れた子供たちに無料配布したためである。しかし、11:00~12:00 まで販売個数が多いことから午前中の来場者が多かったことが窺える。

(イ) 種類別



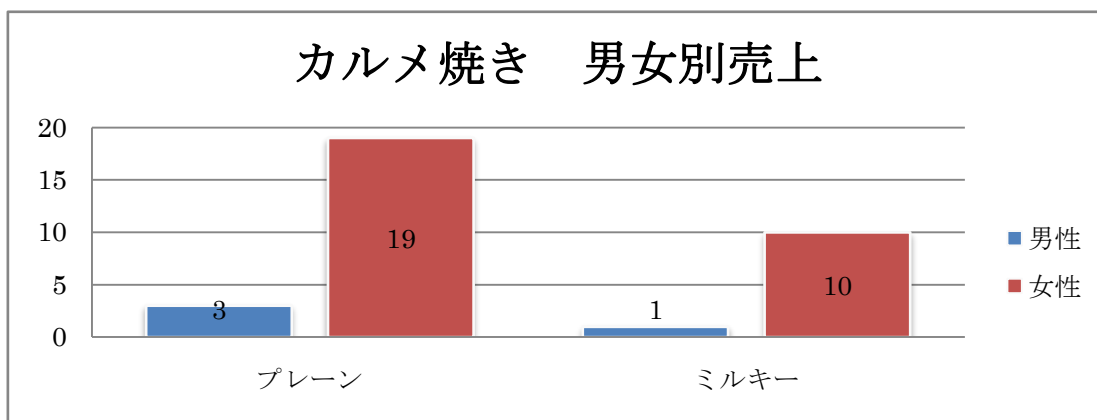
プレーンが 22 個、ミルキーが 11 個売れた。ミルキーがプレーンより少ない理由の一つにミルキーが在庫不足であったことが挙げられる。試食も用意がなかったため、消費者がプレーン味とミルキー味の違いを把握せず、購入に至ったことが結果であると推測できる。

(ウ) 年代別



50 代に最も多く売れた。次いで 40 代に多く売れた。無料配布を行った際に子供たちが喜んでカルメ焼きを手に入れている姿をみて、若い世代にはカルメ焼きの存在の認知からはじめ、実演販売の実施で購入意欲を増やすことができれば売れる商品であると考ええる。

(エ) 男女別



カルメ焼きの売上も餅と同様に女性の購買者が多いことが分かる。

～駒本バザーの概要～

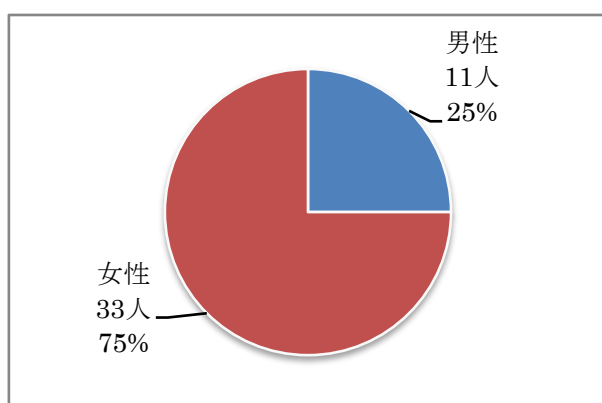
駒本門前会バザーは東京都文京区の駒本小学校周辺の人たちが東日本大震災をきっかけに子どもたちのために何かをしたいとの思いで発足されたボランティア団体である。初年度は東北支援が活動目的であったが、現在は地域振興も活動目的に加えている。収益は東日本大震災罹の義援金や子供たちの活動に寄付している。駒本門前会のメンバーは元 PTA や町内会や白山上商店街や文京区の大学の学生などから構成されている。

(3) 調査結果

(1) 被験者数及び属性

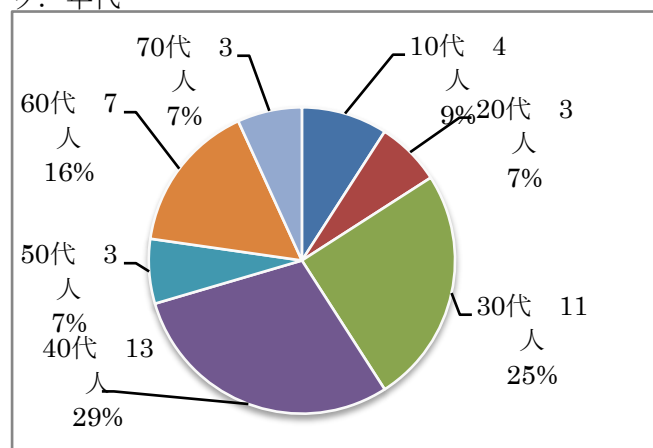
ア. 被験者数は 44 人であった。

イ. 性別



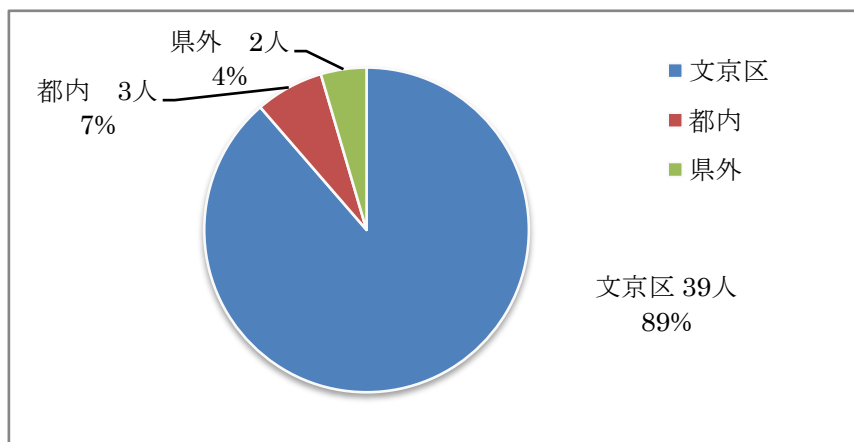
アンケートに答えてもらった人は、22%が男性、75%が女性であった。女性に被験者が偏ってしまった。

ウ. 年代



アンケートに答えてもらった人は、19歳以下が9%、20代が7%、30代が25%、40代が29%、50代が7%、60代が16%、70代が7%であった。全世代に話を聞くことができたが、割合で比較すると被験者が30代、40代、60代に偏ってしまった。

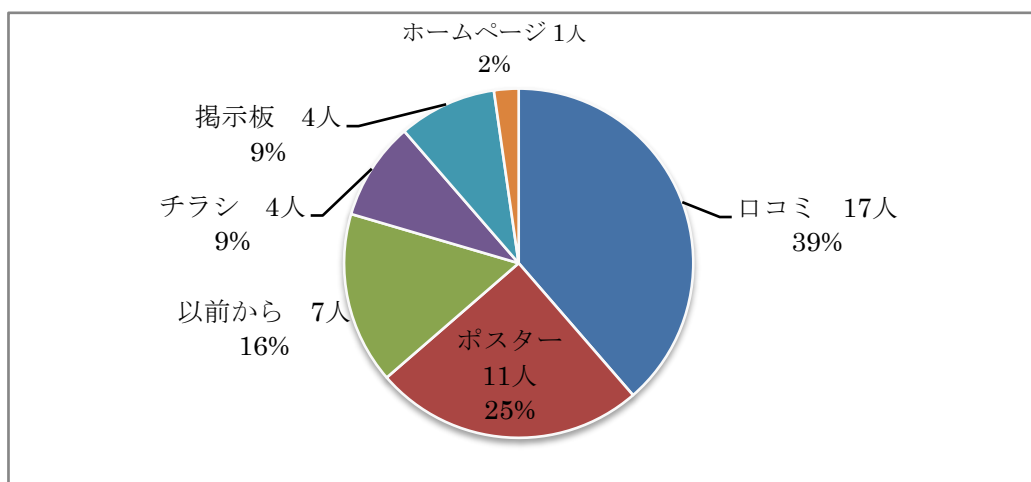
エ. 居住地域



アンケートに答えてもらった人の 89% の 39 名が文京区民であることが分かる。駒本バザーの認知度が狭いコミュニティの中では周知できているのではないだろうか。また、文京区以外の都内から 7% の 3 名、県外からは 4% の 2 名であった。

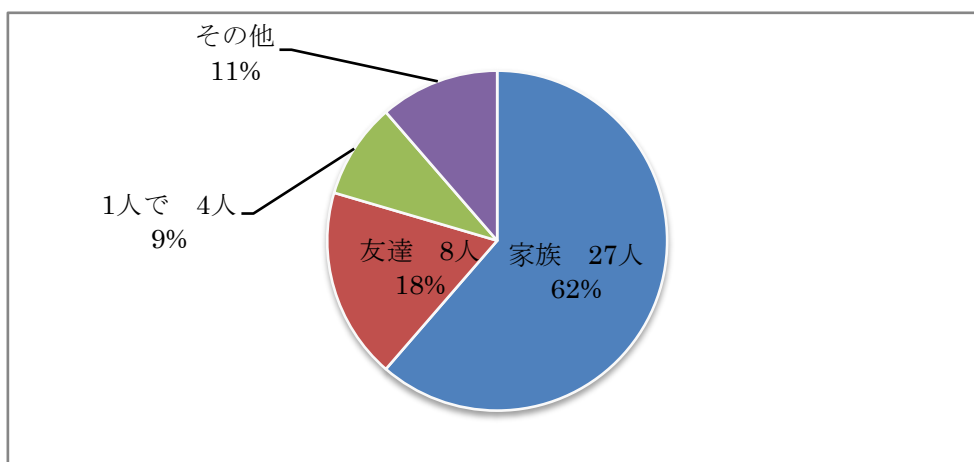
(2) 集計結果

① 認知媒体



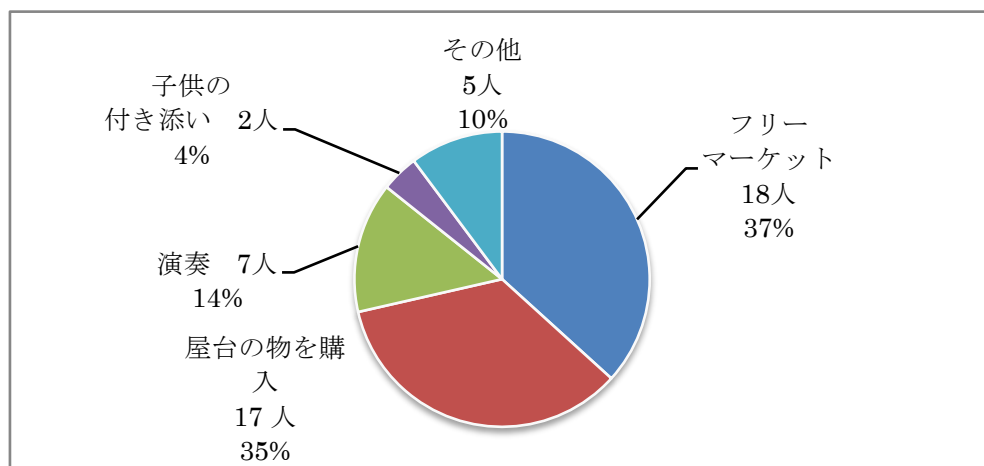
駒本バザーを知ったきっかけは、ロコミが最も多く 39%、また、紙媒体（ポスター、チラシ、掲示板）で知った人が約 4 割を占めた。地元住民主催のイベントであるため、コミュニティ内で独自の、イベント認知の広がり方をみせている結果だと考える。一方でホームページなどの情報発信による来訪者は 1 人と伸びしろがある結果となった。

② 同伴者



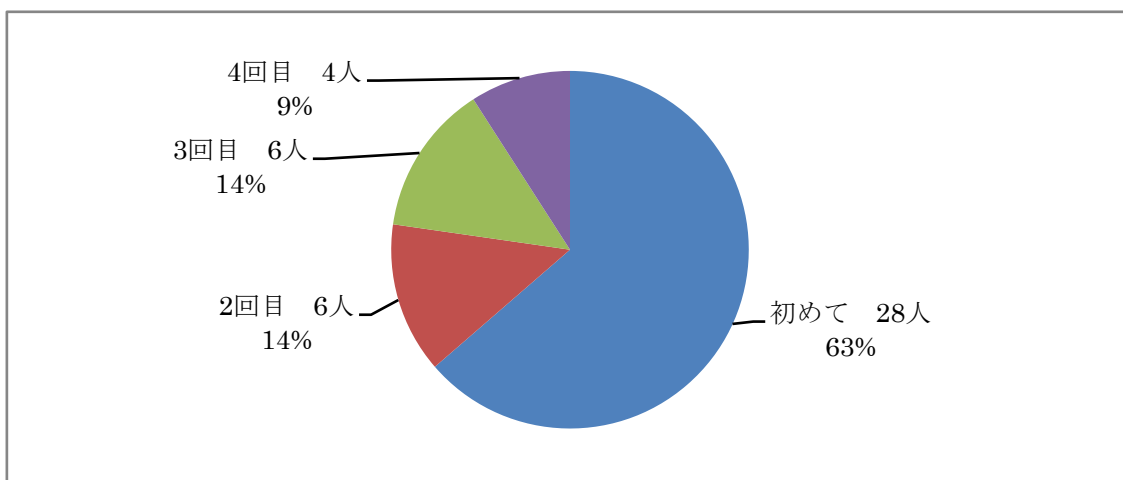
最も多かったのは家族であり、62%を占めた。我々が会場の様子を見ても、子供を連れた家族が多くみられた。開催場所が小学校であったため、食事と遊具での遊びを兼ねている家族が多かった。続いて、友達が18%、1人だけが9%、その他が11%となった。

③ 来訪目的



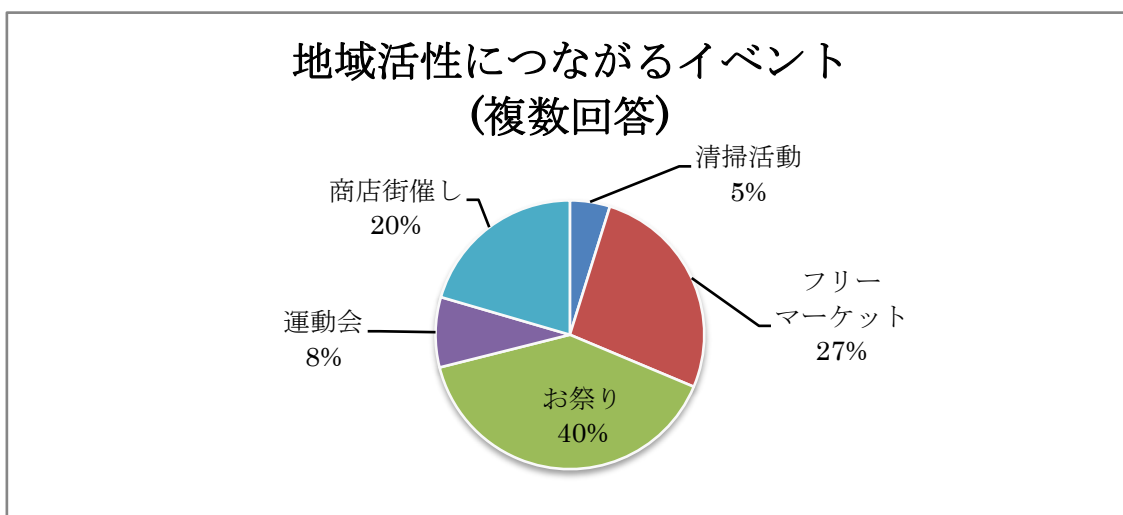
フリーマーケットを目的としている人が37%と最も多かった。ついで屋台の商品を購入が目的の人が35%。以前の目標であった東北復興支援のものよりも、文京区独自の催しものとして認知されているのだと考える。しかし、東北復興支援の1つとして東北で有名なホルモンや、2013年にヒットしたテレビ小説で話題となったまめぶ汁などの出店が行われており、文京区の個性と東北支援が目的のイベントとして成立していたと考える。

④ 来訪回数



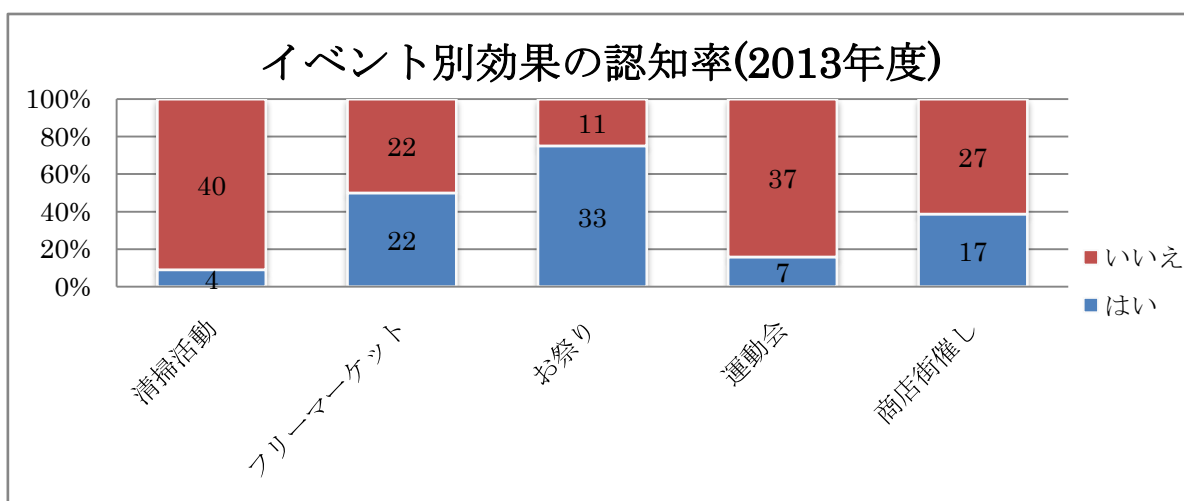
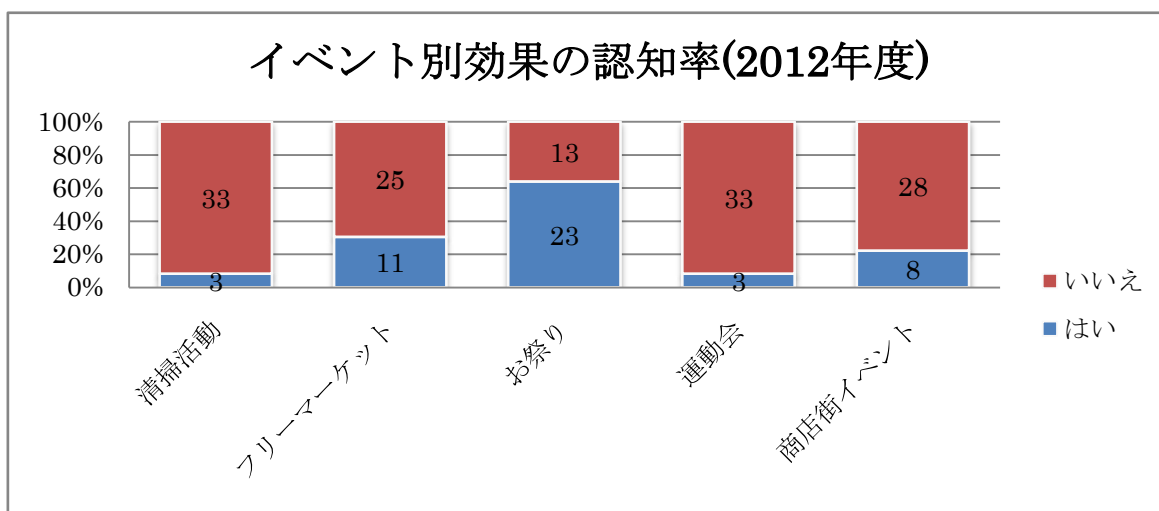
バザーの参加者は初めての参加者が約 63%であった。存在を知らなかったと答えた人が多かったため、まだ認知度が高くないことが窺える。これからリピーターが少ないと読み取れる。

④地域活性につながる思うイベント



地域活性にと思うイベントを選んでもらった。(複数回答可)

お祭りが 40%、フリーマーケットが 27%、商店街催しが 20%、運動会が 8%、清掃活動が 5%であった。お祭りが地域活性につながると考える被験者が多いと分かった。



アンケート項目において、前年度の調査項目と同じものを用意し質問したところ、被験者は前年度と異なるが結果はほぼ同じであった。お祭りが最も地域活性につながると答えた人が多く、白山まつりや根津神社のお祭りを例として挙げた被験者も多かった。また、フリーマーケットの割合も増えており、駒本門前会バザーを継続していく重要性を感じた。少数派の意見で、ただのフリーマーケットは地域活性につながらないという意見もあった。地域独自のフリーマーケット、食の提供によって、他地域とのバザーの差別化をはかることが今後の課題だと考える。

⑤駒本バザーへの要望

被験者に自由回答で駒本バザーへの要望を募ったところ多くの意見が寄せられた。

- ・物産展、模擬店の種類を増やしてほしい。
- ・宣伝活動をもっとしてほしい。
- ・もう少しにぎやかになってほしい。
- ・座って食べられるスペースを増やしてほしい。
- ・子どもたちが遊べるものを増やしてほしい。
- ・フリーマーケットで、品物を提供するので代わりに店番をしてほしい。

駒本バザーへの期待が大きく、今後発展していく上で改善できることが多いと感じた。

(3) 調査結果まとめ

11月24日は晴れており、来場者も訪れやすい気候であったと考える。フリーマーケットだけではなく、地元バンド演奏や大正琴の演奏など、地元開催ならではのバザーだったと感じた。

居住地域も9割の被験者が文京区に住まいを持っている人であったため、地域に根付いたイベント作りとして成立していた。しかし、外に向けた情報発信が足りないのではないかと考える。アンケート集計でも、PR活動をもっと積極的に行なってほしいという意見が多かった。駒本小学校の規模をみると、外からの来訪者を受け入れるキャパシティは持ち合わせていないと考える。しかし、駒本門前会の代表的な活動として継続していくのであれば、今後近隣コミュニティ内での参加者の増大を図ることは地域振興に十分役立つと考える。

駒本バザーはまだ歴史の短いイベントである。地域住民の発案によりバザーがスタートし今回4回目を迎えた。バザーをより地域に根付かせるためには毎年同じ時期に開催し、PR活動を進めることでより地域に根付いたイベントに発展していくと考える。

④会計報告

利益		
	売上高	26650円
	消費した材料費	9512円
	利益	17138円
商品別売上高		
商品名	単価	売上数量
お餅(大根)	200円	62個
お餅(きな粉)	200円	63個
カルメ焼き(プレーン)	50円	22個
カルメ焼き(ミルクィー)	50円	11個
材料費内訳		
材料	数量	値段
ポリパック	125個	375円
大根	20個	3160円
きな粉	3袋	414円
黒糖	2袋	596円
醤油	1個	138円
除菌シート	2個	210円
割り箸	1袋	105円
ゴム手袋	1袋	105円
もち米	4kg	4096円
ゴミ袋	1袋	105円
輪ゴム	1パック	208円
合計		9512円
* ガス代は計量してないため不明		

※注

下町まつりに使う予定で残っていた器材や材料の費用が約1万円であったことから、最終的な利益は7138円である。

（４）各出店事業共通作業

①つなぎ制作（広報班）

広報班では、出店事業時に着用するコスチュームの作成を行った。

1) コンセプト

地域の方々と一緒に活動していくうえで“つながり”を意識できるようにする。出店事業に参加していくなかで地域の方々と接する機会が多いため、親しみを持ってもらえるようなデザインを意識した。

また、ゼミ生全員がコスチュームを着用することの意義として、チームとしての統一感を持つことができる点や、地域の方やお客さんにも安心感を与え、東洋大学の東海林ゼミとして認識してもらえるという点が挙げられる。

2) つなぎ購入

購入元…サンワーク

価格…一着 1980 円

3) 作成過程

(1) ステンシル台紙、名前アイロンプリント台紙の作成

Cutting Master2 for Craft ROBO（ソフト）を使用し、背中部分に入れる文字と、足部分に入れる大学ロゴを作成した。

その後、Craft ROBO（カットする機械）を用いて、シール台紙にカッティングする。

(2) ステンシル作業（背中ロゴ・大学名ロゴ）

ステンシル台紙からシール部分をはがし、つなぎの生地に合わせて貼り付ける。このとき隙間があるとインクがはみ出してしまうので、よく密着させる。

ブラシを用いてセタカラーのインクをつなぎの生地にしみこませる。

(3) アイロンプリント作業（名前部分）

アイロンプリント用のシートの台紙をはがし、つなぎに位置を決め、アイロンをあてて固定させる



4) コスチュームデザイン図



図 1：背中部分のロゴ



図 2：足部分の大学ロゴ

5) 作成にあたっての留意点

文字部分はフォントを工夫し、親しみを持てるデザインを目指し、全体とのバランスを考え文字の大きさに注意した。また、文字の色を明るくすることで、読みやすくするとともに学生らしい元気を表現した。

表面ポケット部分には、各個人の名前をひらがなで表記することで、地域の方々や利用客にも親しみや安心感を持って接してもらおうと試みた。

左足部分には、TOYO UNIV. をデザインし、一目で東洋大学の学生であることを認識してもらおう意図があった。

6) 反省点

デザインを決める際にイメージに沿うものを作成することができなかった。当初の予定では文字だけではなく、“つながり”をイメージしたマークを入れる案もあったが、作成過程上やむを得ず断念した。イメージを形にすることの難しさを実感した。

夏季に着用する白Tシャツや手ぬぐいなど、つながぎ以外のものを準備できなかった点については、全体の作成スケジュールの管理が甘く実行に移すことができなかったことが原因であると考えられる。

アイロンプリントの貼り付け作業については、温度や時間の加減が難しく、失敗する場合が多かった。

②材料類の発注及び価格（総務班）

主に発注はインターネットを利用した。送料がかかるので発注回数には気をつける必要がある。そして輸送に時間がかかる場合や、在庫がない場合もあるので注意する必要がある。その他足りないものは白山駅周辺のスーパー等を利用すると便利であった。

	買い付け先	品目	規格	数量	単位	単価
	司城商店 http://www.shijoh.com/	茶粉		20	kg	¥6,152
たい焼き		白粉		20	kg	¥7,639
	ホールセールC&Cフジミ http://www.rakuten.co.jp/fujimi-cc/	つぶあん		1	kg	¥365
	プロフーズ http://www.rakuten.ne.jp/gold/profoods/	カスタード		1	kg	¥690
	セミプロDIY店 ファースト http://rakuten.co.jp/first23/index.html	白シート	3.6×5.4	1	枚	¥897
その他		たい焼き紙袋	マスターパック白2号	100	枚	¥271
	ペーパーミツヤマ http://www.rakuten.co.jp/paper-m/index.html	たい焼き容器	フードパックH1-A	100	個	¥343
		レジ袋	SK-40	100	枚	¥196

出店ごとに去年の報告書を参考に需要予測し、発注した。

●参考●

茶粉 1kg で 25 個分、白粉 1kg で 20 個分

あんこ 1 袋で 20 個分、カスタード 1 袋で 25 個分

例えば…

根津・千駄木下町まつりの二日間で 1000 個ずつ売れると予想…

茶たい焼きと白たい焼きそれぞれ 500 個ずつ売れると仮定した場合

- ・茶粉→20kg 必要
- ・白粉→25kg 必要

あんことカスタードそれぞれ 500 個ずつ売れると仮定した場合

- ・あんこ→25 袋必要
- ・カスタード→20 袋必要

これをもとに、少し多めに発注した。

購入表（スーパーで購入したもの）

※お祭期間中・準備期間・練習期間に購入したものを含む

★白山まつり（～9/7）★

購入品（スーパー購入）	個数
アルミホイル	1本
ゴミ袋	2袋
除菌シート	4袋
プロパンガス	1個
アルコールスプレー	2本
ビニール手袋	1つ
養生テープ	3個
ラップ	1本
ガスボンベ	1個（3本セット）
カルメ袋（ドット白・ピンク）	9セット
たまご	2パック（4個入り）
クリープ	2袋
重曹	2袋
ザラメ	2袋
グラニュー糖	1袋

★根津千駄木まつり（～10/19.20）★

購入品（スーパー購入）	個数
ふきん	2袋（4枚セット）
ガスボンベ	2個（3本入り）
カルメ袋（ドット白・ピンク）	14セット
ラップ	2本
除菌シート	6袋
アルミホイル	1本
ビニール手袋	1袋
養生テープ	3個
グラニュー糖	3袋
ザラメ	5袋
重曹	3袋
たまご	2パック（4個入り）
クリープ	2袋

★駒本門前会バザー（～11/24）★

購入品（スーパー購入）	個数
大根	23本
きなこ	3袋
黒糖	2袋
醤油	1本
除菌シート	2袋
割り箸	1袋（100本入り）
ゴム手袋	1つ
ゴミ袋	1袋
もち米	3袋（1.4kg）
納豆	2つ（3パック）

たい焼きのレシピ

☆ポイント

- ・たい焼き粉と水の分量比
茶たい焼き粉：水＝1：1.4　白たい焼き粉：水＝1：1
- ・粉 1kg でつくれるたい焼きの個数
茶粉 1kg で 25 個分　白粉 1kg で 20 個分
- ・あんことカスタード 1 袋でつくれるたい焼きの個数
あんこ 1 袋で 20 個分　カスタード 1 袋で 25 個分

※茶たい焼き：50 個/白たい焼き：40 個の場合

☆材料

- ・茶たい焼き粉 2kg
- ・白たい焼き粉 2kg
- ・水　茶たい焼き 2.8ℓ
　　　白たい焼き 2ℓ
- ・あんこ
- ・カスタード

☆準備

- ・タネ
 - ① バケツに水を入れる（⇒茶たい焼き：2.8ℓ/白たい焼き：2ℓ）
 - ② バケツに粉を少しずつふるいながら入れる（⇒茶たい焼き：2kg/白たい焼き：2kg）
 - ③ 電動泡だて器でよく混ぜ合わせる
 - ④ タネ落としに入れる
- ・あんこ
 - ① 袋を半分に切る（1kg を 500 g に分ける⇒「あ」と「ん」の間くらいで切る）
 - ② あんさしに入れる
 - ③ ヘラで均等に伸ばす
 - ④ 区切り器で 10 等分に印をつける
- ・カスタード
 - ① 袋の口を斜めに切る
 - ② カスタードさしに入れる（40 g × 5）

☆焼き方の手順（※はポイント）

- ① 焼き台の周りに危険なものがないか確認し、ガス栓を開き点火する。

※この際必ず一連ずつ開き点火する。全部の栓を開いてから点火するとガスが出ているので危険！

- ② 鉄板に油を塗る。

- ③ 鉄板の温度が 100℃になったら、右側にタネを入れる。（少なめ）

※焼きの最中に、温度を変えると、生地が生焼けやムラが出来るので、温度管理には十分注意する。

- ④ 板を軽く持ち上げて、生地を尾びれの辺りまで流し、スパチュラで伸ばす。

※生地がたい焼きの型からはみ出るくらい入れると、中身の具が飛び出さない。



スパチュラで伸ばす

- ⑤ ある程度タネが固まったら、あんこ or カスタードを入れる。（あんさしに対してへらを直角に入れ、奥から入れる）

※あんこは型に沿って気持ち斜めに置く。

尻尾の部分で少し折ると、型にはまる。



あんこを入れる

- ⑥ 左側にタネを入れる。（多め）

- ⑦ 傾けて素早く合わせて左側に倒す。

※両方の取手を握り、左側に差した方の板を持ち上げ、生地が流れて尻尾にたどり着くかつかない状態の時に反対の板と中央部分で合わせ、左側に倒しておく

⑧ 押し焼き、開く。

※生地が縁が開いてしまいそうな場合は強く押し、十分であればあまり押さない。

※下側になった方がキツネ色になったら焼きあがり。



押し焼き

⑨ 軍手でたい焼き用トレーに移し、はね切りで余分な生地を切って形を整え、たい焼き用スタンドに置く。

☆製作上のコツと注意事項

① 火入れ

- ・温度は、最初は低めで 100 度くらいがちょうどいい。
なお、左側が遅く点火する又は火力を弱くしておかないと焦げ付く。
- ・風によって火が消えてしまうこともあるので、随時点火の確認をする。

② あんこ

- ・大量に入っていたほうが美味しい。特に腹部の部分は別途に足すか、平たく伸ばすような工夫も必要。

③ 生地の流し込み

- ・左側は、右側に比べて、具の流し込みの量は少なめが良い。
- ・また、左側を重ねたときに、左側の皮が右側の鉄板にくっつく場合がある。これを避けるためには、右側の具をスパチュラで型の外側に少しはみ出て耳ができるくらいに伸ばしてやると良いかもしれない。

④ 鉄板

- ・火はずっとつけたままなので、鉄板の温度が高くなることもある。なので、たい焼きを焼かない時は左右の鉄板を中央で合わせて、火から遠ざけておく。
- ※いつでも焼けるように、常に鉄板の温度は 100 度になっているようにすること。

カルメ焼きレシピ

今年度から、たい焼きに加えてカルメ焼きの販売を開始した。私たちの祖父母世代の人は、カルメ焼きを家庭で味わった経験があるが、それ以降の世代はカルメ焼きというものを知らない。そこでカルメ焼きというものを広く知ってもらうため、パフォーマンスとして魅せることも目的の一つとして位置づけて、作成を始めた。また、作成に当たっては事前に校内で嗜好調査を行い、その結果を踏まえてざらめから作るプレーン味以外の新しい味の研究を行い、プレーン・ミルクの2種類を作成することとなった。

1、材料

カルメ焼き一個分

・ざらめ	30g	
・グラニュー糖	30g	
・クリープ	1.4g(約 4.5%)	
・水	11cc	
・卵白	15g	} A
・重曹	45g	
・グラニュー糖	7.5g	

2、機材

- ・ガスコンロ
- ・専用おたま、かき混ぜ棒
- ・はかり
- ・温度計
- ・水差し
- ・マドラー
- ・鍋（おたま洗浄用）
- ・布巾（濡れたもの、乾いているもの一枚ずつ）
- ・温度計洗い

3、作り方

- ①蓋つきの容器に上記 A を入れ、メレンゲのようになるまで、1 分間ほど混ぜる
（以下これを重曹卵と呼ぶ。）

※封をすることを忘れない！重曹卵が乾いてしまうと、うまく膨らまなくなる

②材料をおたまにいれる

プレーン：ざらめ 30g、水 11cc

ミルク：グラニュー糖 30g、クリープ 1.4g、水 11cc

③弱火にかけ、128 度まで熱する

(焦げ目がつかないように、温度計でかき混ぜる)

※100 度に達するまでに、ざらめ・グラニュー糖を溶かしきらなければ、舌触りが悪くなるので注意！



④火からおろして乾いた布巾にのせ、泡が小さくなるまで待つてから、混ぜ棒に重曹卵を付けて入れ混ぜる

※泡が完全になくなると、膨らまなくなる

⑤混ぜていてざらつき始めたら、適度なタイミングでかき混ぜをやめる

※混ぜ棒を抜くタイミングが遅くなると、右図のように中央に穴があいてしまう



⑥膨らみ始めたら、濡れ布巾の上でしばらく休ませる

※ミルク味はある程度膨らんだあと、しばむことがある

⑦熱が冷めたら、再度火にかけ、おたまから外す

4、カルメ焼きのレシピの検討

(1)考察理由

カルメ焼きといえばざらめを用いたプレーン味なのだが、カルメ焼きを知らない若者にも気軽に食べてもらえるように、新しい味の開発を試みた。老若男女に親しまれている不二家のミルクィーからヒントを得てクリープ味を開発した。

(2)開発方法

試作会を開き、グラニュー糖に混ぜるクリープの量を検討した。

①事前に、グラニュー糖 30g に対してクリープ 1.2g(4%)を混ぜたカルメ焼きを試食した。

クリープは味が薄かったため、基準を『クリープはグラニュー糖に対して 4.5%』と定めた。

- ②上記のクリープの量を 4.5%、5%、7%に変えたものを用意した。
- ③一口ずつゼミ生が試食し、それぞれ舌触り、味の濃さを評価した。
- ④評価をもとに話し合い、カルメ焼き班で分量の最終決定を行う。

(3)結果報告

割合を多くするとそれぞれの味は濃くなるが、カルメ焼きはうまく膨らまなくなる。クリープについては、どの割合でも味ははっきりと認識でき、4.5%が一番膨らんだ。逆にそれ以上増やすと膨らまなかったため、商品化することができなかった。

5、カルメ焼きの原理

カルメ焼きを作る際に入れる重層は炭酸水素ナトリウム(NaHCO_3)と言い熱を加えることにより以下の式のように反応する。



これによって発生する二酸化炭素の気泡によってカルメ焼きは膨らみます。味は砂糖とそれが焦げたカラメルの味。また重層は苦みがあるので重層を入れ過ぎると苦くなります。

6、カルメ焼きの歴史

カルメ焼きの歴史は意外に古く、室町時代に伝来した「南蛮菓子（なんばんかし）のカルメラ」が元祖である。ポルトガル語の「カルメラ（甘い糖菓子という意味）」が訛って、後に「カルメ」に変化したと言われている。

もちレシピ

お餅の作り方

1 用意するもの

(1) 材料

もち米（1人1合（150g）程度）、大根おろし（麺つゆや醤油）など

※1kgが400～600円 「こがねもち」という種類はコシがあっておいしい

（切り餅1個が40円～50円） （もち米1升は1.5kg）

(2) 包装用品

箸とポリパック、輪ゴム

(3) 機材類

ペール、餅つき機、コンロ式（もち米の蒸し用）、プロパンガス、羽釜と蒸し器、フタ、蒸し布、竹すのこ、水切り用のボール、ビニール手袋、しゃもじ、餅カッター、ヤカンとコンロ式（お湯の補充用）

大根おろし入れ、スプーン、大根おろしのおろし金、ピーラー

2 手順

① もち米を水に8時間～16時間つけておく（うるかしておく）

- ・ 研ぎは3回。最初の1回目の水はもち米がとぎ汁をすぐに吸ってしまうことから、手早く水を捨てる。
- ・ 古水はつけおきを長く、暑いときは雑菌が繁殖しないように冷蔵庫または保冷箱で保管

② もちの味付け用の調味料を用意する

からみもち：大根、醤油（orめんつゆ）きなこもち：きなこ、黒糖

③ せいろにもちを入れて、もち米の水を切る

せいろに竹すのこ蒸し布をしいてもち米を入れ、ボールなどの上で餅の水切りをする

④ コンロをセットする

羽釜に水を入れ、お湯を沸かす。

⑤ もち米を蒸す

蒸し布をもち米の上に折りたたんで羽釜に蒸し器をセットし、蓋をする。約 25～40 分

- ・沸騰してから蒸し始める。もち米の真ん中に穴をあけると早く蒸しあがる。
- ・強火、途中で打ち水も。
- ・羽釜のお湯が少なくなってきたら、やかんで熱湯を足す。
- ・もち米は蒸しあがっても赤飯のような固さ。芯がなくてつぶれる状態がOK
- ・羽釜のお湯の量に注意（くれぐれも空焚きしないように）

⑥ 餅つき機にかける

蒸しあがったもち米を蒸し布ごと引き上げて、餅つき機にかける。約 10～15 分

- ・もちを取り出すときは、モーターをとめない。

⑦ 小分けにする

つきあがった餅を餅カッターに入れ、小分けにする。

3 餅の味付け

からみ（大根おろしと醤油）、きなこ（きなこと黒糖）

※きなこ 1 : 黒糖 1.5 の割合で混ぜる。

調査報告

文京つつじまつり

例大祭

根津千駄木下町まつり

根津神社 3 つのまつり比較

5. 調査報告

1. つつじまつりの概要

つつじまつりは文京花の五大まつりの一つで根津神社境内にある約2000坪のつつじ苑で行われる。つつじまつりは約100種3000株のツツジが咲き見頃である4月下旬頃から始まる。(その年の気候により、かなり異なる。) つつじの種類が非常に多く、開花時期がそれぞれであるため、早咲きのつつじから遅咲きのつつじへと花が移り変わり、長い期間様々なツツジを楽しむことができるお祭りで、中には、風車のような花卉のハナグルマ、黒ツツジと呼ばれるカラフネ等珍しいものも見る事ができる。

～アンケート内容～

アンケート項目は以下の通りである。

性別	被験者の属性を把握する
年齢	被験者の属性を把握する
お住まい	被験者の属性を把握する
認知媒体	有効な情報手段を知り改善点を探る
同伴者の有無	まつりに誰と来ているかを把握する
来訪目的	来訪理由を知る
来訪回数	リピート率を把握する
例大祭の認知	例大祭の認知度を把握する
例大祭の来訪予定	例大祭の認知度・利用率を把握する
下町まつりの認知	下町まつりの認知度を把握する
下町まつりの来訪予定	下町まつりの認知度・利用率を把握する
文京つつじまつりの良かった点	継続していくべき点を把握する
文京つつじまつりの悪かった点	改善すべき点を把握する
文京つつじまつりについての要望	まつりへの満足度・意見を把握する

① 調査目的

つつじまつりを利用している人の属性を知り他の2つのまつりと比較するためである。

② 日時

平成25年度5月1日、2日、4日の計3日間である。

③ 場所及び被験者

文京つつじまつりにおいて、来場者を対象に実施した。

なお、このアンケート内に9月に行われる例大祭と10月に行われる下町まつりについての質問も入っているが、それは、例大祭と下町まつりでもアンケートを取り、このつつじまつりで得たアンケート結果と比較して考察するために質問に含んでいる。

[illegible]

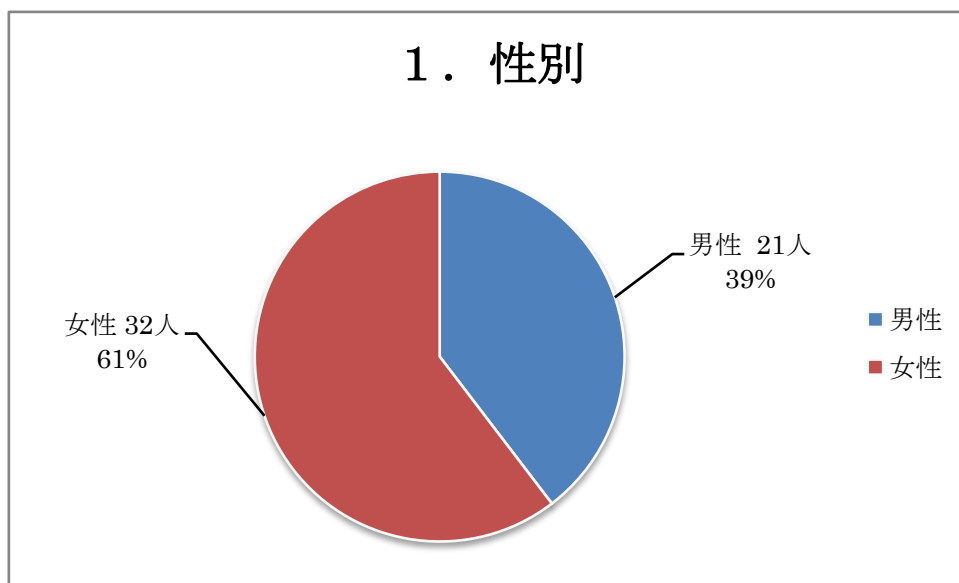
126

～アンケート結果～

今回のつつじまつのアンケート被験者数は 53 人であった。当初の被験者数の目標は 50 人であったためアンケートの目標取得数に達した。これは GW であったことと、天候に恵まれたということが大きな要因となったのではないかと考える。

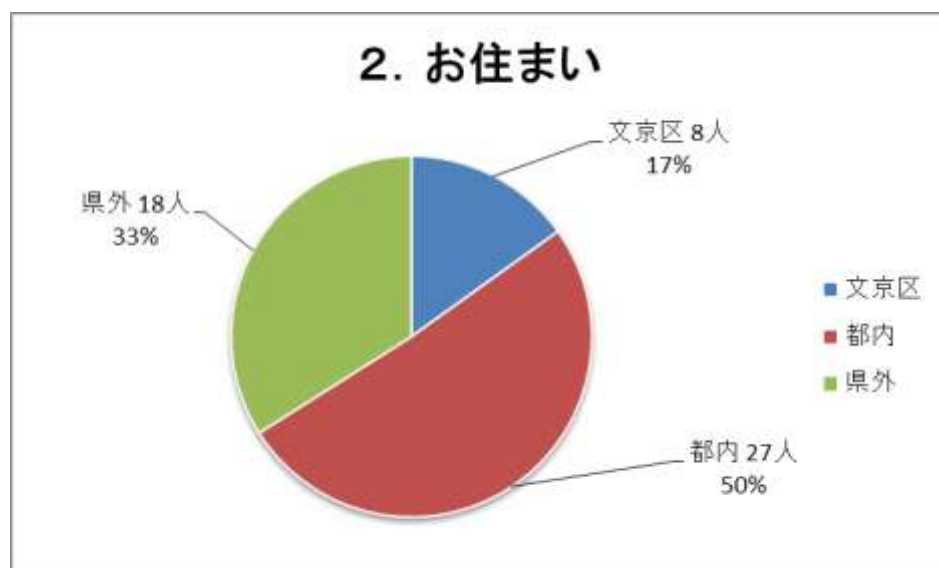
早速アンケートの結果について、以下に記していきたい。

(1) 性別



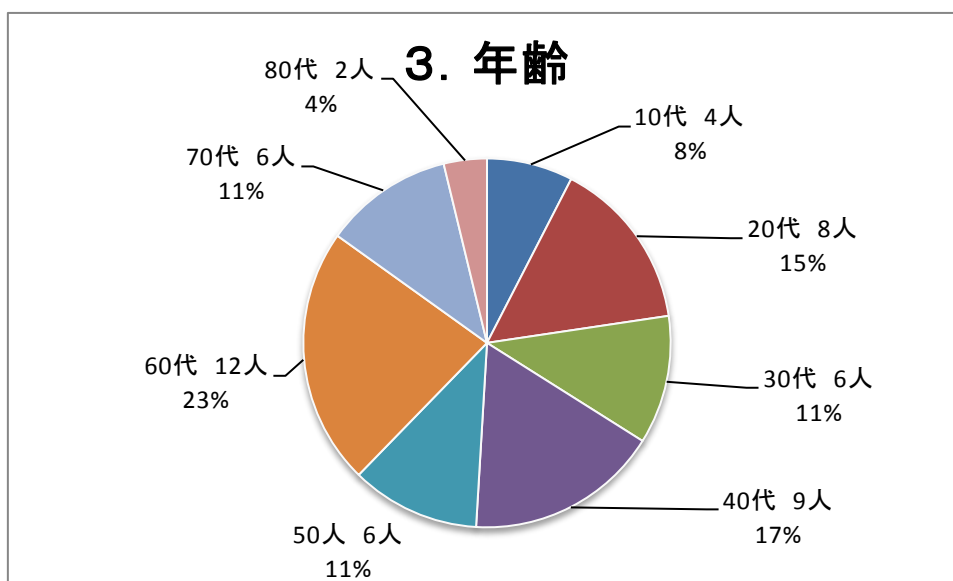
アンケートに答えてもらった人の割合は、男性が 21 人で 39%、女性が 32 人で 61%という結果であった。これは、つつじまつりということで、花に興味がある女性の来訪者が多かったのではないかと考えられる。

(2) お住まい



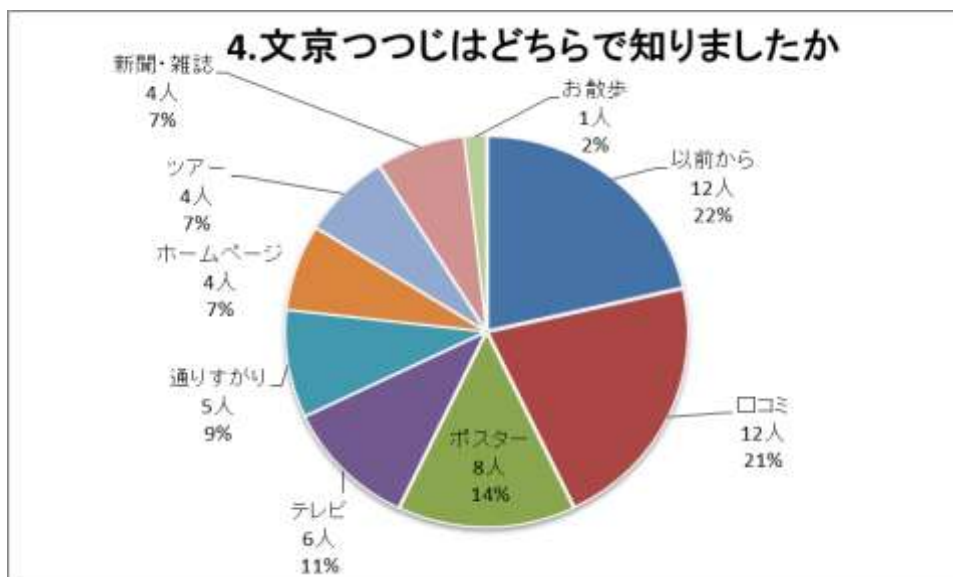
お住まいに関するアンケートについては、文京区内に住んでいる方が 8 人で 17%、都内に住んでいる人が最も多く 27 人で 50%、県外に住んでいる人が 18 人で 33%という結果であった。この結果において文京区内に住んでいる人の来訪者数が県外からの来訪者数よりも少ないということがとても驚いた結果であった。

(3) 年齢



このアンケートに答えてくださった皆様の年齢は10代が4人で8%、20代が8人で15%、30代が6人で11%、40代が9人で17%、50代が6人で11%、60代が12人で23%、70代が6人で11%、80代が2人で4%という結果で、最もアンケートに答えてくださったのは60代の方々であった。実際に根津神社にて、アンケートを取っていた際、若い人よりも年配の方のほうが、多く来訪していたと感じた。

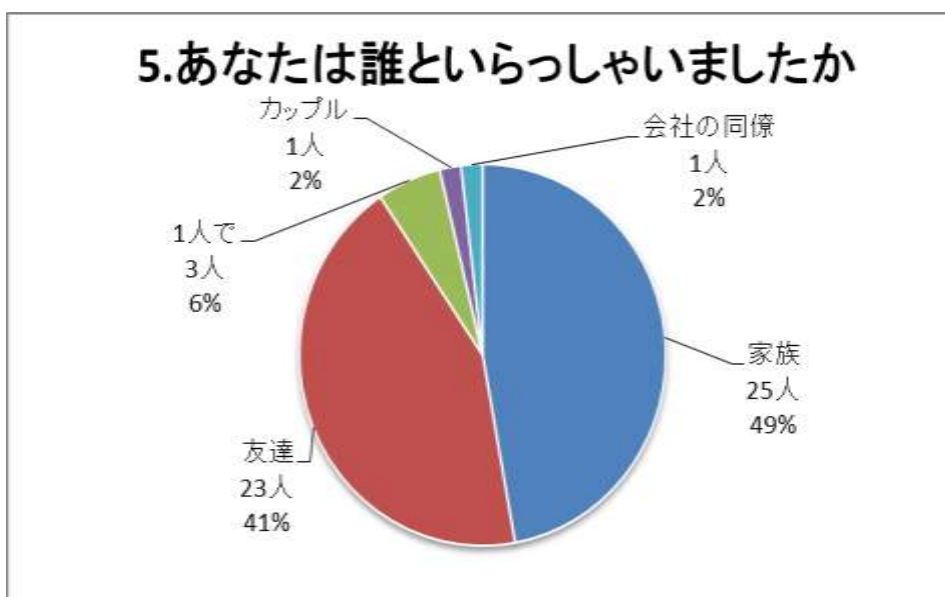
(4) つつじまつりをどこで知ったか



つつじまつりをどこで知ったかというアンケートについては、以前から知っていたという人が12人で22%、口コミで知ったという人が12人で21%、ポスターで知った人が8人で14%、テレビで知ったという人が6人で11%、通りすがりで来訪した方が5人で9%、ホームページで知った、ツアーで来た、新聞・雑誌で知って来たという人がそれぞれ4人ずつで7%、お散歩中に知ったという方が1人で2%という結果になった。この結果から、この祭りの広告媒体による宣伝は、どの方法においても、効果を発揮していると言えるのではないだろうか。

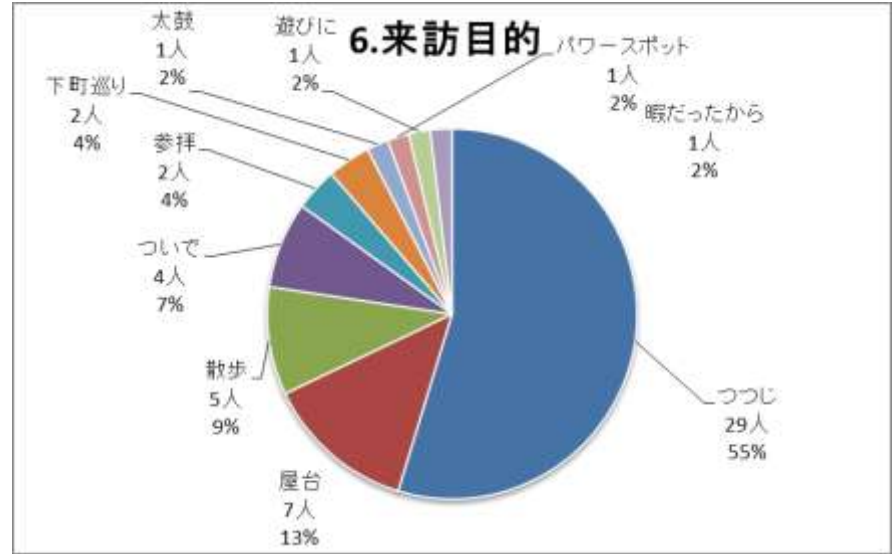
また、この質問は、複数回答を可に設定したため、53個以上の回答が生まれている。

(5) 同伴者について



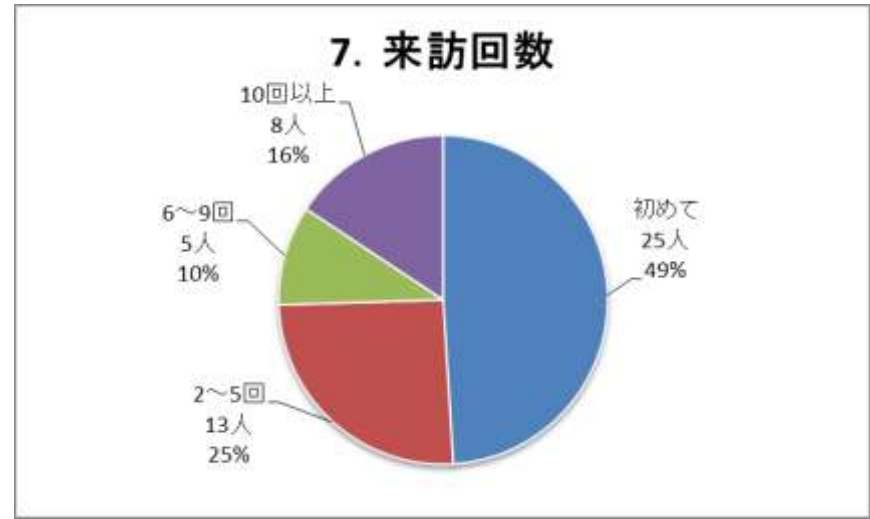
つつじまつりに、誰と一緒に訪れたかというアンケートには、家族連れで訪れたという方が 25 人で 49%、友達と一緒に訪れた人が 23 人で 41%、1 人で訪れた人が 3 人で 6%、カップルで来た、会社の同僚と来たという人が 1 人ずつで 2%という結果であった。家族で来た人が多いのは、アンケートを取った期日が GW であったということで、仕事がお休みの人がいたことと関係しているのではないかと考える。

(6) 来訪目的



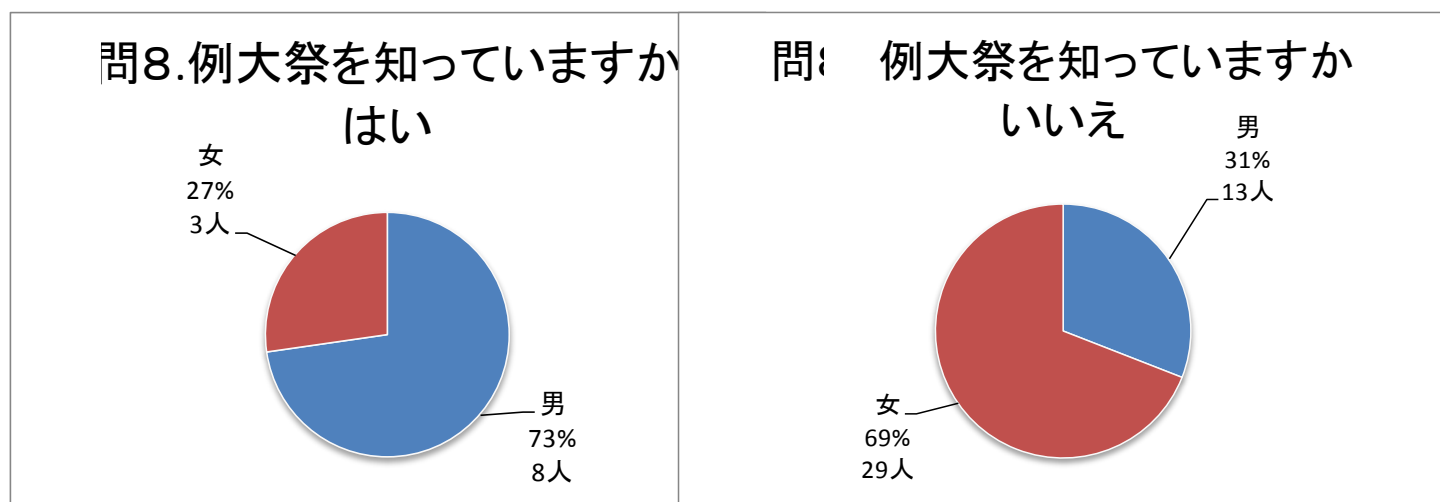
来訪目的に関するアンケートに対する質問に対しては 29 人 55%という半数を超える人が、つつじの観賞を目的来訪しており、その他の来訪理由としては屋台(7 人、13%)、散歩(5 人、9%)何かのついで(4 人、7%)などがあつた。この結果は、やはり、つつじ祭りのメインはつつじであるということを示したデータになっていると思う。

(7) 来訪回数

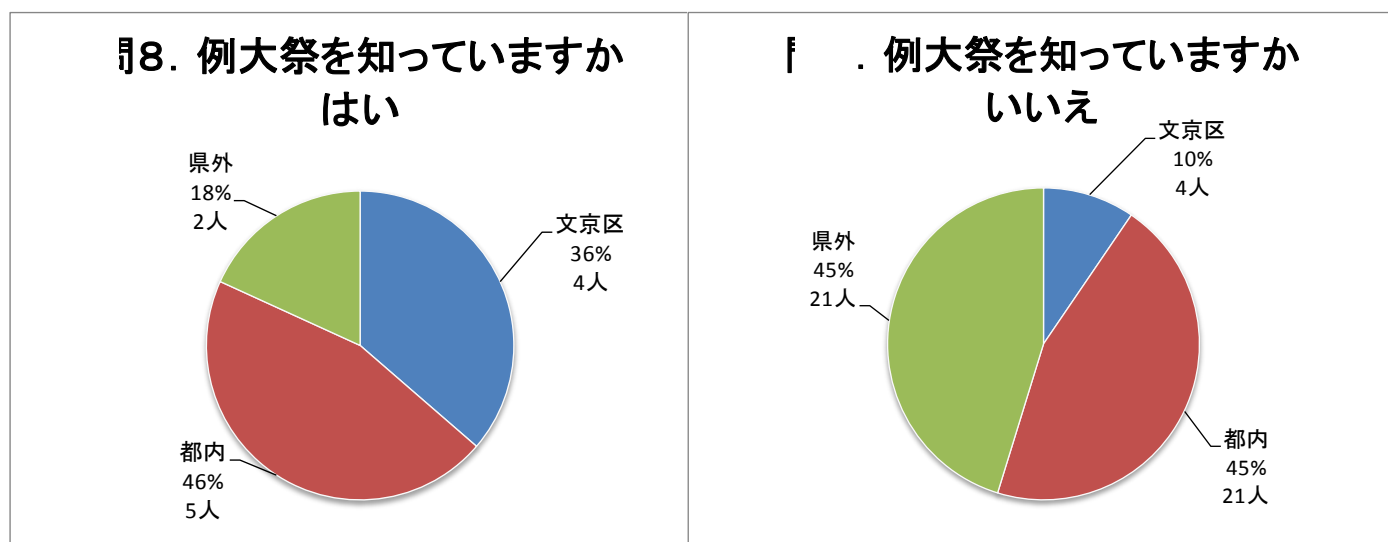


つつじまつりへの来訪回数についてのアンケートに対しては、25 人、49%の人が「初めて」であるというデータが出た。これは、各広告媒体による、宣伝などが功を奏して、新規の来訪者の獲得に成功したことが関係しているのではないかと考える。

(8) 例大祭を知っていますか？

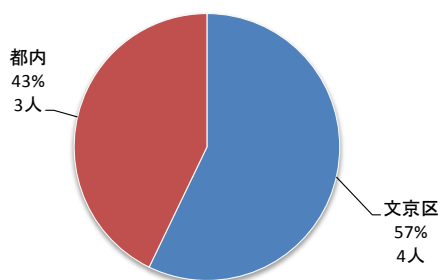


例大祭の認知に関する質問に対して、「はい」と答えた人は 50 人中 11 人で全体の約 20%、「いいえ」と答えた人は 42 人で全体の約 80%と知らない人が圧倒的に多かった。さらに、男女に分けて分析してみると、例大祭を知っている人は男性が 8 人、73%で女性は 3 人、27%で例大祭を知っている人の中でも男性の認知度が高いことがわかった。

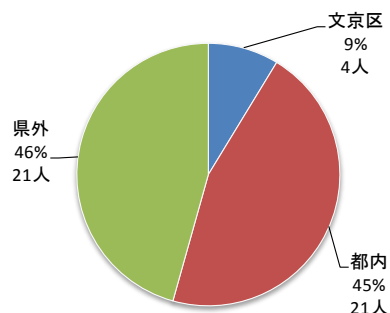


次に、地区別に認知度を分析すると、知っている人のなかでも文京区が4人、36%、都内5人46%、県外2人18%と、文京区を含めた都内の認知度が高かった。例大祭は、全国各地で開かれている祭事であるため、根津神社の例大祭の需要は低いのではないかと推測する。

問8+α. 例大祭来訪予定はありますか
はい



8+α. 例大祭来訪予定はありますか
いいえ

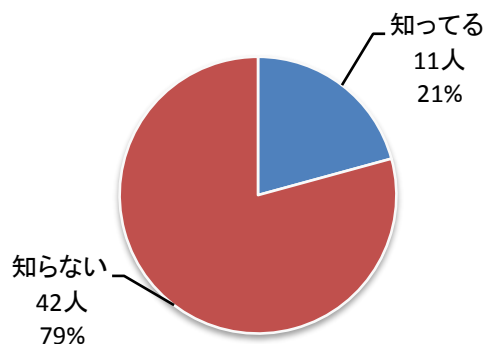


そのため、都内と県外の認知度が低いのであると考える。また、誘致距離もこの例大祭誘致に関係してくるだろう。また、「いいえ」と答えた人のなかでも文京区の居住者である人がいるため、宣伝広告の方法を考える必要があると感じた。

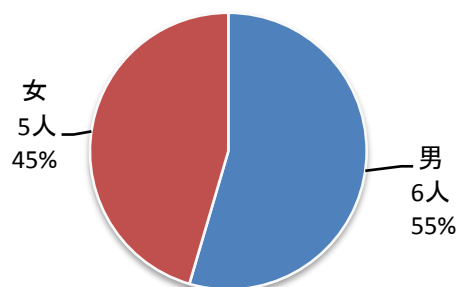
例大祭を知っている人の中で、来訪予定がある人は7人で、文京区4人、57%、都内3人、43%であった。県外の人には来訪予定がない事が分かった。来訪予定がない人は46人で、文京区4人、9%、都内は21人、45%、県外21人、46%であった。都内の例大祭を知っている25人の中で来訪予定がある人は約1割であったが、文京区内は8人中半数の4人が、来訪予定があると答えた。

(9) 下町まつりを知っていますか？

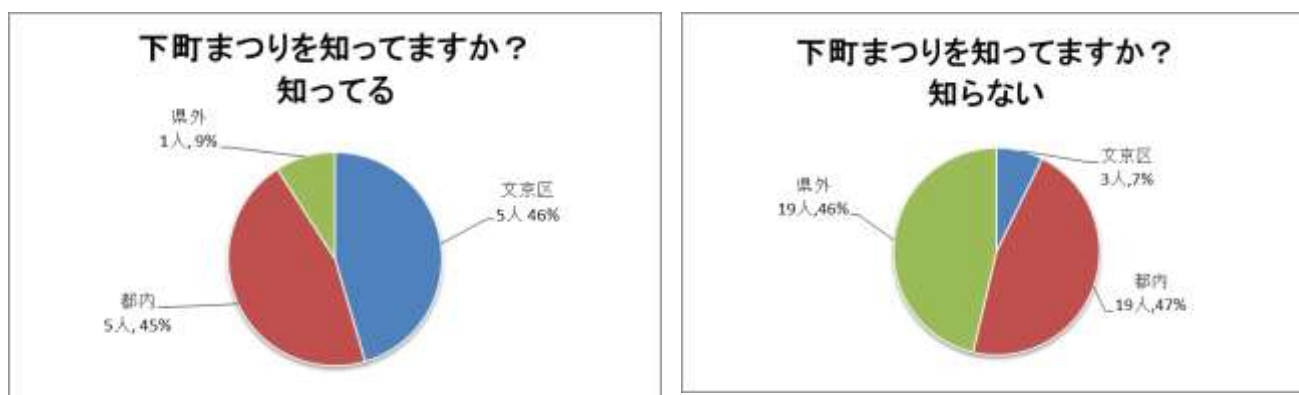
9. 下町まつりを知っていますか



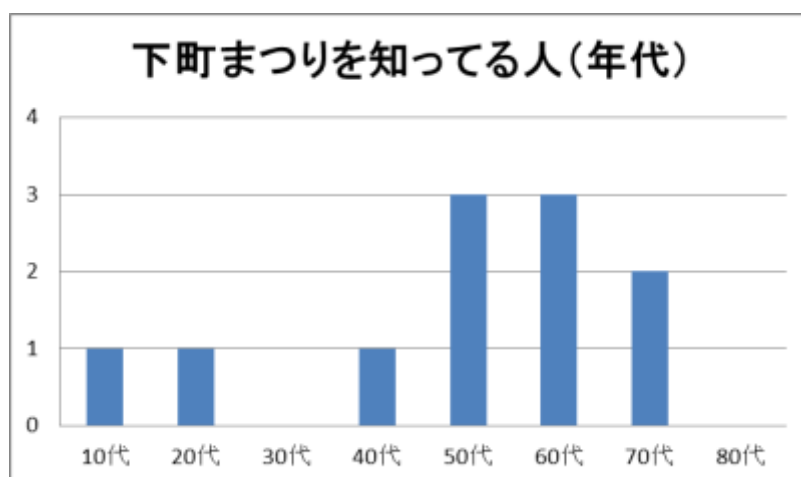
9. 下町まつりを知っていますか



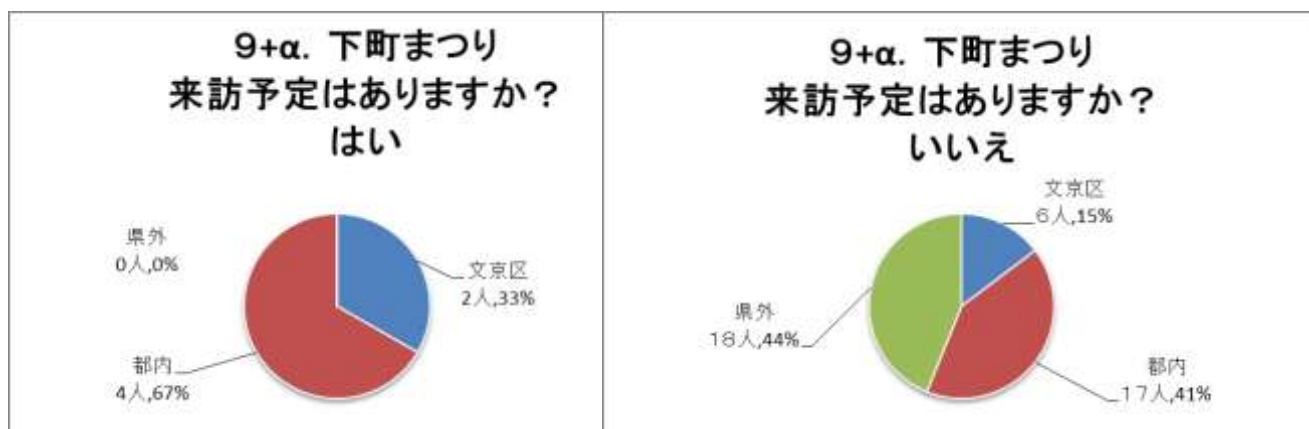
下町祭りを知っている人は53人中、11人、21%、知らない人は42人、79%であった。そこから分析するに、例大祭より知名度が低かった。男女差は見られない事が分かった。



下町祭りの認知度を地域別にわけて分析すると、知っている人は文京区5人で46%、都内5人で45%、県外は1人で9%であった。また、知らない人は全体で41人と多いことが分かった。



次に、年代別に知っている人を分析すると、主に50代、60代、70代の人を知っていることが分かった。地域主体で動くお祭りであるため、高齢者人口の意識が高いのではないかと考える。



下町まつり来訪予定は文京区 2 人で 33%、都内 4 人で 67%、県外 0 人で 0%であった。県外からの需要がない。下町まつりの来訪を考えてない人は全体で 41 人であった。

(9)つつじ祭りの良かったところ 自由回答

自由回答の中で挙げた、主な回答をまとめる。

- ・つつじがきれい 23 人
- ・出店がいい 5 人
- ・雰囲気がいい(にぎわっている) 4 人
- ・太鼓のパフォーマンスがいい 3 人

その他の回答として、伝統的でよい、地域の人のかさが感じられるなど、ハード面よりソフト面を重視する回答が多く述べられた。

(10)つつじまつりの悪かったところ 自由回答

- ・屋台の物価が高い
- ・屋台が密集しすぎである
- ・駅から遠い
- ・つつじの開花時期がお祭りと合っていない 各 1 人

以上の記述から屋台の配置などに関して改善することができるだろう。

(11)つつじまつりへの要望

- ・駐車場が少ないので増やしてほしい
- ・座って休むスペースを増やしてほしい
- ・案内板の充実を図ってほしい
- ・つつじの観賞エリアの有料（200 円）を無料化にしてほしい

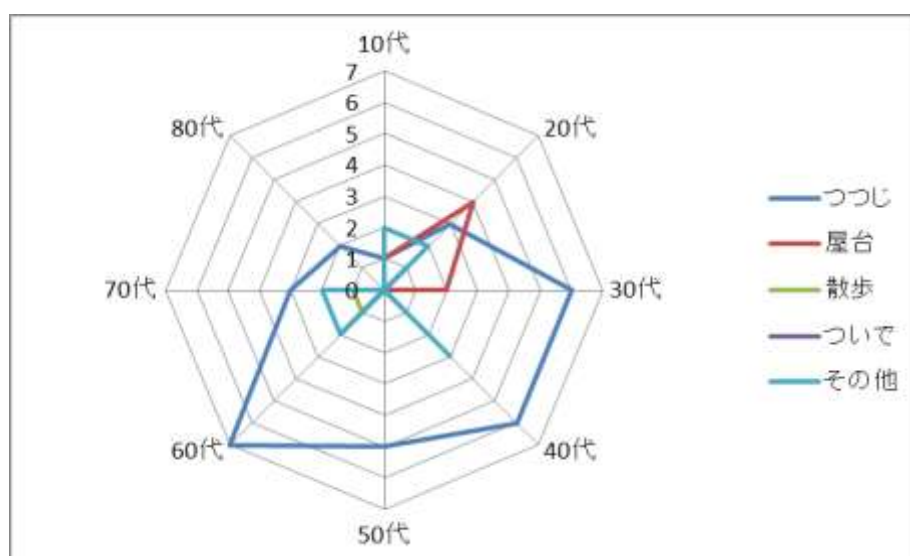
年代として、年配の観光客が多かったように感じたので、座って休んでいる人が多かった。ただ、椅子の配置が足りなかったため、樹の根元や鳥居の下の段差に座っている人が複数いた。また、つつじエリアの有料化については、花の管理維持に必要な財源であるため継続してもいいのではないかと思う。

～クロス集計～

これらのデータの中から、我々はいくつかのデータを使用し、クロス集計を行った。クロス集計とはある 2 つの項目に注視し、データの分析や考察を行うことである。今回は 2 つのクロス集計を行った。

① 年代と来訪目的の関係について

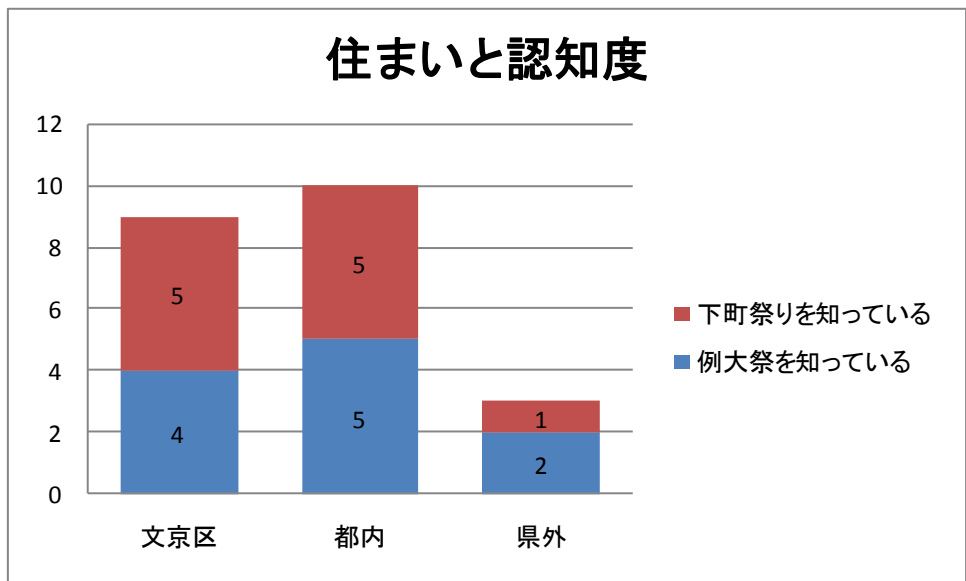
	つつじ	屋台	散歩	ついで	その他
10代	1	1	0	0	2
20代	3	4	0	1	2
30代	6	2	0	0	0
40代	6	0	1	0	3
50代	5	0	0	0	0
60代	7	1	1	2	2
70代	3	0	1	0	2
80代	2	0	0	0	0
合計	33	8	3	3	11
					合計 58回答



年代と来訪目的のクロス集計については上の表のようになった。この表からわかることは 10 代と 20 代の方々を除いては主な来訪目的がつつじ観賞となっているということである。

これから、10 代 20 代の若者を来訪者に取り込んでいくためには、つつじの魅力や、つつじまつりの歴史などの認知度の向上などが必要となってくるのではないかと考える。

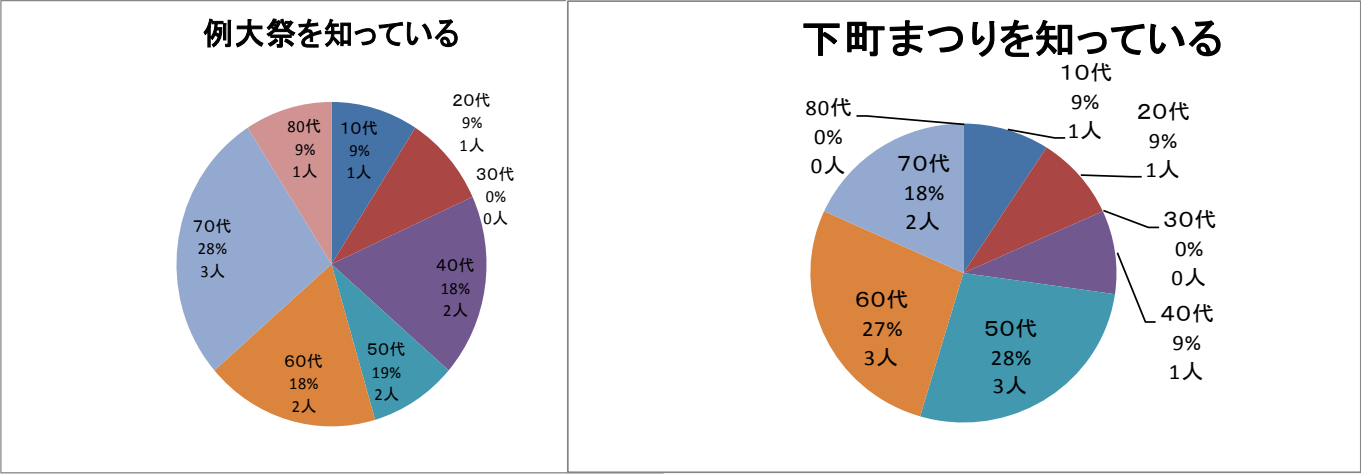
② 住まいと認知度について



来訪客の住まいとお祭り(例大祭、下町まつり)の認知度に関するクロス集計は上の表のようになった。この表からわかることは、どちらのお祭りも文京区民からは 50%以上の認知を得ているということがわかるが、その一方、文京区以外の都内からの来訪者と東京都以外からの来訪者の認知度は極めて低いという結果になった。

これから、根津神社で行われる 3 つのお祭りそれぞれの認知度を上げていくためにも、まずは、文京区内での認知度の向上がより、必要になると考える。

③ 年代と認知度について



来訪者の年代とお祭り(例大祭、下町まつり)の認知度の関係についてのクロス集計は上の表のようになった。この表からわかることはどの年代においても来訪者の認知度は低いことが見て取れる。

これから、この根津神社の祭りの歴史を長く保っていくためにも、どの世代の人々の認知度を上げていくにも、様々な工夫をしていくことが必要だと感じた。

2. 例大祭の概要

例大祭は9月の中旬に行われ、六代将軍徳川家宣が幕制度により、根津神社の祭礼を定めたことが始まりだと言われている。三大祭の中で唯一、出し物として神輿が担がれ、境内周辺に立ち並ぶたくさんの露店は、祭りならではのにぎやかな雰囲気が味わえる。

～アンケート内容～

今回、我々は以下の内容で被験者にアンケートを行った。

性別	被験者の属性を把握する
年齢	被験者の属性を把握する
お住まい	被験者の属性を把握する
認知媒体	有効な情報手段を知り改善点を探る
同伴者の有無	まつりに誰と来ているかを把握する
来訪目的	来訪理由を知る
来訪回数	リピート率を把握する
文京つつじまつりの認知	文京つつじまつりの認知度を把握する
文京つつじまつりの来訪予定	文京つつじまつりの認知度・利用率を把握する
下町まつりの認知	下町まつりの認知度を把握する
下町まつりの来訪予定	下町まつりの認知度・利用率を把握する
例大祭の良かった点	継続していくべき点を把握する
例大祭の悪かった点	改善すべき点を把握する
例大祭についての要望	まつりへの満足度・意見を把握する

④ 調査目的

例大祭を利用している人の属性を知り他の2つのまつりと比較するためである。

⑤ 日時

平成25年度9月21日、22日の計2日間である。

⑥ 場所及び被験者

例大祭において、来場者を対象に実施した。

根津神社例大祭 東海林ゼミアンケート

1. 性別 < 男性 / 女性 >

2. 年齢 < 19歳以下/20代/30代/40代/50代/60代/70代>

3. お住まい < >

4. 例大祭はどちらで知りましたか。

< ポスター/回覧板/掲示板/口コミ/通りすがり/ホームページ/その他 () >

5. あなたは誰といらっしゃいましたか。 < 友達/家族/1人で/その他 () >

6. 来訪目的 例) 屋台の商品を購入、出し物の鑑賞 etc...

< >

7. 例大祭は何回目ですか。 < 初めて/2～5回/6～9回/10回以上>

8. 5月に開催されている文京つつじまつりは知っていますか。 < a.はい / b.いいえ >

c. はいと答えた方にお聞きます。つつじまつり来訪予定はありますか。 < a.はい / b.いいえ >

9. 10月に開催されている下町まつりは知っていますか。 < a.はい / b.いいえ >

c. はいと答えた方にお聞きます。下町まつり来訪予定はありますか。 < a.はい / b.いいえ >

10. 例大祭の良かったところを挙げてください。

< >

11. 例大祭の悪かったところを挙げてください。

< >

12. 例大祭について要望があったら書いてください。

例) ゴミ、トイレ、不便 etc...

< >

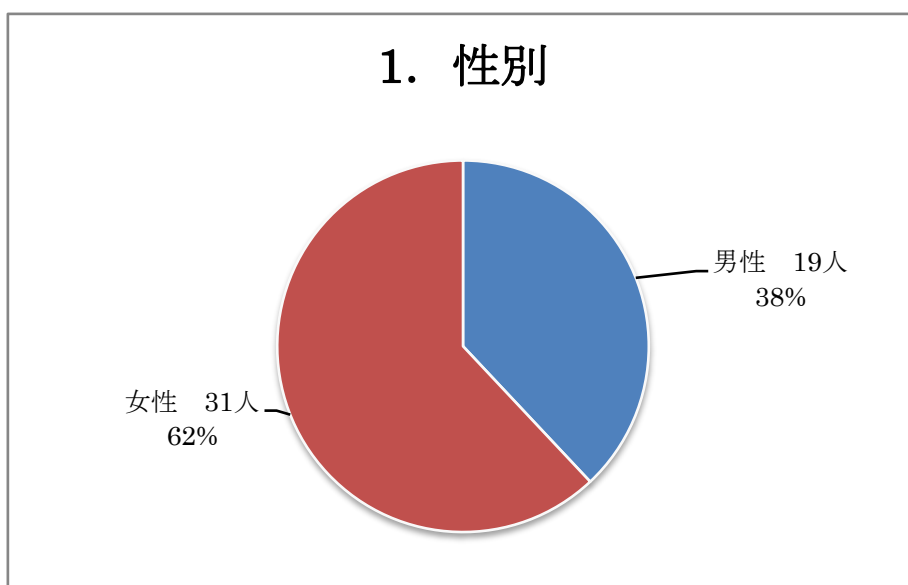
回答ご協力ありがとうございました。

～アンケート結果～

今回の例大祭のアンケート被験者数は 50 人であった。三連休ということもあり、多くのお客さんでにぎわった。

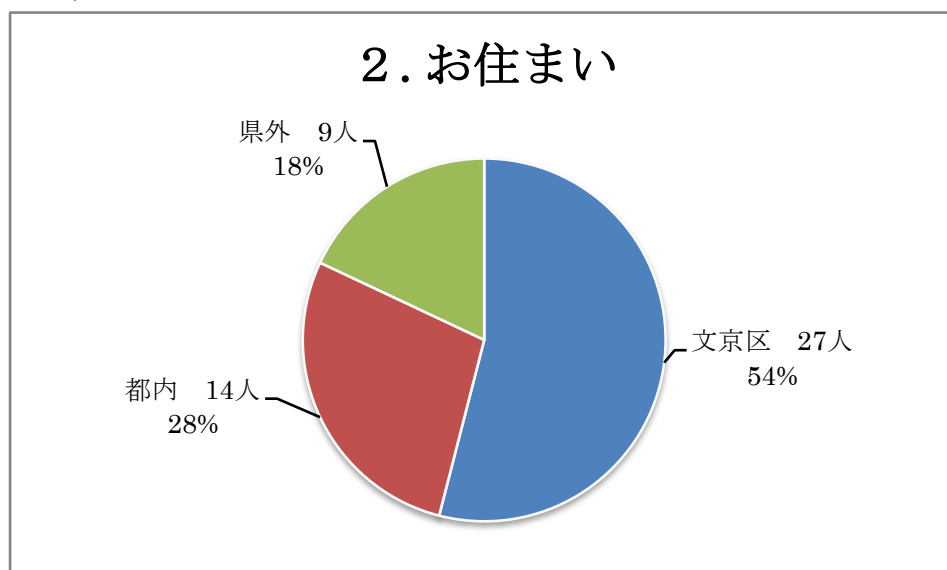
早速アンケートの結果について、以下に記していきたい。

(1) 性別



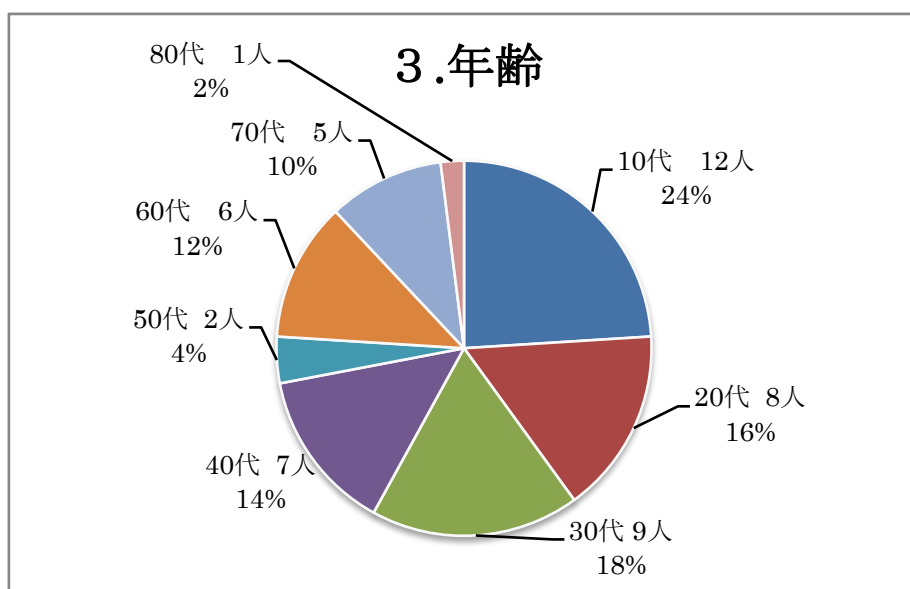
今回のアンケートは 50 人の方に答えてもらった。そのうち女性が 31 人で全体に占める割合は 62%、男性が 19 人で 38%であった。例大祭もつつじまつりと同様に女性の来訪者が多く見られた。

(2) お住まい



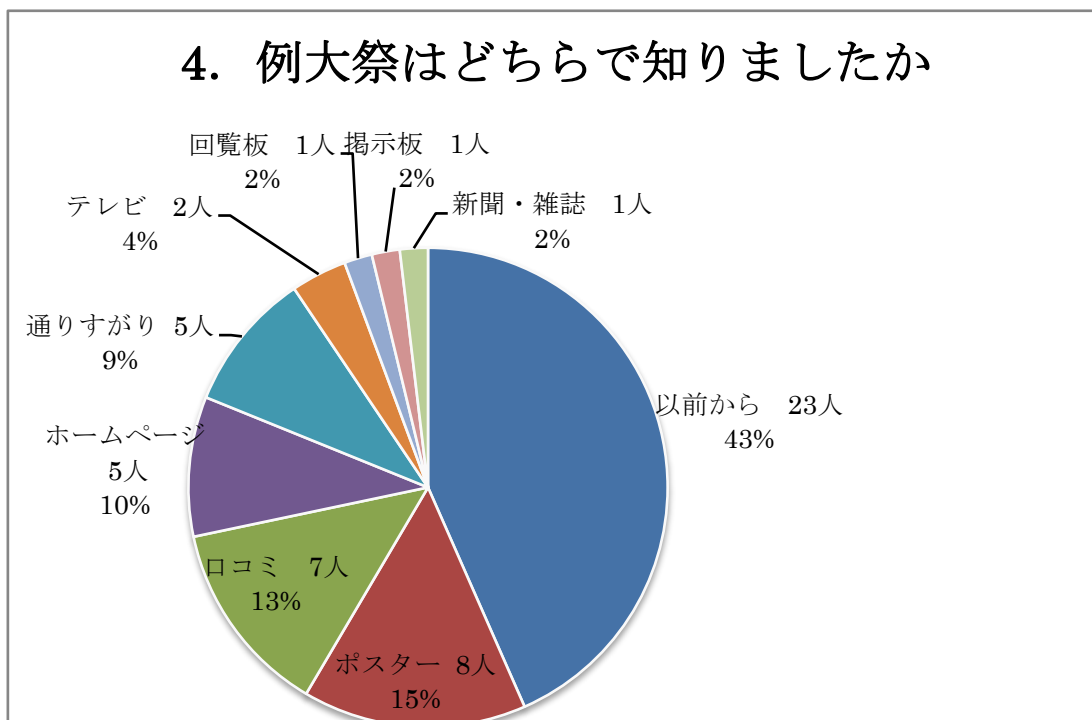
来訪者と居住地の関係についてのグラフを見ると、被験者のうち、根津神社の近隣地域である文京区に住んでいる人は27人で54%と過半数を占め、圧倒的に多かった。次いで多かったのは文京区以外の都内であり、14人で28%、最も少なかったのは県外であり、9人で18%だった。このグラフから、例大祭が近隣地域の住民に親しまれたお祭りであることがわかる。

(3)年齢



年代別の利用者数を上位から見てみると、10代が12人で24%と最も多く、次いで30代が9人で18%、20代が8人で16%と若年層の利用者が目立つことが分かった。40代の割合は14%、60代は12%、70代は10%なので年齢層の偏りはあまり激しくなく、どの年代の人も、この例大祭を利用していることが分かる。少ないのは50代と80代でそれぞれ4%、2%の割合となった。

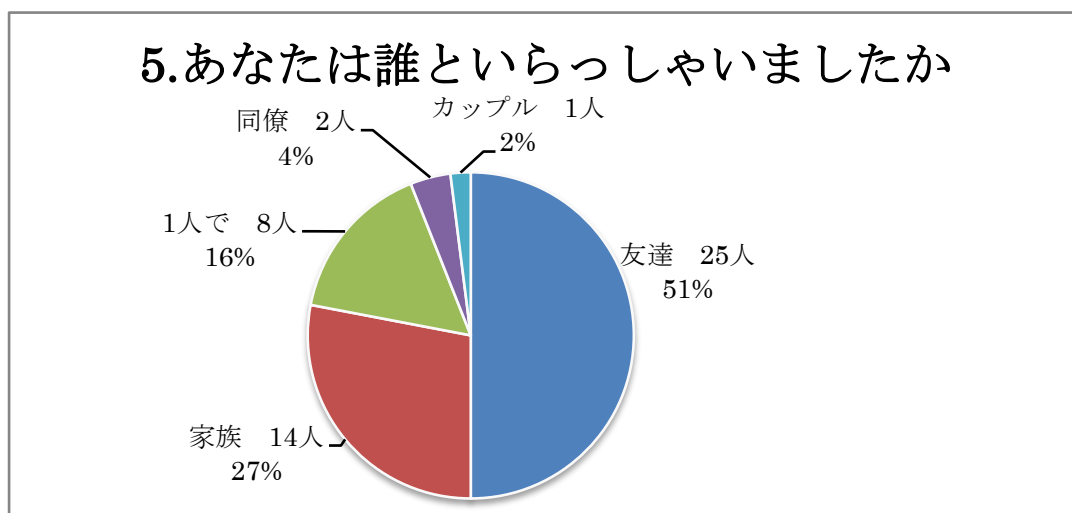
(4) 例大祭をどこで知ったか



例大祭をどこで知ったかについては、全体の 43%が、以前から知っているという結果になった。その次に、ポスターで知ったと言う人が 8 人で 15%、口コミが 7 人で 13%、ホームページが 5 人で 10%、通りすがりが 5 人で 9%、テレビが 2 人で 4%、回覧板・掲示板・新聞・雑誌が 1 人で 2%となった。

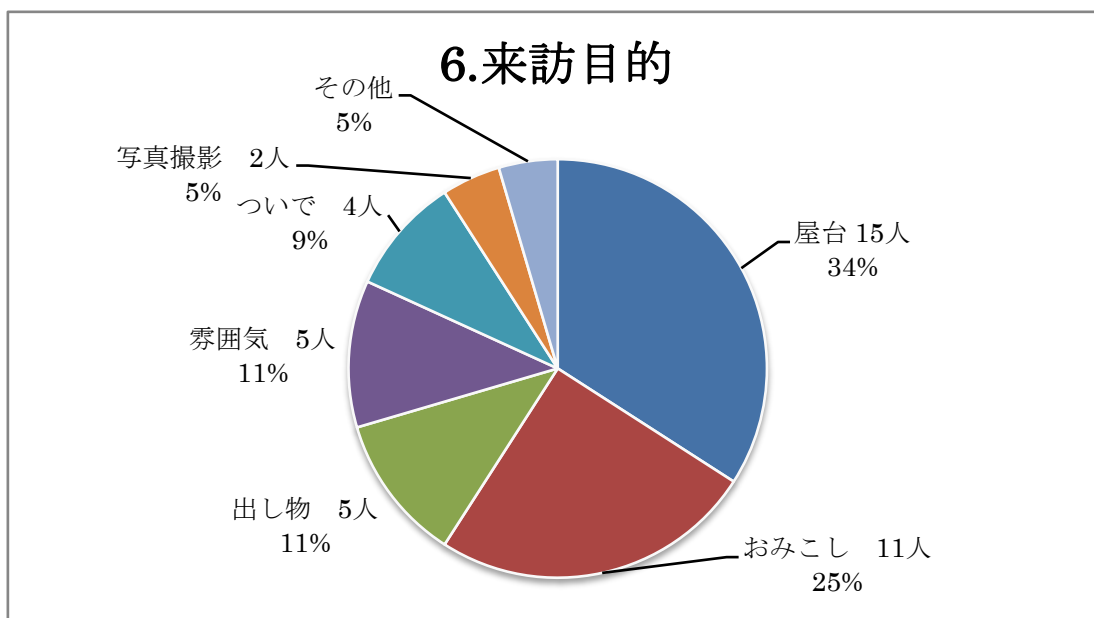
全体の 4 割にも及ぶ人が、以前から知っているという結果になったのには、例大祭の出し物の中に神輿が含まれている事が深く関係していると考察する。

(5) 同伴者について



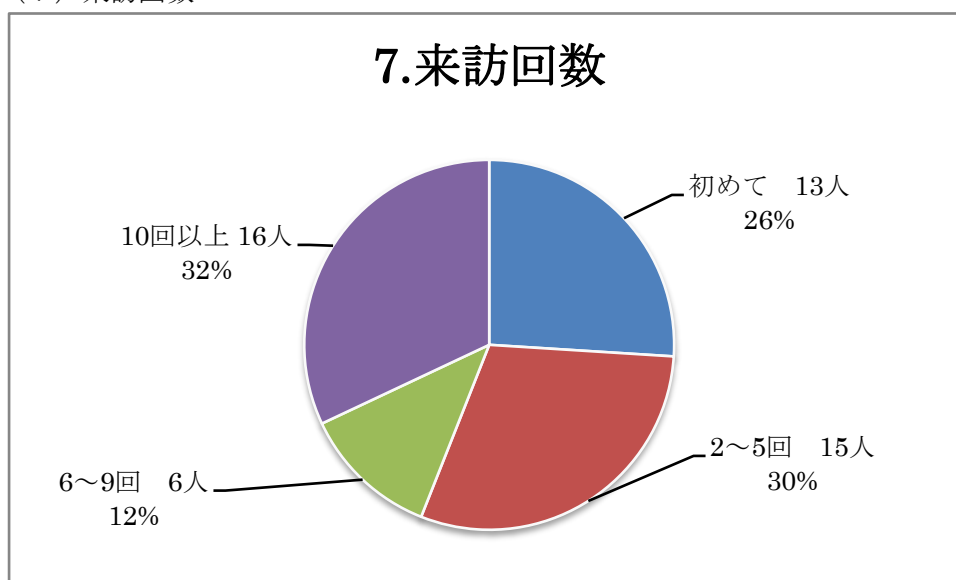
例大祭に誰と訪れたかという質問に対しては、友達が25人で51%、家族が14人で27%、1人で来た人が8人で16%、同僚が2人で4%、カップルが1人で2%となった。

(6) 来訪目的



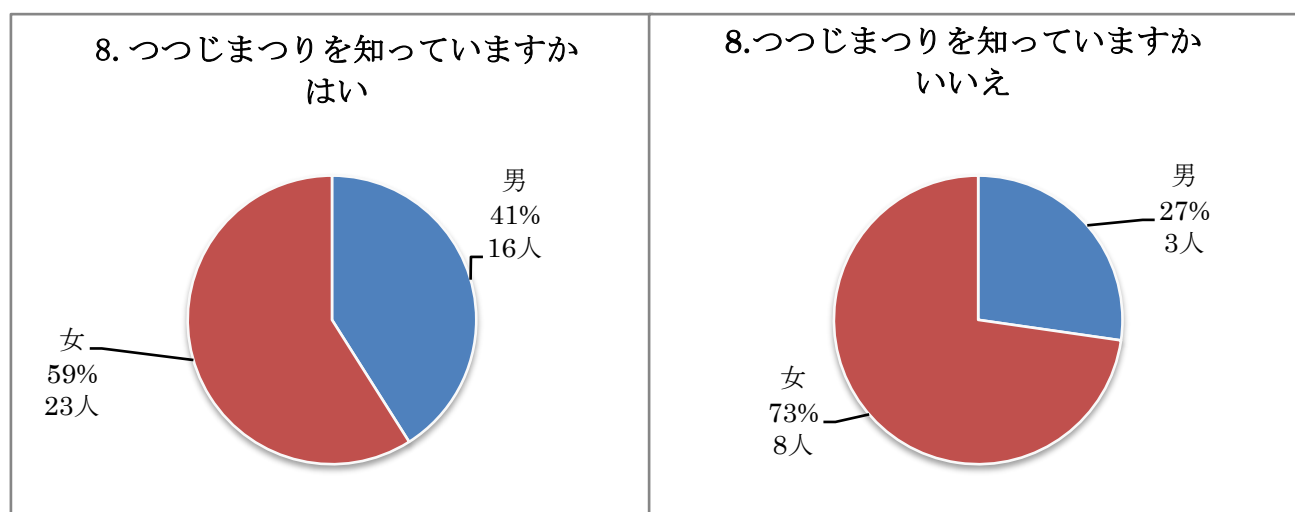
来訪目的は、屋台が15人で34%、おみこしが11人で25%、出し物が5人で11%などであった。屋台目当ての人が多いことが分かった。

(7) 来訪回数

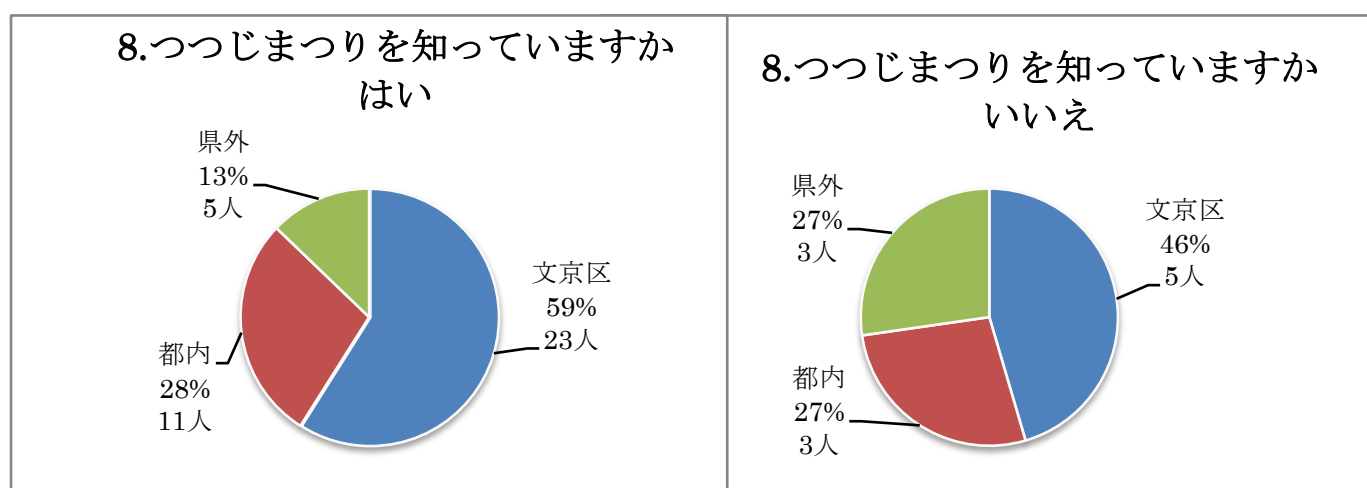


来訪回数は、初めての人が13人で26%、2～5回が15人で30%、6～9回が6人で12%、10回以上が16人で32%という結果になった。来訪者の三割の人が10回以上訪れたことがあるようで、昔からの地域のお祭りで毎年来ているという声も多かった。

(8) つつじ祭りを知っていますか？

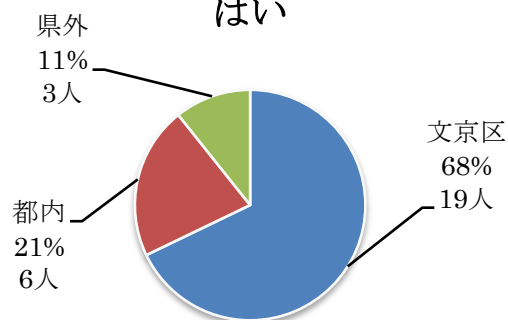


つつじまつりの認知に関する質問に対して、「はい」と答えた人は 50 人中 39 人で全体の 80%、「いいえ」と答えた人は 11 人で全体の 20%であった。多くの人がつつじまつりを知っている事が分かった。さらに、男女に分けて分析してみると、つつじまつりを知っている人は男性が 16 人、41%で女性は 23 人、59%でつつじまつりを知っている人の中で、男女の認知度の差はあまり見られないことが分かった。

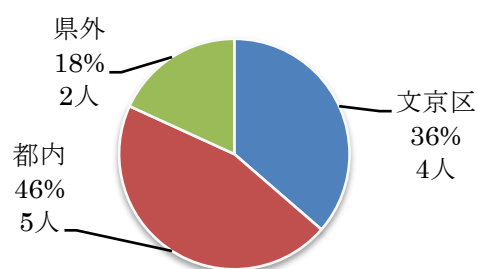


次に、地区別に認知度を分析すると、知っている人のなかでも文京区が 23 人、59%、都内 11 人 28%、県外 5 人 13%と、文京区を含めた都内の認知度が高かった。県外の人でつつじまつりを知っている人はわずか 13%で、県外からの誘致がこれからの課題になると思う。また、「いいえ」と答えた人のなかでも 46%にもあたる人が、文京区の居住者であり、来年度以降も地元からの集客が可能である事が分かる。

8+a.つつじまつりの来訪予定は
ありますか
はい



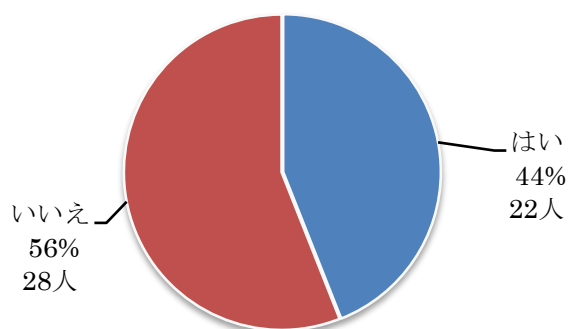
8+a.つつじまつりの来訪予定は
ありますか
いいえ



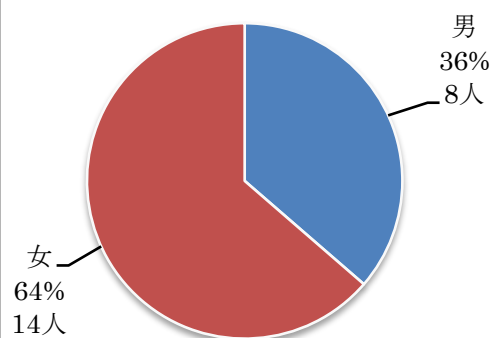
例大祭を知っている人の中で、来訪予定がある人は28人で、文京区は19人で68%、都内は6人で21%、県外は3人で11%であった。来訪予定がない人は11人で、文京区4人で36%、都内は5人で46%、県外2人で18%であった。つつじまつりを知っている文京区の人で70%の人が来訪予定である事が分かった。しかし、都内の人は11人中6人が来訪予定であり、5人がないと答えた。都内であっても、なかなか一つのお祭りに来てもらうのは難しいことが分かった。

(9) 下町まつりを知っていますか

9.下町まつりを知っていますか

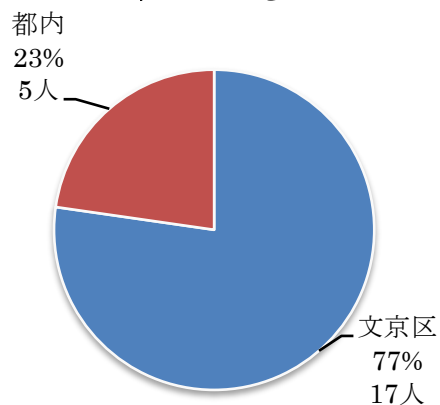


9. 下町まつりを知っていますか

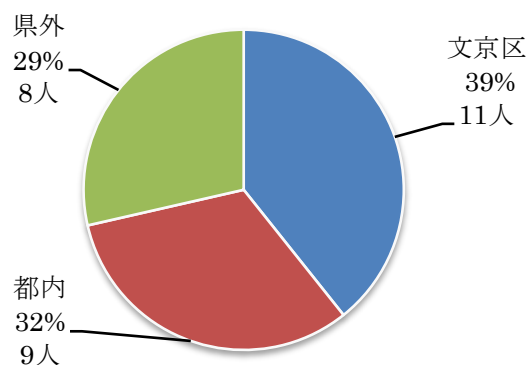


下町まつりを知っている人は、50人中22人、44%、知らない人は28人、56%であった。知っている人を男女で分けてみると、男の人が8人、36%、女の人が14人、64%であり、女の人からの認知度が高い事が分かった。

9.下町まつりを知っていますか 知ってる

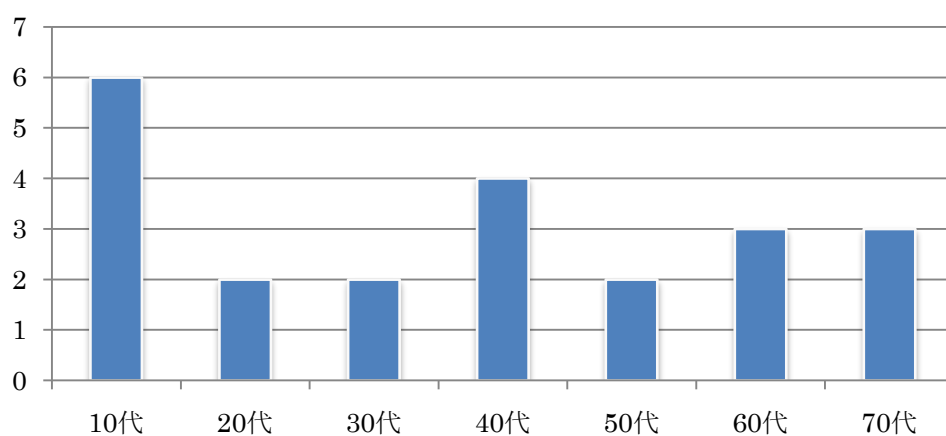


9.下町まつりを知っていますか 知らない

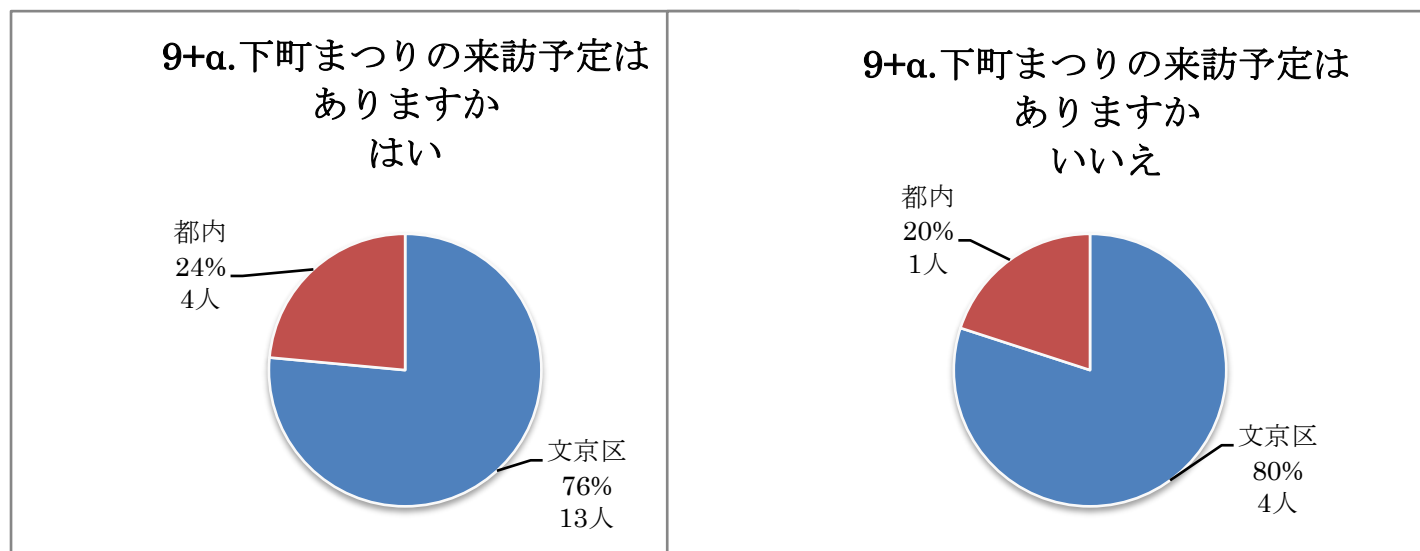


下町祭りの認知度を地域別にわけて分析すると、知っている人は文京区 17 人で 77%、都内 5 人で 23%、県外は 0 人であった。7 割の人が文京区の人で、地域に根ざした祭りであることが読み取れる。また、知らない人を地域別でみると、あまり大差がないことが分かった。よって、住んでいる所に関係なく、宣伝する事が必要だと分かった。

下町まつりを知ってる人（年代）



次に、年代別に知っている人を分析すると、特に 10 代と 40 代の人に知られていることが分かった。それ以外の年代は大体同じくらいの割合で知られていることが分かった。



下町まつり来訪予定は文京区が 13 人で 76%、都内からが 4 人で 24%であった。どちらも県外からの来場者は 0 人で、県外からの需要がないことが分かった。文京区からの来訪は、宣伝活動の工夫によって増やせると考える。

(10) 例大祭の良かったところ

自由回答の中で挙がった、主な回答をまとめる。

- ・屋台の種類や数が多く、楽しめる 16 人
- ・にぎやかで活気のある雰囲気 12 人
- ・太鼓などの魅力のある出し物 10 人
- ・御神輿が迫力あって格好良い 4 人
- ・地域の安心感、地域住民とのつながりを感じた 5 人

賑やかな雰囲気が味わえたとの回答が多く見受けられた。これは屋台種類が多かったことや神輿や太鼓などの出し物があったためだとわかる。

(11) 例大祭の悪かったところ 自由回答

- ・休憩スペースが少ない 5 人
- ・ゴミ捨て場がわからない 4 人
- ・混んでいる 3 人
- ・ごみが落ちている
- ・砂利が多くて歩きにくい

- ・屋台の数が少ない、屋台の値段が高い
- ・御神輿が少ない

休憩スペースが少ないことやゴミ捨て場の設置など整備に関わることの要望が多く見受けられた。このことからハード面での改善が必要なことがわかる。

(12)例大祭への要望

- ・共用のゴミ箱の数を増やしてほしい、わかりやすい場所に設置してほしいなどゴミ箱の設置に関する意見 7人
- ・休憩スペースを増やしてほしい 6人
- ・トイレの位置をわかりやすくしてほしい、衛生状態を良くしてほしいなどトイレに関する意見 3人
- ・出し物のスケジュールが記載された案内パンフレットがほしい 2人
- ・開催期間を長くしてほしい
- ・歌手を呼んでほしい

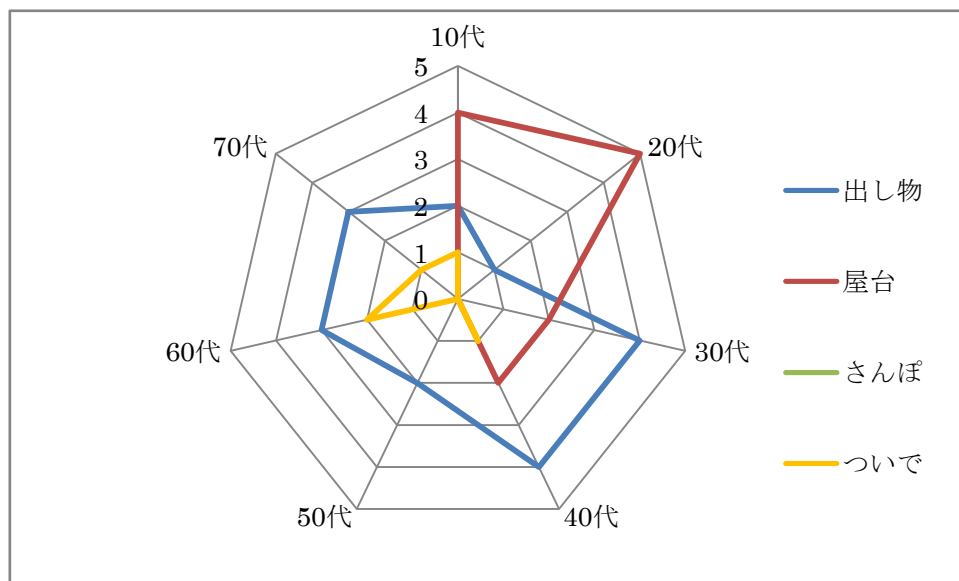
先ほどの項目にも記述したことだが、ゴミ箱の設置や休憩スペースの確保の要望が目立ち、まずは設備の充実が必要であることが分かる。祭りの良いところとして、屋台数や祭りの雰囲気などが挙げられているため、設備の面を改善すればもっと来る人が増えると考え

～クロス集計～

つつじ祭りとの比較ができるように①年代と来訪目的の関係について、②住まいと認知度の関係について、③年代と認知度について、今回もつつじ祭りと同様の3項目でクロス集計を行った。

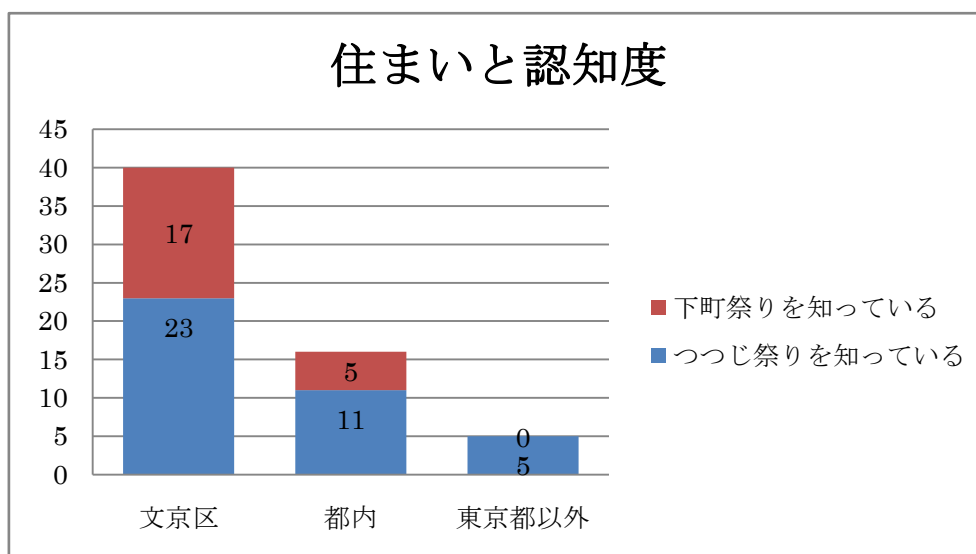
① 年代と来訪目的の関係について

	出し物	屋台	ついで
10代	2	4	1
20代	1	5	0
30代	4	2	0
40代	4	2	1
50代	2	0	0
60代	3	0	2
70代	2	0	1



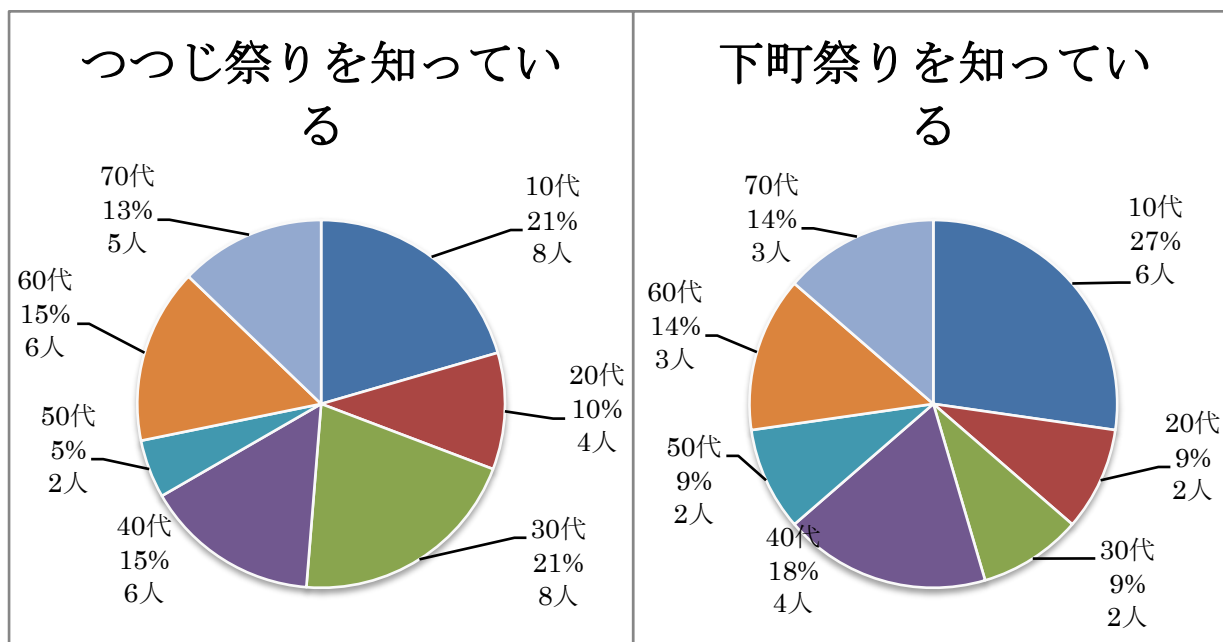
これは被験者の年齢と来訪目的がどのように関わっているかを表したグラフである。10代、20代の被験者は屋台の商品を購入することを目的としていること、30代から70代の被験者は出し物の鑑賞を目的としていることが目立っていることがわかる。

② 住まいと認知度について



住まいと認知度の関係について見てみると、つつじ祭り、下町祭りともに文京区に住んでいる被験者の認知度が圧倒的に高く、例大祭来訪者のおよそ 5 割が文京区住民でもあったことから、3 つのお祭りが文京区地域に根付いていることがわかる。また、下町祭りは都内、東京都以外の住民からの認知度の低さが目立ち、地域住民向けのお祭りであることが予想される。つつじ祭りは認知度がそれほど高いわけではないが、文京区以外の住人からも知られていることから、観光客も巻き込めるようなお祭りなのだろう。

③ 年代と認知度について



最後に年齢による下町祭りとつつじ祭りの認知度の比較をしてみた。上のグラフを見ると、下町祭り、つつじ祭りともに 10 代の認知度が高いこと、つつじ祭りの 30 代の認知度が比較的に高いこと、下町祭りの 40 代の認知度が高いことを除けば、年齢による認知度の差はあまりない。お祭りがどの年齢層に対しても興味を引かせるものであることが伺える。

3. 下町まつりの概要

根津・千駄木地域で毎年 10 月に開催されるお祭りである。このお祭りは、昭和 3 年に文京区と台東区が共同で始めたお祭りが起源である。現在は文京区独自で行われており、今年で 14 回目である。メイン会場は根津神社。サブ会場は、この地にゆかりのある文豪、森鷗外の記念館を含む、計 9 会場である。

～アンケート内容～

今回、我々は以下の内容で被験者にアンケートを行った。

性別	被験者の属性を把握する
年齢	被験者の属性を把握する
お住まい	被験者の属性を把握する
認知媒体	有効な情報手段を知り改善点を探る
同伴者の有無	まつりに誰と来ているかを把握する
来訪目的	来訪理由を知る
来訪回数	リピート率を把握する
文京つつじまつりの認知	文京つつじまつりの認知度を把握する
文京つつじまつりの来訪予定	文京つつじまつりの認知度・利用率を把握する
例大祭の認知	例大祭の認知度を把握する
例大祭の来訪予定	例大祭の認知度・利用率を把握する
下町まつりの良かった点	継続していくべき点を把握する
下町まつりの悪かった点	改善すべき点を把握する
下町まつりについての要望	まつりへの満足度・意見を把握する

⑦ 調査目的

下町まつりを利用している人の属性を知り他の 2 つのまつりと比較するためである。

⑧ 日時

平成 25 年度 10 月 19 日、20 日の計 2 日間である。

⑨ 場所及び被験者

下町まつりにおいて、来場者を対象に実施した。

根津・千駄木下町まつり 東海林ゼミアンケート

- [illegible]

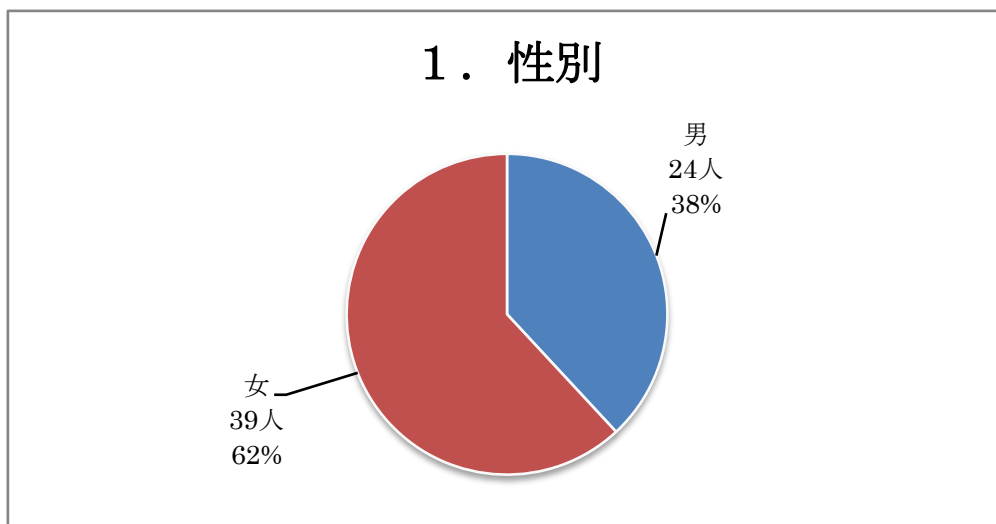
回答ご協力ありがとうございました。

～アンケート結果～

今回の下町まつりのアンケート被験者数は63人であった。下町まつりは2日間開催だったのだが、2日目は天候不順で思うようにアンケート調査がいかなかったのが要因でサンプル数をうまく伸ばせなかった。

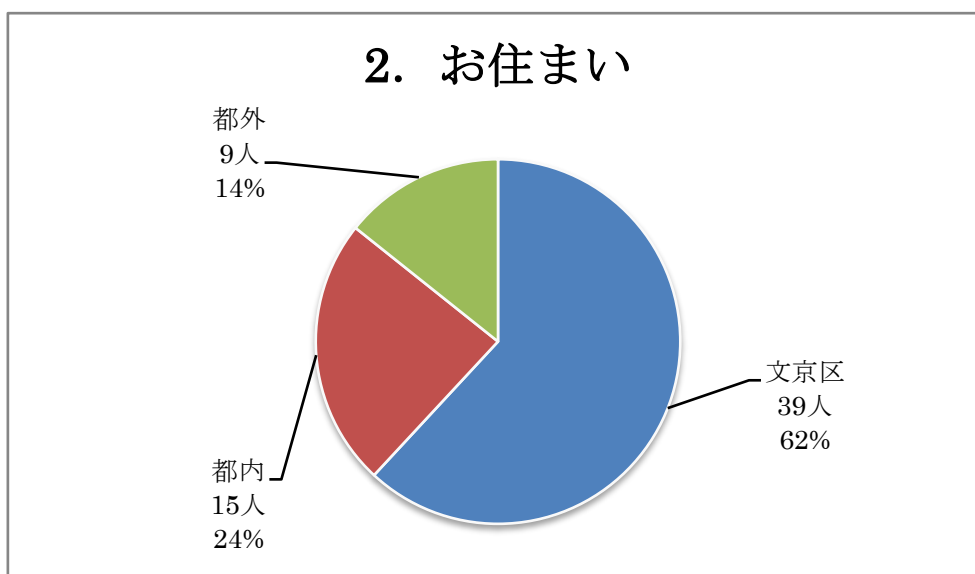
以下、アンケート結果を分析していく。

(1) 性別



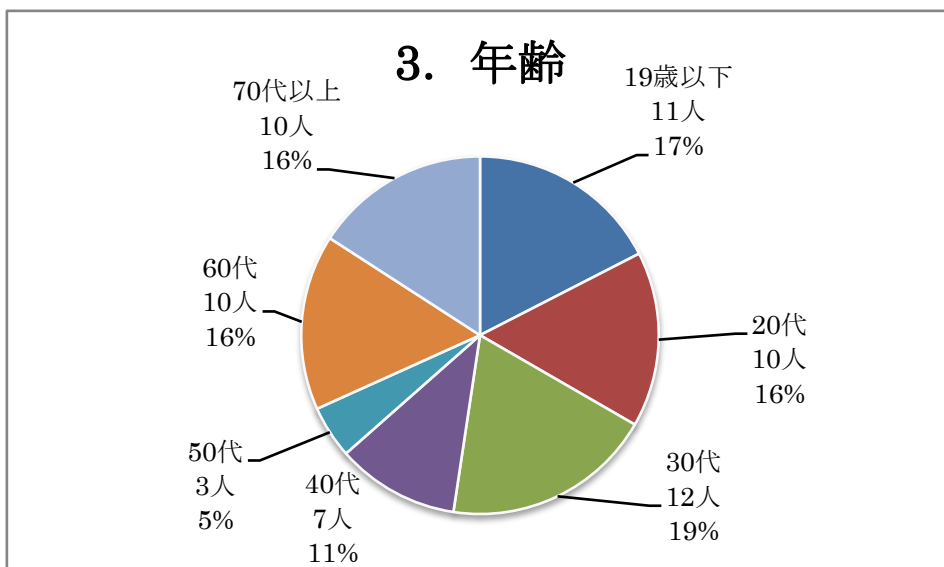
調査対象の割合は、男性が24人で38%、女性が39人で62%である。これはお祭りということで、子供連れで来ている母親が多く見受けられたのが原因だと考えられる。

(2) お住まい



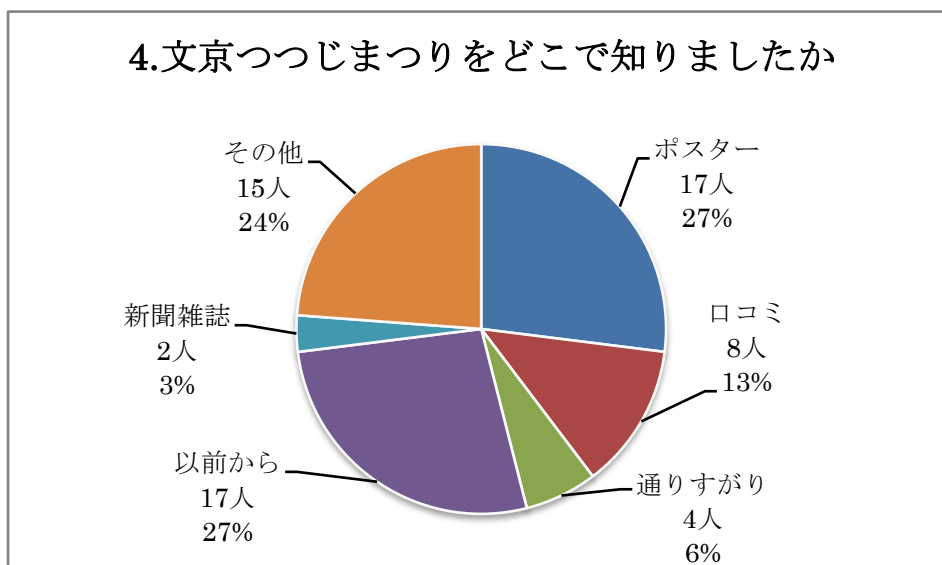
お住まいに関するアンケートについては、文京区に住んでいる方が 39 人で 62%、都内に住んでいる方が 15 人で 24%、都外に住んでいる方が 9 人で 14%。この結果から文京区内に住んでいる方が最も多く、地域に根付いたお祭りだということがわかる。逆に文京区外と都外の来訪者が少ないので情報発信が足りていないのではないかという分析もできる。

(3) 年齢



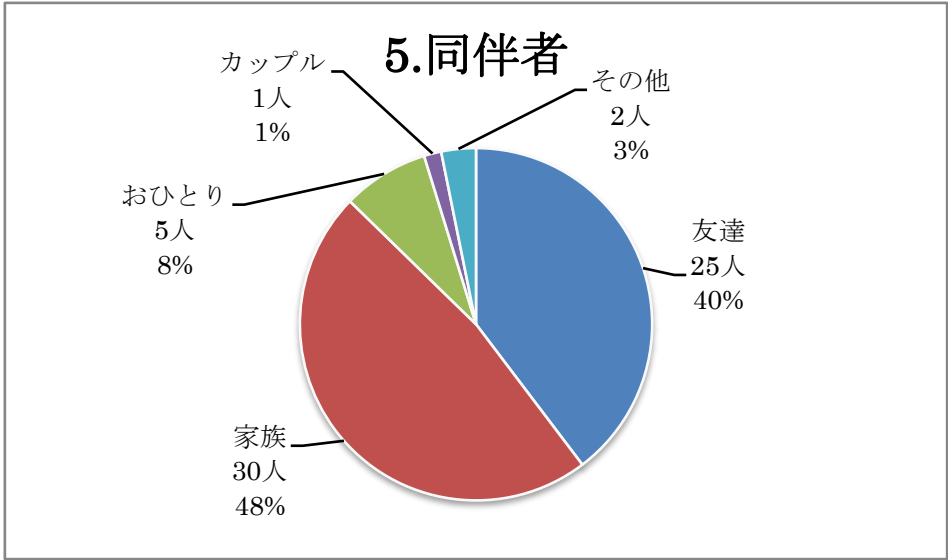
年齢に関するアンケートについては、19 歳以下の方が 11 人で 17%、20 代の方は 10 人で 16%、30 代の方は 12 人で 19%、40 代の方は 7 人で 11%、50 代の方は 3 人で 5%、60 代の方は 10 人で 16%、70 代以上の方は 10 人で 16%と、年齢によってバラつきがあることがわかった。ただ他のお祭りよりも若年層が多く来訪しているものと分析ができる。また年配者も多い。

(4) 下町まつりをどこで知ったか



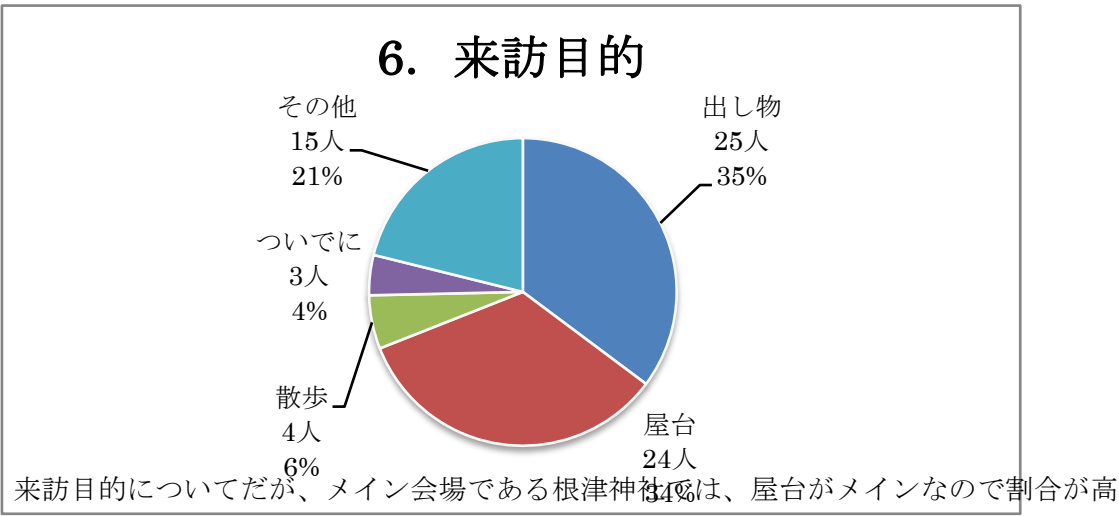
お祭りの認知場所の結果として、多いものがポスターを見てが 17 人で 27%と、以前から来訪しているからが 17 人で 27%である。ちなみにその他の項目には、「友達に誘われたから」や「家族と一緒にいこうと誘われたから」などのものが多く見受けられ、口コミに近い形のものが多いので、慣れ親しんだお祭りを伝えていくことの重要性を感じられる。また、この質問は複数回答可にした。

(5) 同伴者について



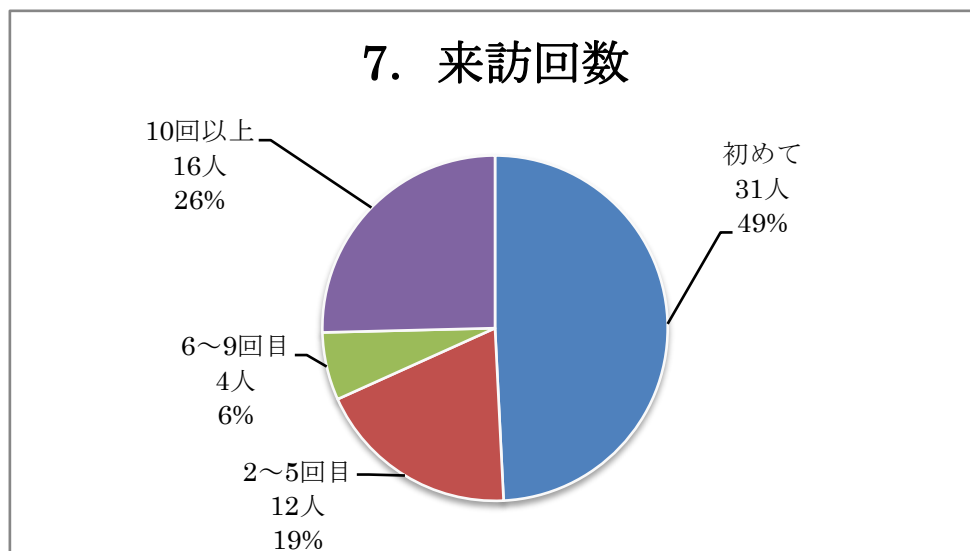
同伴者については、家族と一緒に来た割合と友達と一緒に来た割合が非常に高いことから、地域に根付いていたお祭りであることが分析できる。
グラフの関係で次頁に移る。

(6) 来訪目的



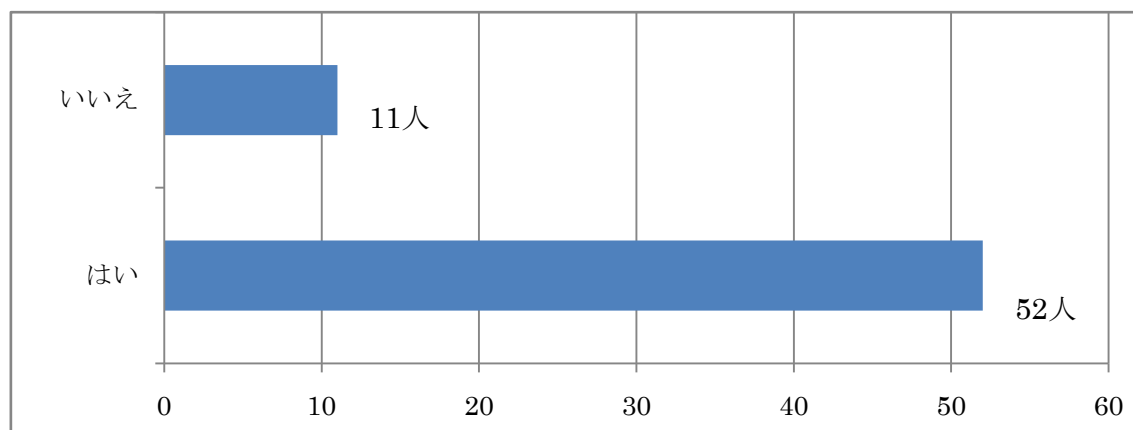
い。我々の出店を毎年楽しみに来ているという方も多く見受けられた。またメインステージでやっている地域の人々の出し物も期待されていることが分かった。

(7) 来訪回数



来訪回数についてだが、意外にも初めての来場者が多い。認知場所での分析でも述べたように、友人や家族からのお誘いで一緒に来訪された方が多いのだろうと分析した。また、初めての来場者に次いで10回以上訪れている人が多いことが特徴で、非常にリピーターが多いおまつりだといえる。

(8) 文京つつじまつりの認知について

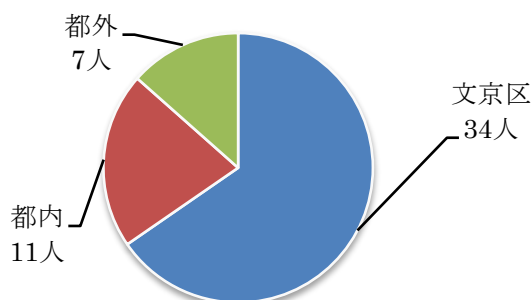


下町まつりに来訪された方のなかで、つつじまつりを認知している人は52人と合計で63人のサンプルの82%とかなりの割合を占めている。

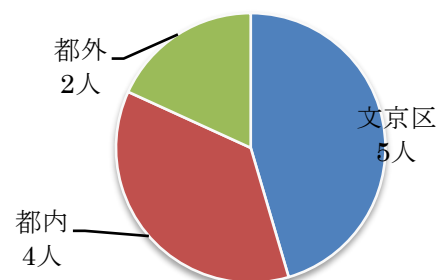
ここからは下町まつりが地域に根付いたお祭りということなので、住んでいる地域別に分析していきたいと思う。

<地域別の文京つつじまつりの認知について>

8. つつじまつりを知っていますか
はい

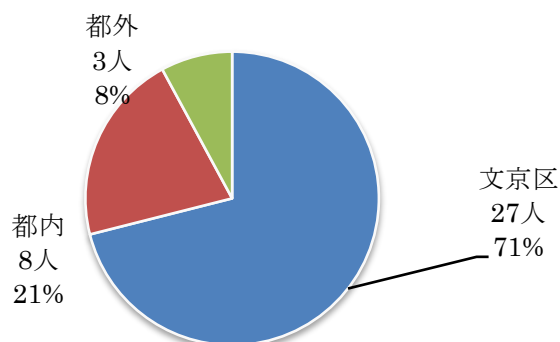


8. つつじまつりを知っていますか
いいえ

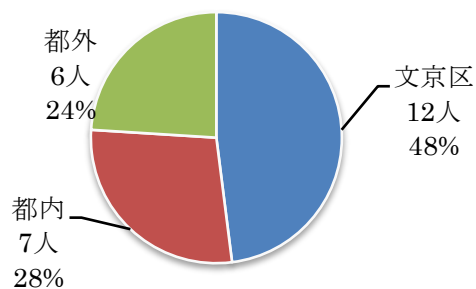


元々、文京区の数が多いのでパーセンテージではなく実数でみていくが、やはり文京区の方々への認知度が高い。よって、誘致圏を配慮しつつ地域外への情報発信をしていくべきだと思う。

8+a. つつじまつりの来訪予定は
ありますか
はい

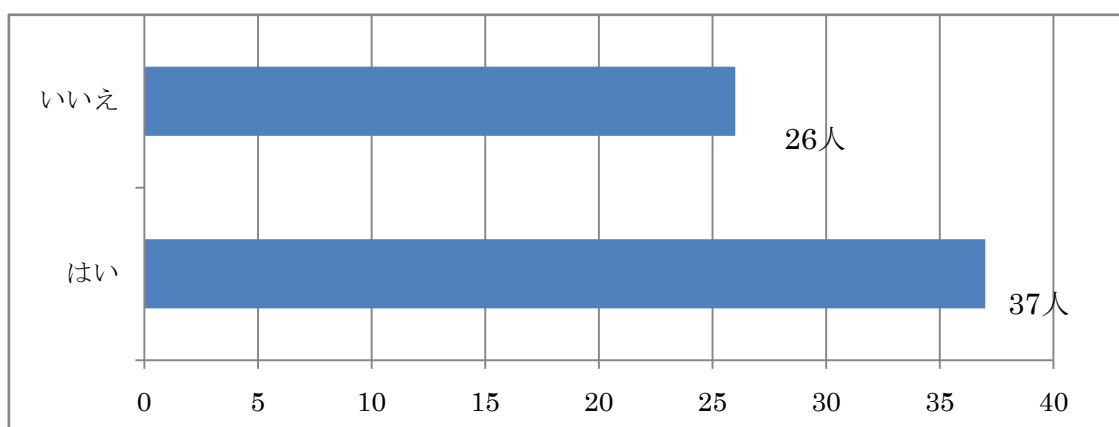


8+a. つつじまつりの来訪予定
は
ありますか
いいえ



つつじまつりを知っている人の中で、来訪予定がある人は38人で、その中でも文京区が27人で71%であった。ここから分かることは、認知が来訪意欲に直接繋がるということである。

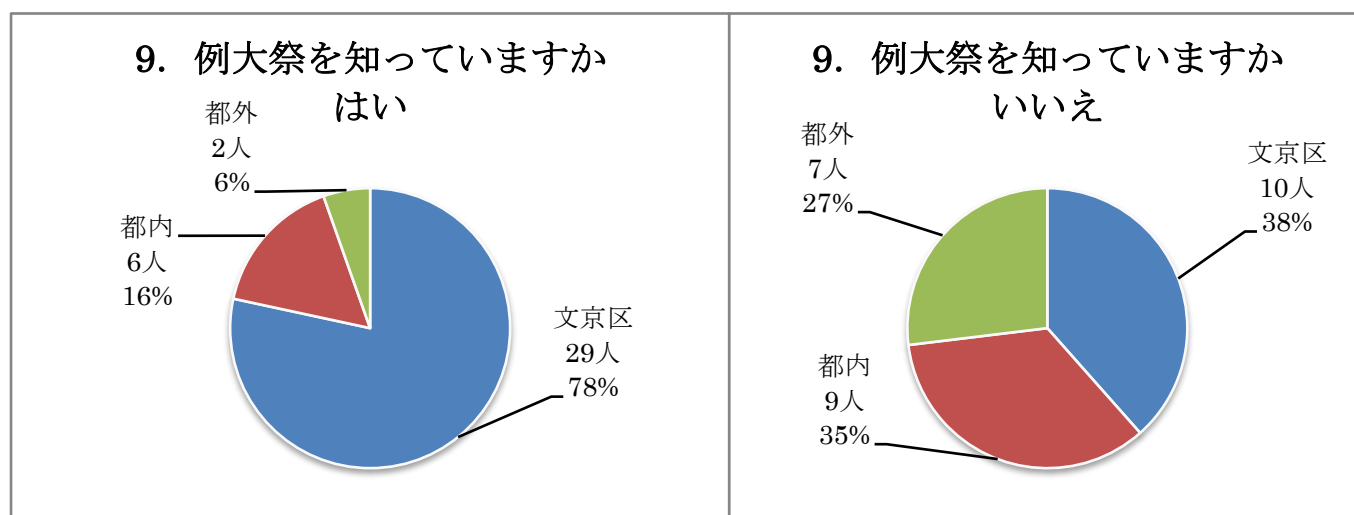
(9) 例大祭の認知について



下町まつりに来訪された人の中で、例大祭を認知している人は 37 人と 63 人のサンプルのうち 57%の人が知っていて約半分の人が認知していた。これにより、全国各地から来訪客が来るつつじまつりのほうが例大祭より認知度が高いことが分かる。

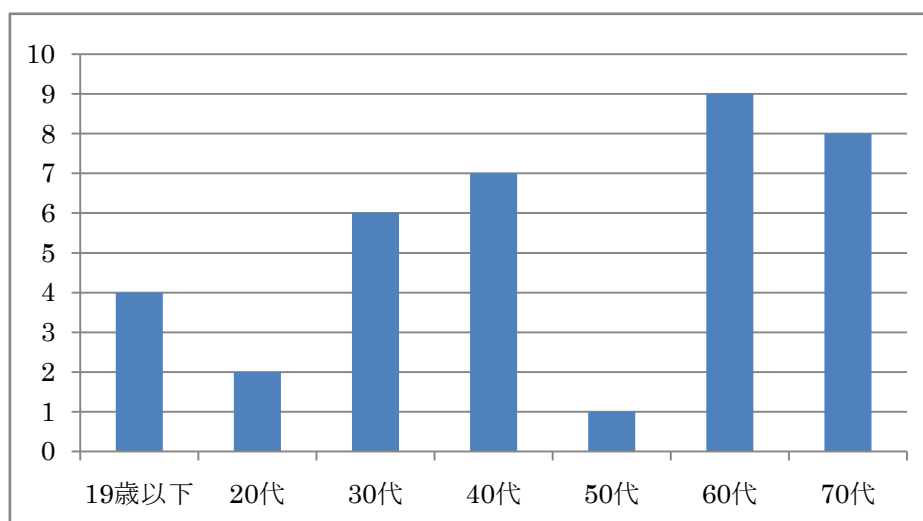
次に例大祭も地域に根付いているお祭りなので、地域別の認知度について分析していく。

<地域別の例大祭の認知について>

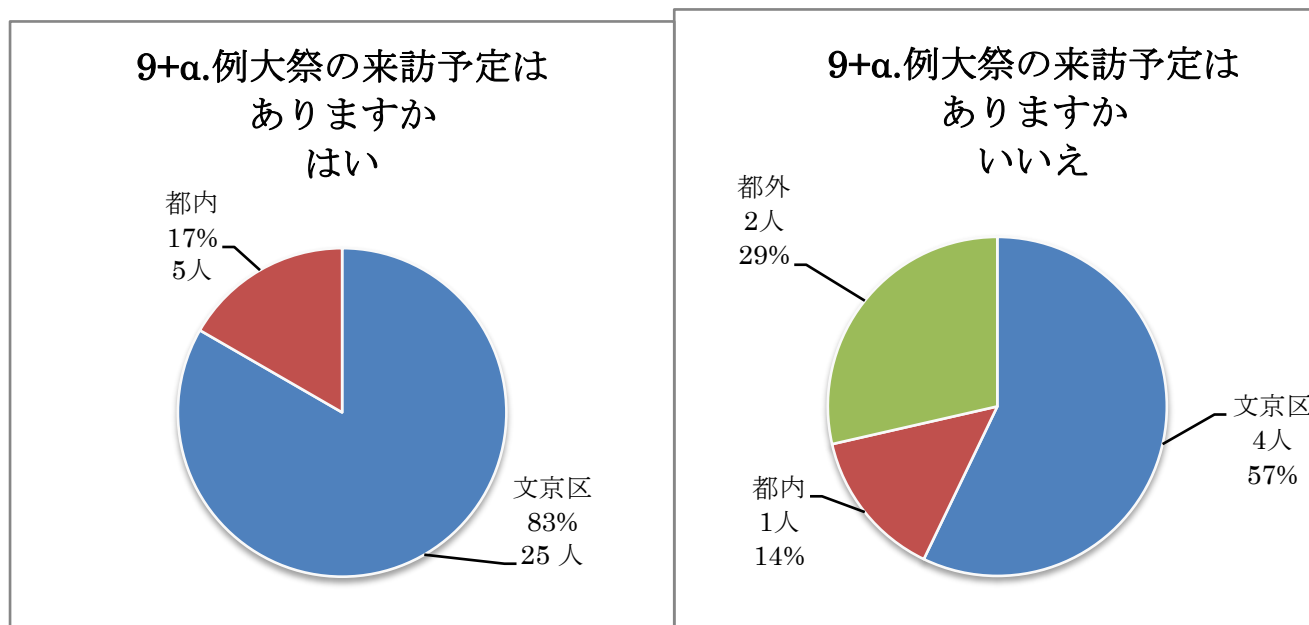


例大祭を認知している人は、63 人のサンプルのうち 37 人で、そのうち最も多いのは文京区民であった。やはり地域に根付いているお祭りだと言えよう。

<年代別の例大祭の認知について>



次に、年代別の認知について分析すると、60代70代の認知度が高いのが分かった。また30代40代の認知度も高いのが分かる。よって主婦層にも認知されているお祭りということが分かる。



例大祭の来訪予定は文京区が25人と圧倒的に多く、逆に都外の来訪予定者は0人だった。ここからも例大祭がいかに地域に根付いているかが分かる。

(10) 下町まつりの良かった点 自由回答

自由回答の中で挙げた主な回答をまとめる。

- ・にぎわっている 14人
- ・屋台の種類が多い 9人
- ・屋台がおいしい 10人
- ・子供のソーラン節の発表が良かった 5人
- ・下町らしい雰囲気がいい、庶民的 4人

この回答を分析すると、地域の方々が出店しているので良心的な価格設定の屋台が多かったことがうかがえる。

また、雰囲気もお祭りの重要な要素だということが分かる。

(11) 下町まつりの悪かったところ 自由回答

自由回答の中で挙げた主な回答をまとめる。

- ・犬が多い（衛生面が気になる） 3人
- ・フリーマーケットを雨でも開催してほしい 2人
- ・天気に左右されるところ 1人
- ・屋台の列が乱れていて嫌だ 1人

衛生面が気になるという意見が目立った。食品を売る上での基本的なマナーはしっかり守っていききたいと思う。

(12) 下町まつりに要望すること

- ・座る場所がない 6人
- ・トイレの場所を分かりやすくしてほしい 4人
- ・駅からの道のりが分かりにくい 3人
- ・何がどこで売っているかの案内をしてほしい 3人
- ・これからもこれくらいの規模で開催してほしい（現状維持） 2人

これらの回答から分析するに、開催会場についてのハード面についての要望とともに、ガイドマップに関する要望が出てきた。もう少し範囲を広げてガイドマップを配布すれば解消される要望だったと思う。

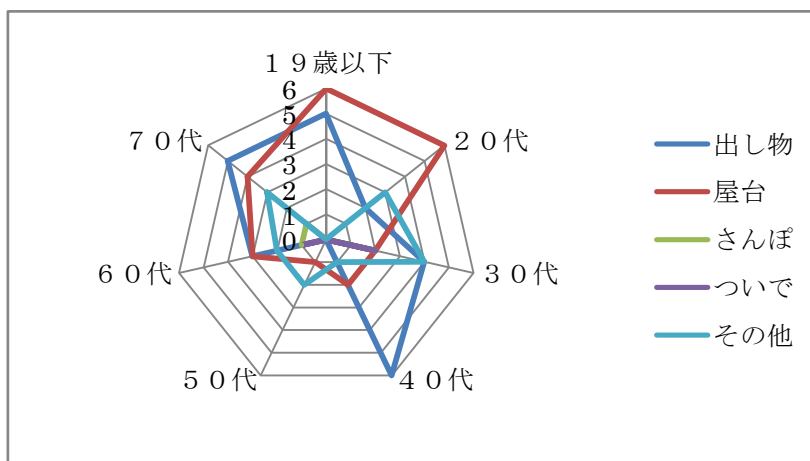
～クロス集計～

アンケート調査したいくつかのデータから、ピックアップをしてクロス集計を行う。

①年代と来訪目的について ②お住まいとおまつりの認知度について ③年代と認知度について の内容で集計していく。

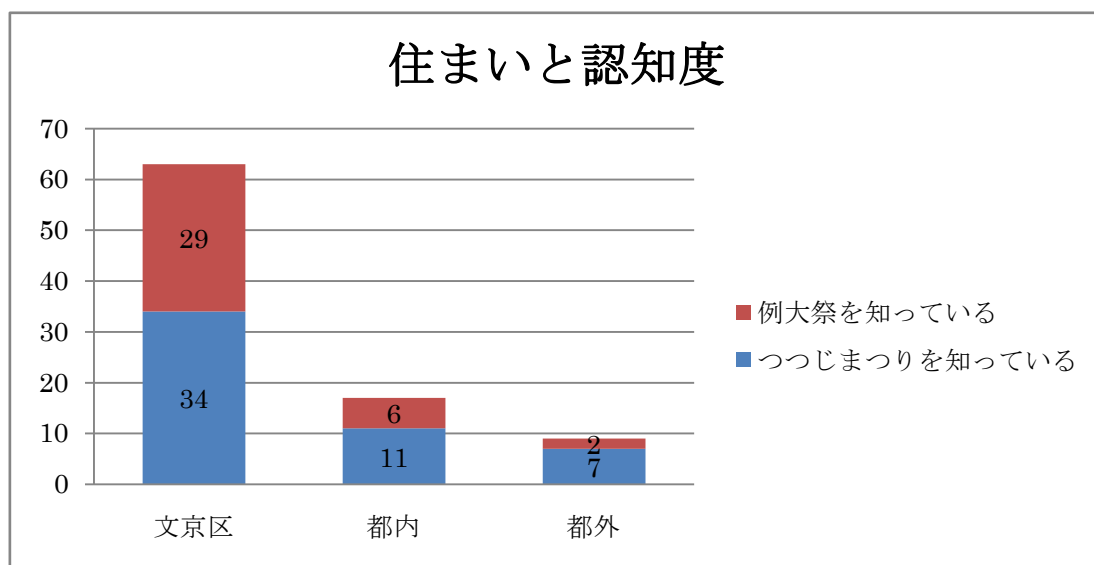
① 年代と来訪目的について

	19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代
出し物	5	2	4	6	0	3	5
屋台	6	6	2	2	1	3	4
さんぽ	0	0	2	0	0	1	1
ついで	0	0	2	0	0	1	0
その他	0	3	4	1	2	2	3



年代別にみると、若者には出し物と屋台が人気であり、40代以上にも出し物が人気である。これは自身の子供や孫が出し物に参加していることや、年代が上がるにつれて鑑賞に関心が高まるからだと考える。

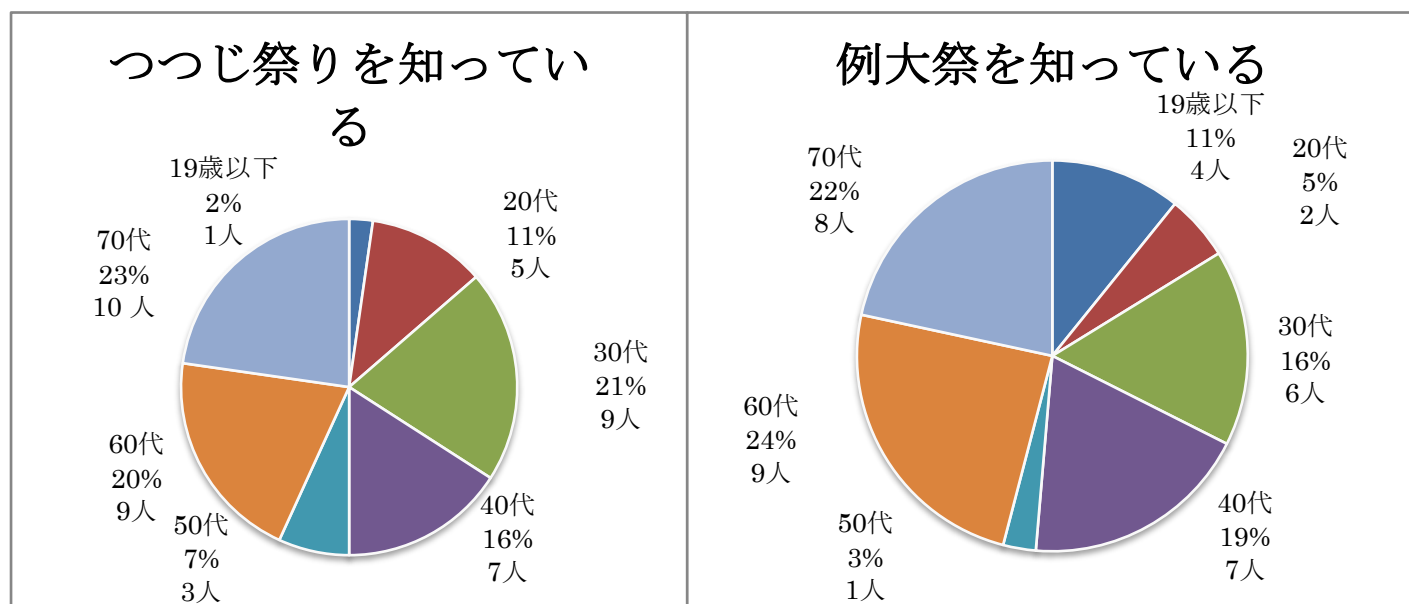
②お住まいと認知度について



つつじまつりは外部からの来訪者が多いとされているおまつりだが、やはり文京区内の認知度が高いことが分かった。毎年の開催期間が長いことも理由の1つだろう。都内や県外の居住者からの認識も高いことが特徴である。

例大祭は地域のおまつりとされているので、文京区の住民には認知されているが都内や県外の居住者からの認識は低い結果となった。これは、各地域、各神社で例大祭と名のあるおまつりがそれぞれ開催されているからではないかと考える。

③年代と認知度について



つつじまつりが30代・40代の認知度が高いのには少々驚いた。全体的に高齢者への認知度が高い。やはり、年を増すにつれて花への関心が高まるのではないか。

例大祭はどの世代からもよく知られているが、特に60代70代が割合の半数を占めており、高齢者からの認知度が高いことが分かる。

4. まつり比較とまとめ

2013 年度に根津神社で開催された、文京つつじまつり、例大祭、下町まつりを比較した。特徴のある項目を比較する。

1 つ目は、性別である。アンケート調査結果、販売結果、実際におまつりを訪れて見たところ、全てのおまつりで女性の割合が高いことが挙げられる。これは親子連れが多くみられたからであると考ええる。また、女性の方がおまつりに関する意識が高いのではないと考えられる。

2 つ目は、年代と好みについてである。例大祭や下町まつりの年代に大きな特徴は見られなかったが、つつじまつりは 50 代以上が約半数を占めたことが特徴として挙げられる。つつじまつりのメインはつつじ鑑賞であり、30 代以降の年代の人々から支持を得ている。気候も暖かくなってきて活動しやすい点もお年寄りの来訪者を増やしたのではないだろうか。一方で、若年層が来訪していない訳ではなく、来訪目的が高齢者層とは異なっている。10 代、20 代からは、どのおまつりも屋台への支持が高く、要望も屋台に対するものが多かった。屋台への関心が高い分、つつじへの関心は低いのではないかと感じた。これらの結果からそれぞれ世代によって重視するもの、価値観が異なることがよく分かった。

3 つ目は、住まいとまつりの関係についてである。つつじまつりは、都内と県外の来場者で 8 割をこえていたが、例大祭と下町まつりは文京区の来場者が半数以上であったことが特徴として挙げられる。つつじまつりは他の 2 つのまつりと違い、つつじの開花時期に合わせて約 1 か月の開催期間を設けており、地元住民の来訪は平日や空いている日程に避けられたのではないかと考えられる。備考を含めても一番文京区以外からの来場者が多いことの理由として歴史が長く知られていること、取り上げるメディアの力が大きいのではないかと推測する。テレビ、雑誌で取り上げられ、ゴールデンウィークの旅行会社のツアーの内容にも含まれていることが、文京区以外の人にも広く知られている要因だと考える。一方で例大祭と下町まつりは、文京区の来場者が多かったことから、地元の人に支えられているおまつりであるといえる。

4 つ目は、認知媒体についてである。どのおまつりも口コミの力が大きいことがよく分かる。地域主体のおまつりであるため、文京区のコミュニティ内では非常に有名であると感じた。また開催時期を固定し、毎年活動を重ねているため、毎回訪れている来場者も多かった。メディア以外に有効な宣伝手段としては、例大祭、下町まつりでポスターをみて知ったと回答した人が多かったため、地元内での PR として、ポスター宣伝活動は有効だと感じた。しかし、今後都内、県外まで来場者を増やすには、情報発信の仕方に工夫が必要になるだろう。

5 つ目は、来訪回数についてである。つつじまつりと下町まつりは約 5 割の人々が初めて訪れたと回答したのに対して、例大祭は約 7 割の人がリピーターであった。これは、神輿の効果で毎年参加する人が多いのではないかと考えられる。そして、例大祭は参加型のまつりであるため、協力的な人が多いと感じる。また、初めて参加する人が多い理由として、

文京区は転入転出人口も多いためではないかと推測する。アンケートを行なっている間に存在を今年知ったという回答者もいたため、リピーターはこれからも増やしていけると感じた。

6つ目は、認知度についてである。3つのまつりでそれぞれのまつりに関する認知度調査を実施したところ、大きな差がでてきた。まず、3つのまつりの中で最も有名だったおまつりはつつじまつりである。つつじまつりのことを知っている人は8割超えで且つ来訪予定がある人も多かった。これは、文京区を代表するおまつりとして有名であるからだろう。下町まつりにおける例大祭の認知度調査では約6割の人が例大祭を知っているという結果を得たものの、他の調査では高い認知度が得られなかった。つつじまつりの来場者が例大祭、下町まつりを知っている割合はそれぞれ20%と低く、他のおまつりを知らない人が多い原因として、文京区民以外の人も多かったため根津神社に関する知識が被験者に無かったのではないかと推測できる。また、例大祭と下町まつりを訪れている人は3つのおまつりについて知っている割合が高い。例大祭と下町まつりは地域に根付いたまつり作りの結果地元でよく知られていた。

これらの調査より、それぞれのまつりで特化している部分があり、完全に比較することは難しいが、認知度が来訪意欲につながっていると考察する。根津神社で行われているまつりは年に何回か開催することで地域の結びつきを保つ役割を果たしているといえるだろう。アンケート調査を行なってもこの3つのまつりに対して前向きな意見が多く、地元の方のあたたかさを感じた。今後も根津神社のまつりは継続するべきだと考える。

阿寒湖觀光汽船 調查報告

6. 阿寒湖観光汽船調査報告

I. 調査目的及び調査方法

1. 調査目的及びテーマの限定

本調査は、阿寒湖畔温泉の観光客が平成9年から現在にかけておおよそ半減していることから、阿寒湖畔の観光振興の方策を学生の観点から考えることとしたものである。

テーマを決定するにあたって、まず私たちが注目したのが“観光汽船”である。阿寒湖畔の観光について調べるうちに、以前は阿寒湖と言えば「遊覧船に絶対に乗る」というほどに繁盛した観光汽船であったが、最近では観光汽船の利用者数は減少傾向にあり、観光汽船というよりもアイヌコタンがメインになりつつある阿寒湖畔の観光の現状を知った。そこで私たちは、阿寒湖畔の観光客誘致につなげる為には観光汽船は今後どのようにあるべきなのか、そして観光汽船の利用客数をあげるためにはどのような施策が考えられるのか“阿寒観光汽船”に関する調査を行なうことにした。

調査を行う前に、私たちは、阿寒湖畔温泉の阿寒観光汽船における問題点を議論し、まず第一に、遊覧船自体が今の時代の傾向や流行などについていけず、取り残されているため、集客に繋がらないのではないかという問題点を挙げた。そして第二に、阿寒観光汽船の広告の仕方や、そのプログラムやコースに問題があるため、集客に繋がらないのではないかという問題点があげられた。

上記のことを踏まえて、阿寒湖畔を訪れた観光客にとって遊覧船は魅力的な存在か、観光客の遊覧船に対する認知度と現地の人々の遊覧船から見る阿寒湖の魅力を伝えたいと考える思いにズレが生じているのではないかと考え、そのズレを検証すべく調査を行なった。

2. 調査方法

調査は、次のとおり三つの項目に分けて行った。一つ目は、「遊覧船に対する意識調査」、二つ目は「観光客を対象とした阿寒湖の遊覧船に対する調査」、そして三つめは「遊覧船乗客の動きに関する調査」である。各調査の詳細は下記の通りである。

(1)若者の遊覧船に対する意識調査

阿寒観光汽船について調査をする前に、遊覧船自体は若者にどう思われているのか、首都圏に住む若者の遊覧船に対する関心や、認知度を調べるために行った。ここで若者を対象とした理由は、これから多くの旅行をするであろうことが考えられ、またこれからの将来を担っていく世代であると考えがえたからである。

主な調査項目は、遊覧船の乗車欲求、どんな遊覧船に乗りたいと思うか、遊覧船に乗りたくない理由、遊覧船のある観光地を訪れた経験、遊覧船の良かった点、どんな遊覧船な

ら魅力的か、である。具体的な調査の実施方法であるが、阿寒湖調査班が作成したアンケートを性別・学年・学科を問わず、東洋大学第一キャンパスの学生に対して行った。

(2)観光客を対象とした阿寒湖の遊覧船に対する調査

実際に阿寒湖畔を訪れている観光客が、阿寒観光汽船を利用する割合はどのくらいなのかを調査するために行った。

主な調査項目は、被験者の属性、遊覧船の乗船有無、またその理由、再度遊覧船に乗船したいかどうか、またその理由である。具体的な調査の実施方法であるが、事前に阿寒湖調査班が作成したアンケートに従って、観光客に対してヒアリングを行いながら実施した。

(3)遊覧船乗客の動きに関する調査

実際に阿寒観光汽船の乗客の動向を観察し、乗客が興味を示すポイントや、飽きてしまうポイントを発見し、問題点と課題を調査するために行った。

主な調査項目は、被験者の属性、景色に夢中になっている時間、興味をなくすまでの時間、寝始めるまでの時間、マリモ展示観察センターでの様子、写真を撮ったポイントである。具体的な調査の実施方法であるが、事前に阿寒湖調査班が作成した調査票に従って実際に遊覧船に足を運んで乗客の観察調査を行った。

3. 調査の概要

	若者の遊覧船に対する意識調査	観光客を対象とした阿寒湖の遊覧船に対する調査	遊覧船乗客の動きに関する調査
目的	首都圏に住む若者の遊覧船に対する関心や、認知度を調査	観光客が、阿寒観光汽船を利用する割合はどのくらいなのかを調査	興味を示すポイント飽きてしまうポイント
調査場所	東洋大学白山キャンパスにて計 50 サンプル	阿寒湖畔にて計 54 サンプル	阿寒湖畔にて計 42 サンプル
調査項目	・遊覧船の乗車欲求 ・どんな遊覧船に乗りたいか ・遊覧船に乗りたくない理由 ・遊覧船のある観光地を訪れた経験 ・遊覧船の良かった点 ・どんな遊覧船なら魅力的か	・被験者の属性 ・遊覧船の乗船有無 ・またその理由 ・再度遊覧船に乗船したいかどうか ・またその理由	・被験者の属性 ・景色に夢中になっている時間 ・興味をなくすまでの時間 ・寝始めるまでの時間 ・マリモ展示観察センターでの様子 ・写真を撮ったポイント
調査方法	アンケート調査	アンケート調査	観察調査
実施体制	個人	個人	会計グループで行う

Ⅱ．阿寒湖畔温泉とは

1. 概要

阿寒湖畔温泉は、北海道釧路支庁管内釧路市阿寒町の温泉街。

阿寒湖温泉の歴史は古く、1858 年に松浦武四郎がこの地を踏査した際、既に先住民族であるアイヌの人々が利用していた。阿寒湖周辺には特別天然記念物のマリモが自生することで知られ、阿寒湖の南岸に位置する阿寒湖畔温泉は、ホテル・旅館をはじめ飲食店やお土産屋が建ち並ぶ道東の温泉街。阿寒湖には遊覧船のりばを中心に温泉街が広がり、周辺には『日本百名山』として有名な雌阿寒岳や雄阿寒岳など登山も楽しめる。野生動物のエゾシカ、キタキツネ、丹頂鶴なども生息し、大自然の感動を身近に感じることができる。さらに温泉街の中には、無料巡回バス「まりむ号」が運行されており、各ホテル、ビジターセンター、アイヌコタンなどを結んでいる。温泉街に接して道内最大級のアイヌコタンがあり、アイヌの伝統芸能を間近で楽しむことができる。街の飲食店では、阿寒の豊かな自然が育んだココだけの味覚、ヒメマスのお造り、わかさぎの天ぷら、ウチダザリガニ、エゾシカ肉などが味わえる。



2. 歴史

開湯は約 140 年前とされる。発見当初はアイヌの人々が利用する温泉であった。旅館ができたのは 1912 年（明治 45 年）になってからである。その後、1934 年（昭和 9 年）の阿寒国立公園の指定により、観光拠点として発展していった。

2009 年、北海道を舞台の一部とした中国のラブコメディ映画『狙った恋の落とし方。』のヒットにより、中国人観光客が急増した。

3. 観光資源

(1) アイヌ文化

阿寒湖畔温泉街には道内最大の「アイヌコタン」がある。ここでは、民芸品と踊りが有名であり、阿寒湖アイヌシアター「イコロ」にて、アイヌ古式舞踊をはじめとする舞踊や人形劇・イオマンテの火まつりを上演するとともに、アイヌ生活記念館や、森と湖の芸術館などがあり、昔からのアイヌの生活や文化を学ぶことができる。ムックリの講習会やアイヌ民族の歴史の講話などもあり、アイヌコタンの中には民芸品おみやげ店が数十店、北の味を楽しめる飲食店やアイヌ料理のお店、喫茶店などもある。



▲アイヌシアターイコロ



▲イオマンテの火まつり

(2) 温泉

国道 241 号線から 1 本湖よりにある通りに沿って旅館、お土産店、飲食店などが集中している昔ながらの温泉街。明治 41 年に小さな簡易宿泊所が開業したのが始まりで、現在では約 30 軒の宿やホテルが集まっている。旅館やホテルのほとんどは湖に面しているため、部屋や露天風呂から阿寒湖の景色が一望。

(3) 食

阿寒湖温泉街は「泊まるだけの温泉街」から「遊んで、食べて、泊まって、買って楽しむ温泉街」にするため、阿寒湖温泉街の飲食店とホテルが連携して「阿寒湖温泉に行ったら絶対にあの昼食グルメを食べたい！」と言ってもらえるようなご当地グルメを目指し、北海道ならではの貴重な資源である阿寒産エゾシカを素材にし、「阿寒やきとり丼」が誕生した。また、阿寒湖温泉にあるお店「パン・デ・パン」などで販売されているシュークリーム「雄阿寒シュー」と「雌阿寒シュー」も人気である。名前の由来は、阿寒湖の近くにある 2 つの山である「雄阿寒岳(おあかんだけ)」「雌阿寒岳(めあかんだけ)」からとってつけられた。

▲阿寒やきとり丼



▲雄阿寒シュー雌阿寒シュー



(4) 自然

阿寒湖畔には、火山活動が作り出した地形（カルデラ）のなかにいくつかの自然探勝路・登山道が設置されている。阿寒カルデラの中央付近に位置する標高 1371m の雄阿寒岳をはじめ、現在も活動中の火山で、活発に噴煙を上げている雌阿寒岳や、阿寒富士の噴出物でせき止められてできた湖で、「大きな沼」という意味を持つオンネトーなどがある。火山・森・湖など、阿寒ならではのさまざまな自然を探勝することができるのも阿寒湖畔の魅力である。



▲雌阿寒岳



▲オンネトー

(5) レジャー

阿寒湖畔では、人気のアメマスやワカサギ釣り、「日本百名山」として知られる雄阿寒岳・雌阿寒岳登山、マリモ観察へ行く遊覧船やモーターボート、カナディアンカヌー等阿寒湖畔ならではの体験をすることができる。また、自然林に囲まれたキャンプ場でバーベキューをしたり、冬季には阿寒湖温泉に隣接しているスキー場で雄大な阿寒湖を眺めながらウィンタースポーツを楽しめる。



▲カヌー



▲遊覧船

Ⅲ. 調査結果

1. 若者の遊覧船に対する意識調査

(1)被験者の属性

東洋大学白山キャンパスの学生 50 名にアンケートを行った。

(2)アンケートの概要

以下のアンケート票に従ってアンケート調査を行なった。

東海林ゼミ

若者の遊覧船(クルーズ船、モーターボート、屋形船等) に対する意識調査アンケート

1.観光地などに行った時、遊覧船に乗ってみたいと思いますか？

乗ってみたい

②乗りたくない

(理由:

)

(1で①「乗ってみたい」と答えた方へ)

2.どんな遊覧船に乗りたいと思いますか？当てはまるもの全てに丸をつけてください。

景色を楽しめる 食事やお茶を楽しめる お酒を楽しめる ライン下り

安い(円くらい) 内装が楽しめる

何か特典や割引がある(浴衣で乗ると安くなる等)

その他(

)

(1で②「乗りたくない」と答えた方へ)

3. どうして乗りたくないと思いましたか？

船酔いする

魅力がない

料金が高い

目的としていない

時間がない

その他(

)

4. 実際に遊覧船のある観光地などに行ったことがありますか？また、遊覧船に乗ったことはありますか？

行ったことがあって、乗ったことがある。

行ったが、乗ったことはない。

行ってない。

(4で①「乗ったことがある」と答えた方へ)

5. 何が良かったですか?当てはまるもの全てに丸をつけてください。

景色を楽しめた 内装が気に入った 食事やお茶が楽しめた 交通の便がいい

楽しめる演出があった(どんなものですか? :

時間が丁度いい(約 分)

その他()

(4で①「乗ったことがある」と答えた方へ)

6. また利用したいと思いますか?

利用したい

時間があれば利用したい

利用しない

(4で①「乗ったことがある」と答えた方へ)

7. どんな遊覧船を走らせたら魅力的だと思いますか?

海賊船をモチーフにした遊覧船 洞窟内をめぐる遊覧船

郷土料理の味わえる遊覧船 島めぐりする遊覧船

その他()

(4で②「乗ったことはない」と答えた方へ)

8. 利用されなかった理由として当てはまるものがありましたらお答えください。

①魅力を感じない ②場所がわからない

③交通の便が悪い ④暇が無い

⑤興味が無い ⑥利用料が高い

⑦その他()

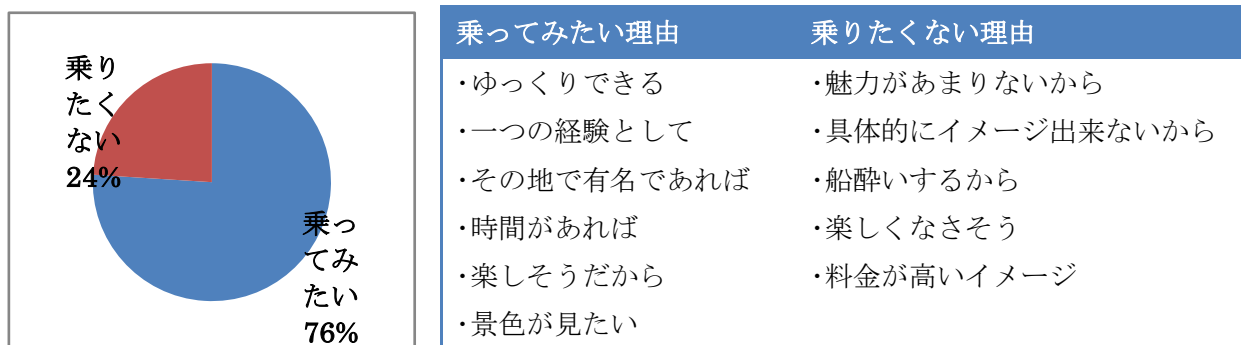
ご協力ありがとうございました。

図：アンケート票

(3) アンケート結果

① 遊覧船の乗車欲求

観光地などに行った際に遊覧船に乗ってみたいと思う若者は 76%と多いことが分かった。また、乗ってみたい理由、乗りたくない理由としては以下の通りである。

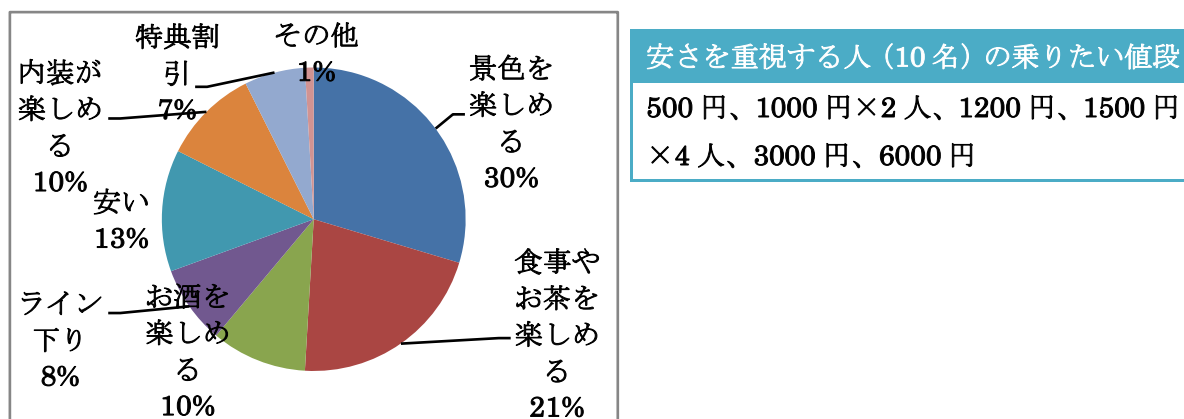


* 考察

首都圏に住む若者のうち 7 割が遊覧船に乗ってみたいと回答した。このような結果から、阿寒湖畔は遊覧船を魅力的なものにすることで、また、乗りたくない理由として挙げられたものを解決することによって若者の集客を図れると考える。

② どんな遊覧船に乗りたいと思うか

遊覧船に乗りたいと考えている若者は、実際にはどのような遊覧船に乗りたいと思うのかについてアンケートを行った結果である。

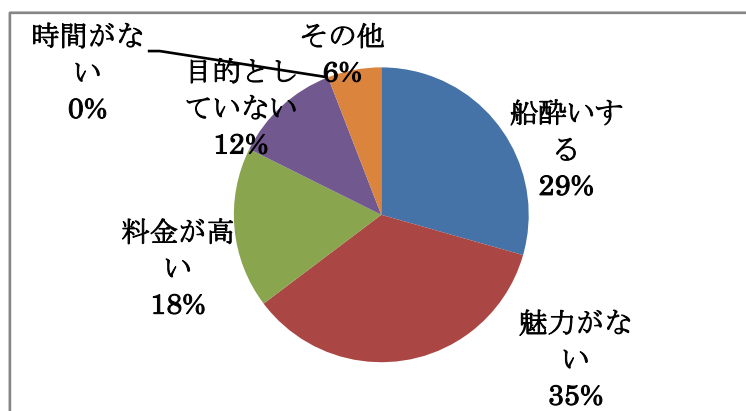


* 考察

乗りたいと思う遊覧船の最も高い割合であったのは「景色を楽しめる」ことであった。安いことを重視する人は 13%と少なめで、内容を重視する傾向にあった。また、安さを重視する人の平均金額は 1870 円となった。

③遊覧船に乗りたくない理由

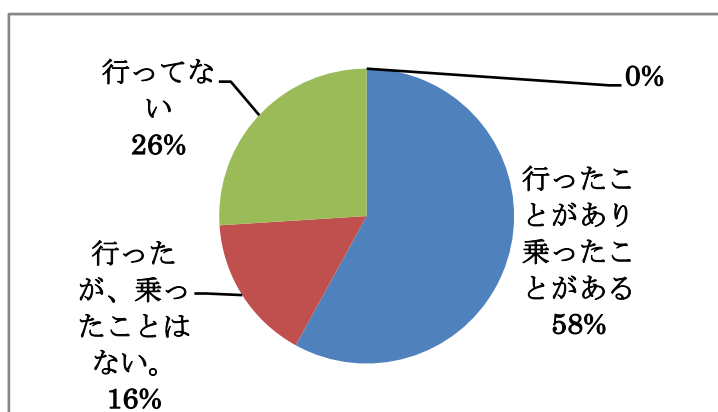
遊覧船に乗りたくないと考えている人に行ったアンケート結果である。



*考察

遊覧船に乗りたくないと考えている人の理由としては、魅力がないと考えている人が35%、船酔いが29%と大半がこの二つの理由だった。その他の理由としては「景観的に遊覧船が湖にあるのは美しい」というものであった。

④遊覧船のある観光地を訪れた経験

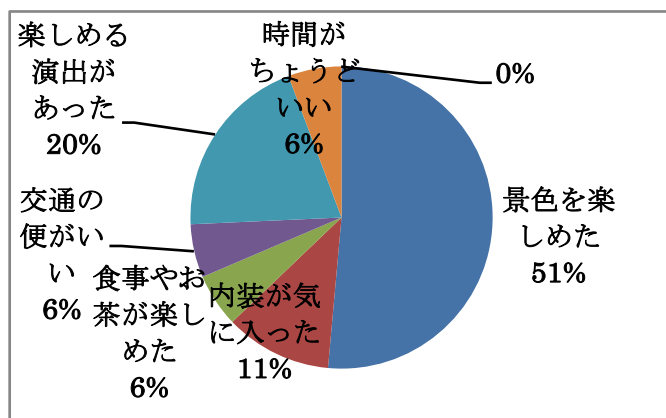


*考察

遊覧船に乗ったことのある若者は58%と半数を超えた。また、行ったことがあっても乗ったことがあるが、次は乗りたくないと考えている人が5人いた。

⑤遊覧船の良かった点

遊覧船に乗ったことのあると答えた人に対して行ったアンケートの結果である。



楽しめる演出

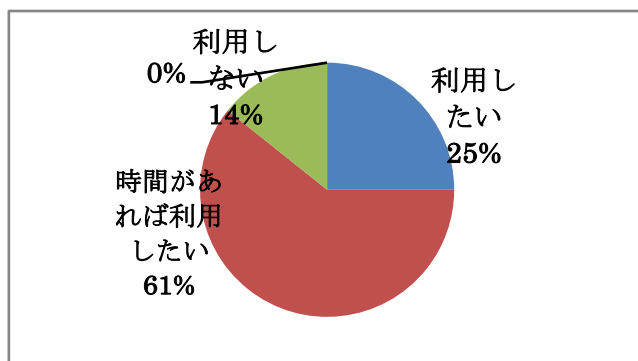
・船の底の側面がガラス張り・清潔感のある船内・生演奏・ショーがある・船長が歌ってくれた・海賊船風の船内、宝探しゲーム・ダンスショー

*考察

遊覧船に乗ったことのある人の半数が景色が楽しめたと回答していた。時間の希望がある人は2人であったが、40分と60分以内というものであった。

⑥また乗りたいと思うか

遊覧船に乗ったことのある人を対象にまた乗りたいかどうかについて調査した結果である。

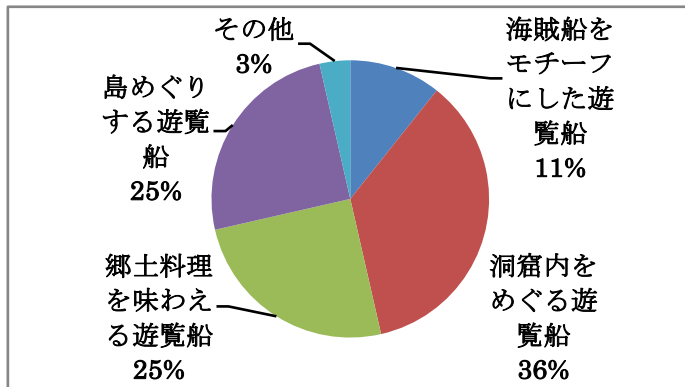


*考察

全体の6割が時間があれば利用したいと回答した。利用しないと回答したのは14%のみであった。

⑦どんな遊覧船を走らせたら魅力的か

遊覧船に乗ったことのある人を対象にどんな遊覧船を走らせたら魅力的かについて調査した結果である。項目は実際にある遊覧船の例を元に決定した。その他で、「景観にマッチするデザインのもの」という意見があった。

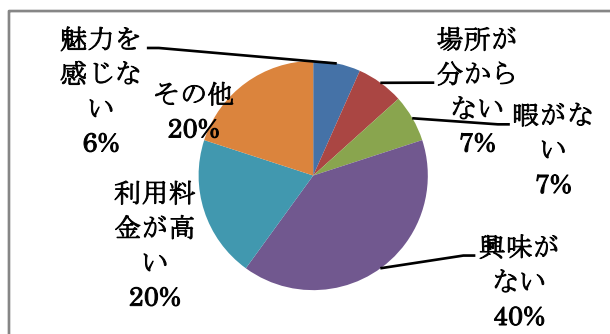


*考察

遊覧船をより魅力的なものとするために、ただ景色を楽しむだけではなく、他のプログラムをつけることも効果的であると考ええる。

⑧利用しなかった理由

遊覧船に乗ったことのない人を対象に利用しなかった理由を調査した結果である。その他の理由としては「時間がない、幼い時だったので船が怖かった」などがあげられた。



*考察

遊覧船に乗らなかった理由の 40%が興味がないというものだった。情報がないと興味もわかないため、興味を引くような情報発信が必要であると考ええる。

(4)まとめ

調査の結果、首都圏に住む若者のうち 7 割が遊覧船に乗ってみたいと回答した。このような結果から、阿寒湖畔は遊覧船を魅力的なものにすることで、また、乗りたくない理由として挙げられたものを解決することによって若者の集客を図れると考える。

阿寒観光汽船を魅力的なものとするために、乗りたいと思う遊覧船の最も高い割合が「景色を楽しめる」ことであったことから、景観をより魅力的に見せることが考えられる。時間帯によって景色も違うため、時間帯を利用するのも良いと考える。また、遊覧船に乗りたくないと考えている人の理由としては、大半が魅力がないと考えている人、船酔いをす

る人の二つだった。また、遊覧船に乗らなかった理由の 40%が興味がないというものだった。このことから魅力を伝える、興味を引くような情報発信が必要であると読み取れる。

遊覧船に乗ったことのある若者は半数を超えているが、遊覧船に乗ったことがあるが、次は乗りたくないと考えている人が 5 人いた。リピート率をあげることも大切である。

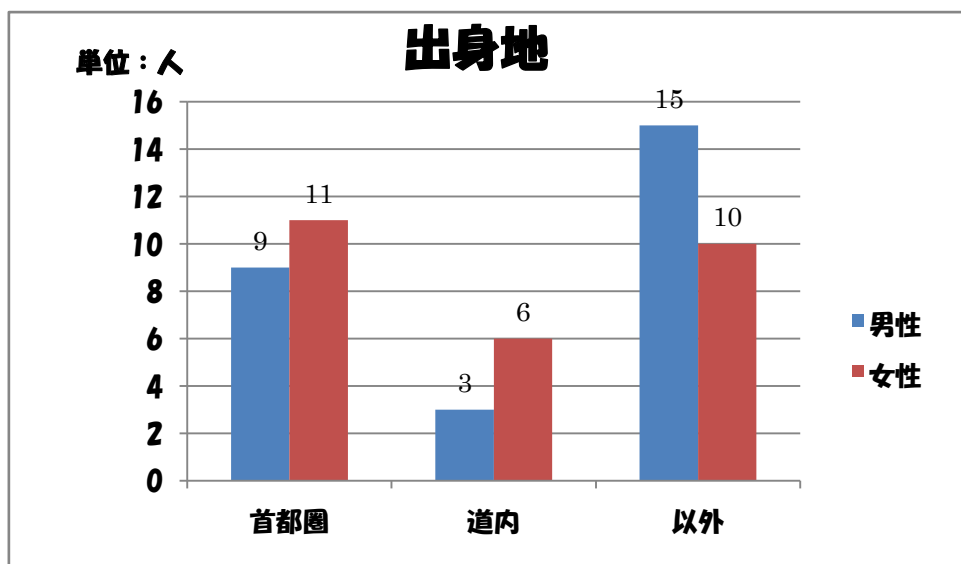
2. 観光客を対象とした阿寒湖の遊覧船に対する調査

(1) 被験者の属性

阿寒湖畔にて54名の観光客にアンケートを行った。以下は世代別の被験者数である。

	男性	女性
10代	2人	1人
20代	6人	11人
30代	2人	4人
40代	3人	2人
50代	7人	7人
60代	5人	2人
70代	2人	0人

次図は出身が首都圏か首都圏以外かで分けた「出身地別」のグラフである。



(2) アンケートの概要

以下のアンケート票に従ってアンケート調査を行った。

遊覧船に関する意識調査アンケート

東海林ゼミ

ミ

1. 性別： 男 ・ 女

2. 年齢：()

3. どこから来ましたか？ ()

4. 今回、阿寒湖に来て遊覧船に乗りましたか？ はい ・ いいえ

➡「はい」と答えた人

どうして遊覧船に乗ろうと思いましたか？

① 以前から乗りたいと思っていたから

② 自然に触れたいと思っていたから

③ 普段はなかなか乗ることが出来ないと思ったから

④ ツアーに含まれていたため、仕方なく乗った

⑤ その他 ()

➡「いいえ」と答えた人

どうして遊覧船に乗らなかったのですか？

① 遊覧船に興味がなかったから

② 料金が安いから

③ 乗る時間がなかったから

④ その他 ()

5. 4で「はい」と答えた人

遊覧船に乗ってみて、また乗りたいと思いましたか？ はい ・ いいえ

➡「はい」と答えた人

どうしてまた乗りたいと思いましたか？

- ① 料金が安かったから
- ② 内装に満足したから
- ③ 景色が良かったから
- ④ 交通の便が良かったから
- ⑤ その他 ()

4・5で「いいえ」と答えた人

どうしたらまた遊覧船に乗りたいと思いますか？

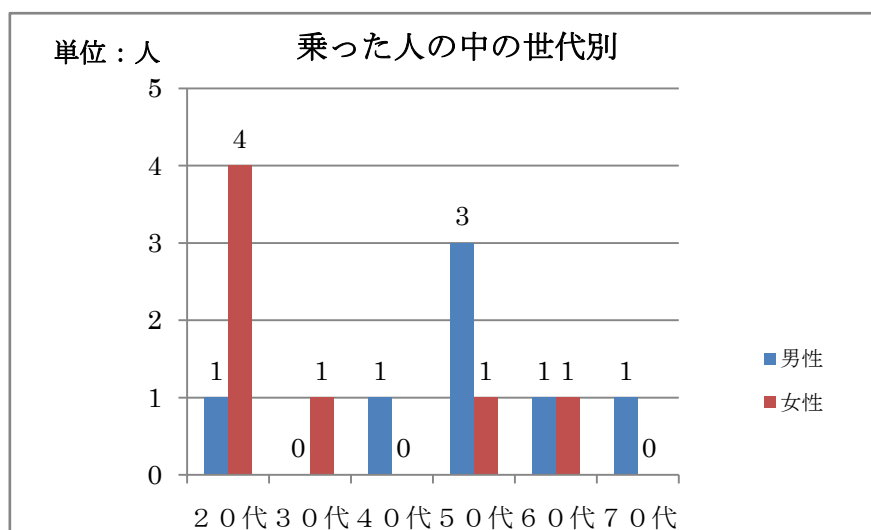
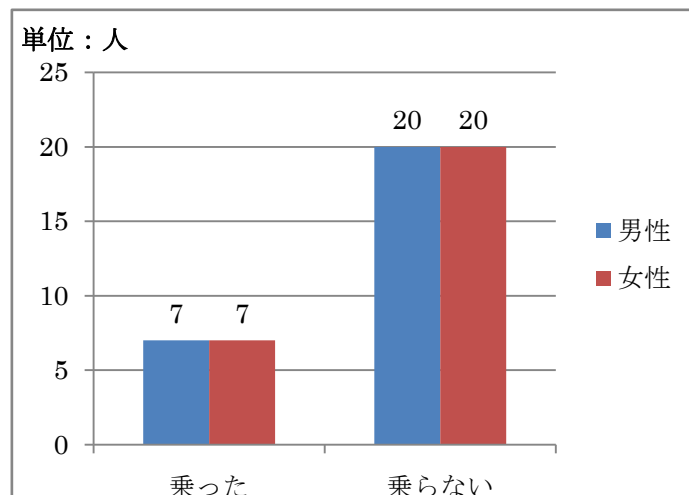
- ① 料金が安かったら乗りたいと思う
- ② 時間が短かったら乗りたいと思う
- ③ 食事付きだったら乗りたいと思う
- ④ ガイド付きだったら乗りたいと思う
- ⑤ その他 ()

ご協力ありがとうございました。

図：アンケート票

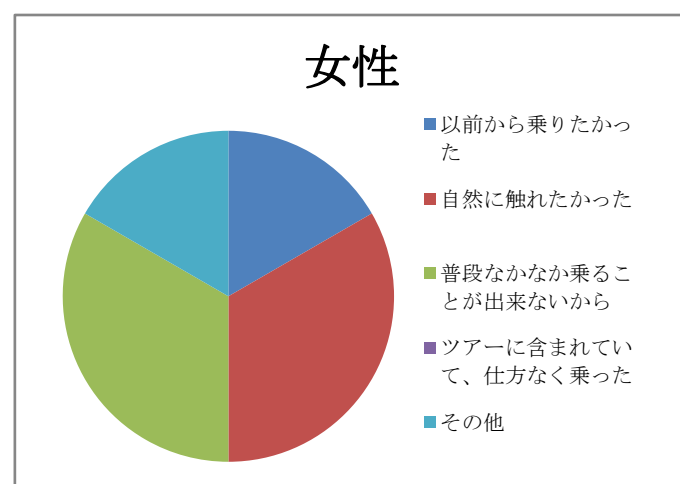
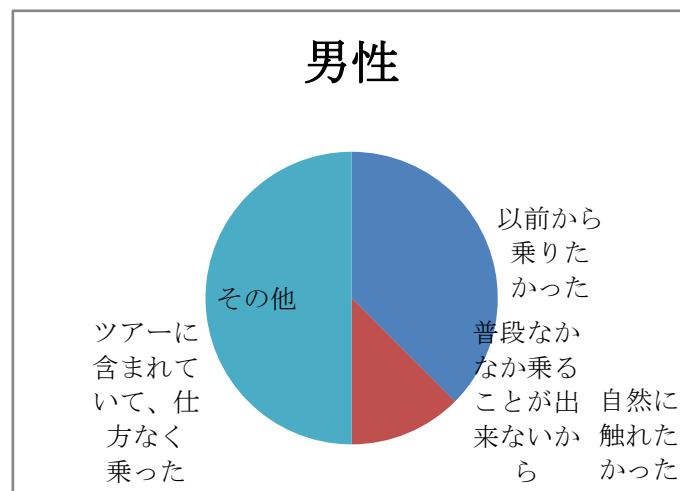
(3) アンケート結果

*阿寒湖に来て、遊覧船に乗ったか



*乗った理由

	以前から	自然に触れたい	なかなか乗れない	ツアーに含まれていた	その他
男性	3人(37%)	1人(13%)	0人(0%)	0人(0%)	4人(50%)
女性	1人(7%)	2人(33%)	2人(33%)	0人(0%)	1人(17%)

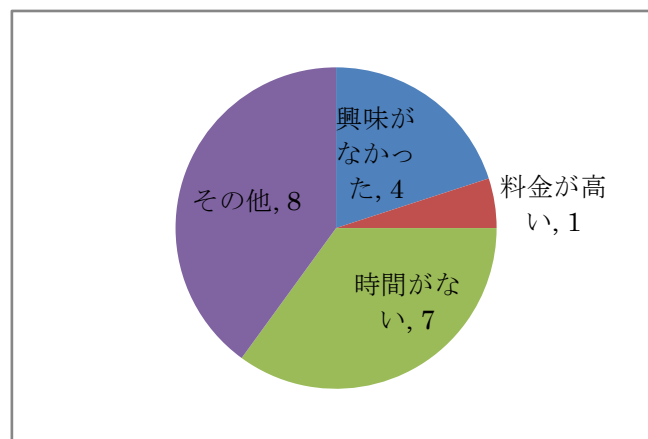
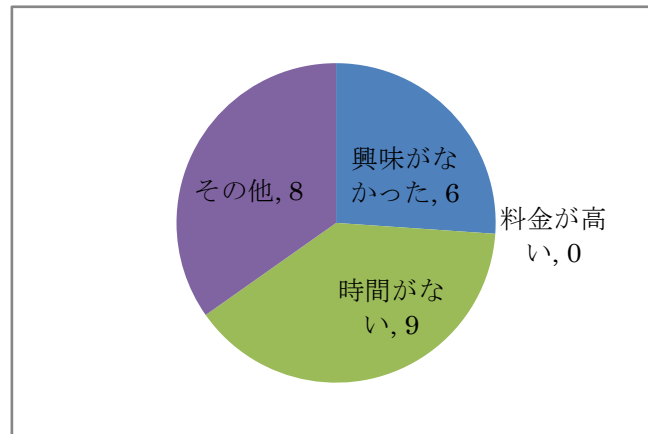


*まとめ

遊覧船に乗ったか乗らなかったでは男性と女性の人数は同じであった。
 乗った理由として、男性では「その他」と回答した人が最も多く、女性では、「自然に触れたかったから」と「普段なかなか乗るきかいがないから」と回答した人が最も多かった。
 その他の回答としては、「時間があったから」「マリモの博物館が見たかったから」「ホテルに近かったから」などの意見があった。

*乗らなかった理由

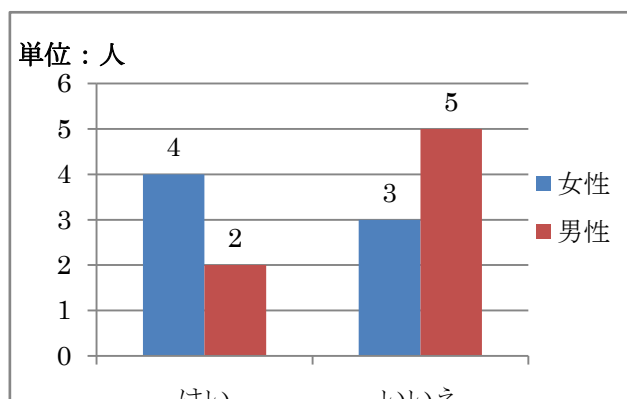
	興味がなかった	料金が高い	時間がない	その他
男性	6人(26%)	0人(0%)	9人(39%)	8人(35%)
女性	4人(20%)	1人(5%)	7人(35%)	8人(40%)



*まとめ

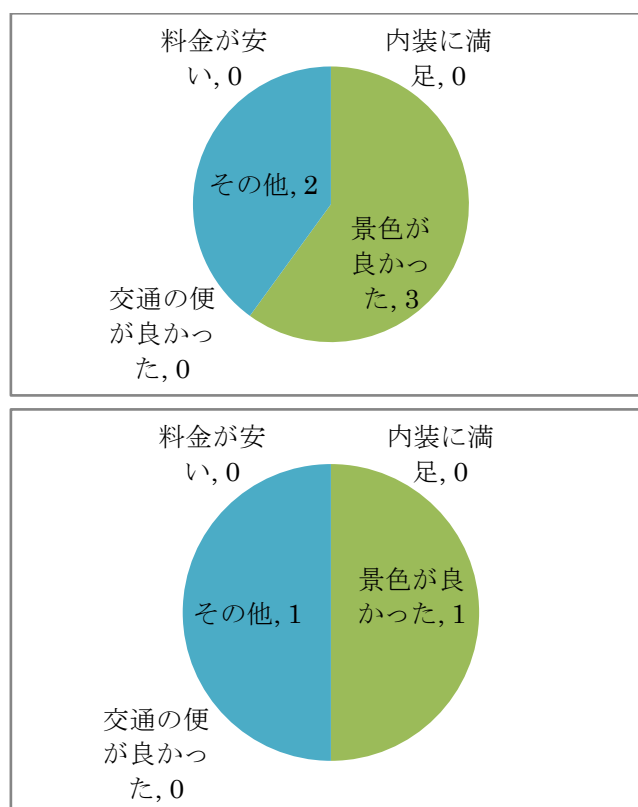
乗らなかった理由としては、男性では「時間がなかった」と回答した人が最も多く、女性では「その他」と回答した人が最も多かった。その他の回答としては、「すでに予定が決まっている」「乗る目的がなかった」「子供が小さいので不安」「以前に乗ったことがある」などの意見があった。

*遊覧船に乗ってみて、また乗りたいと思ったか



＊また乗りたい理由

	料金が安い	内装に満足	景色が良かった	交通の便が良かった	その他
男性	0人(0%)	0人(0%)	3人(60%)	0人(0%)	2人(40%)
女性	0人(0%)	0人(0%)	1人(50%)	0人(0%)	1人(50%)

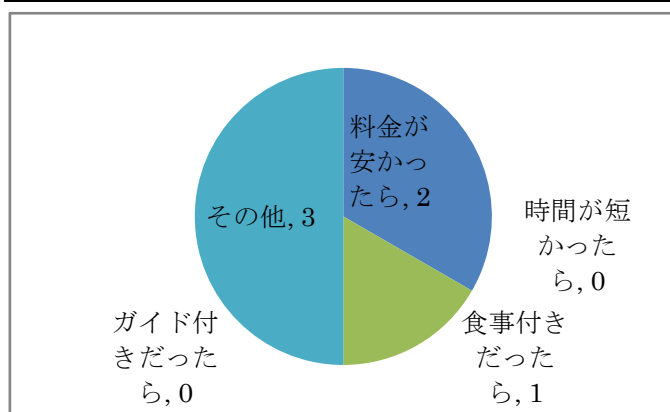


＊まとめ

遊覧船にまた乗りたいか乗りたくないかでは、「乗りたい」と回答した男性が4人に対し、女性は2人と男性の方が多かった。「乗りたくない」と回答した男性が3人に対し、女性は5人と女性の方が多かった。乗りたい理由としては、男性では「景色が良かった」と答えた人が最も多く、女性では「景色が良かった」「その他」と答えた人が1人ずつだった。その他の回答では、「子供が大きくなったらまた連れて来たい」等の意見があった。

＊どうしたらまた乗りたいか

	料金が安かったら	時間が短かったら	食事付きだったら	ガイド付きだったら	その他
男性	0人(0%)	0人(0%)	0人(0%)	0人(0%)	3人(100%)
女性	2人(33%)	0人(0%)	1人(17%)	0人(0%)	3人(50%)



＊まとめ

どうしたらまた乗りたいかでは、「乗りたくない」と答えた3人の男性すべてが「その他」という回答だった。女性では「その他」と回答した人が最も多かった。「その他」の回答では、「景色がキレイだったら」「もっと知名度が高かったら」「北海道らしかったら」という意見であった。

＊考察

アンケートの結果から、阿寒湖に来て遊覧船に乗る人は圧倒的に少なかった。また、乗った人と乗らなかった人の男女比では差は見られなかった。さらに、また遊覧船に乗りたいと思う人の割合が約4割と少なかった。これは、遊覧船に乗って、魅力を感じなかったことが原因だと考えられる。ツアーの中身を工夫し、現地でもっと宣伝するなどの改善をしていかなければならないと考えられた。

3. 遊覧船乗客の動きに関する調査

(1) アンケートの概要

遊覧船乗客の動きに関する調査を行ったのは9月12日木曜日、天気は晴れた。サンプルの総数は42で、使用したアンケートは以下のとおりである。

遊覧船乗客の動き

性別：男（ ） 女（ ）

年代：10代 20代 30代 40代 50代 60代以上

景色に夢中になっている時間：開始_____分まで

興味をなくすまでの時間：開始_____分

寝始めるまでの時間：開始_____分

マリモ展示観察センターでの様子：

写真を撮ったポイントに○印をつけ、同じ景色を撮影する

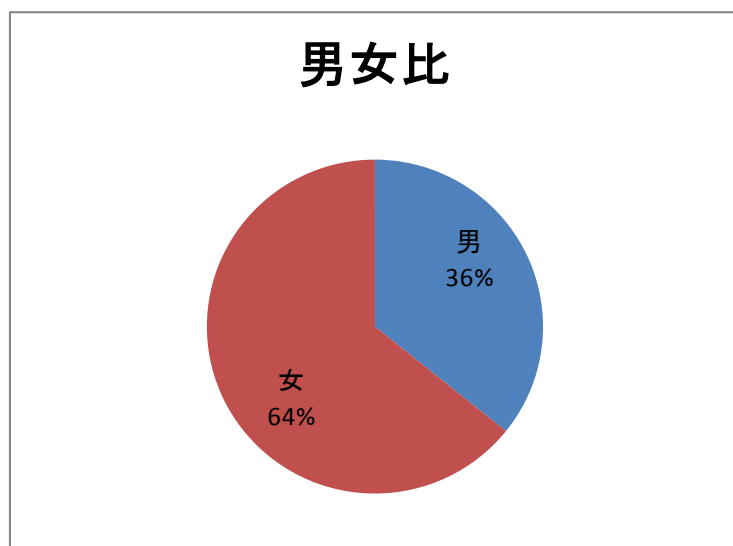
景色に夢中になったポイントに☆印書き込み

その他気付いた点があれば余白に書き込み

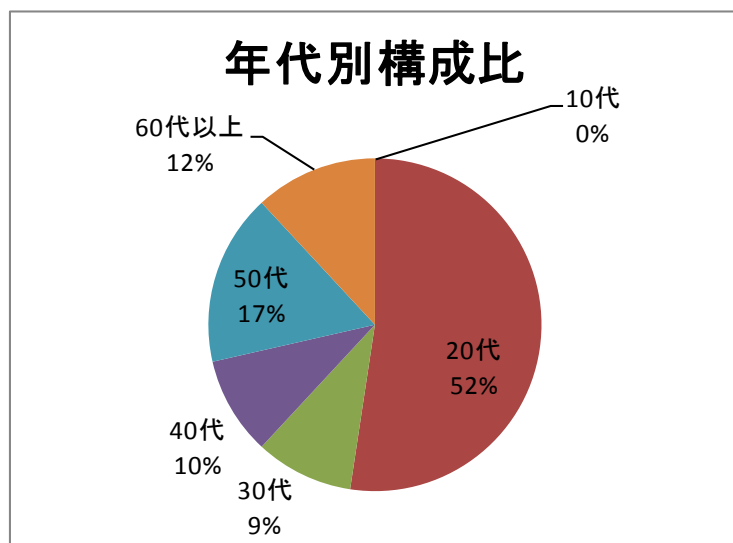


(2) 性別と年代

乗客の男女比は以下の通りである。

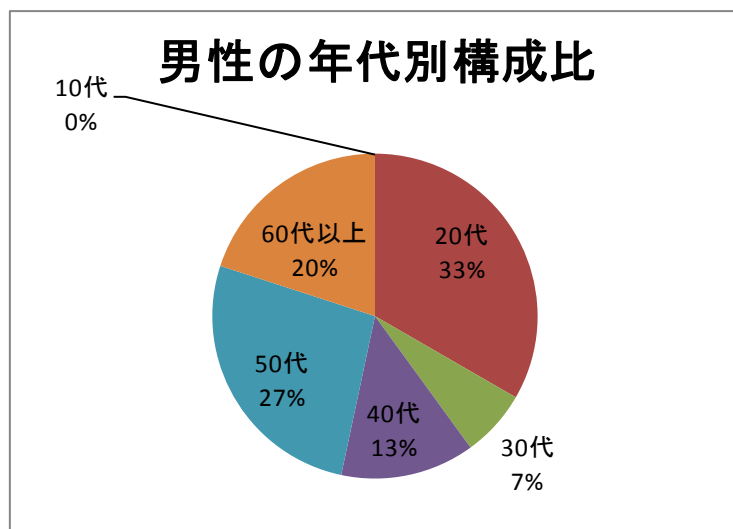


年代別の構成比は以下の通りである。



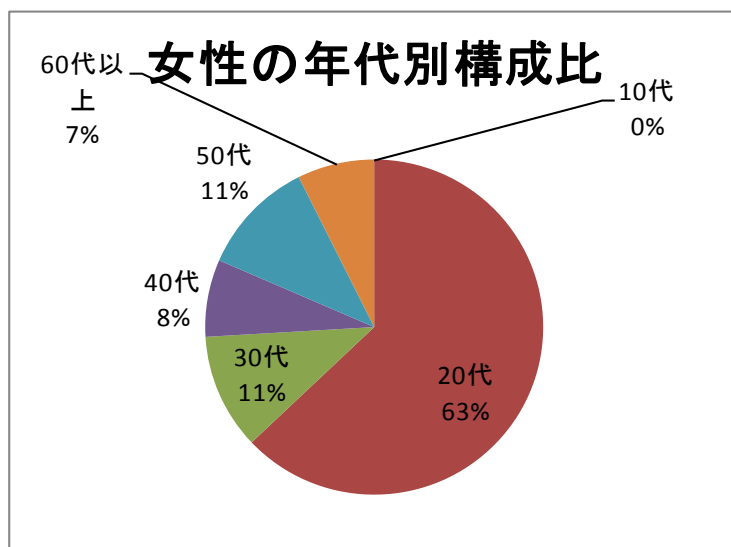
年代別構成比をみると半分以上が 20 代だが、若者の大人数のグループが複数乗船していたからだろう。次に多いのは 50 代、60 代以上の割合だが、老夫婦や少人数グループが目立った。40 代、30 代も同じように夫婦や少人数グループで来ているようだった。

男性の年代別構成比は以下の通りである。



若者のグループが複数いたからか、20代以上の割合が一番多い。次に多いのは50代だが、様子を見てみると、写真が趣味なのか本格的なカメラで写真を撮っている人が多かった（一人で来ている様子だった）。30代、40代、60代以上は夫婦や少人数グループがほとんどだった。

女性の年代別構成比は以下の通りである。



男性と同じく、20代女性の割合が一番多い。また30代～60代以上の乗客を見ると、夫婦や少人数グループがほとんどだった。

(3) 景色に夢中になっている時間、興味をなくすまでの時間、寝始めるまでの時間

これらについては特に一定の時間が経過してから飽きたり眠ったりするわけではなかった。最初の方は景色に夢中になり、徐々に飽きて喋りはじめ、ナレーションが流れるとまた景色に目を向け、しばらくしたらまた喋りはじめる、といった人がほとんどだった。

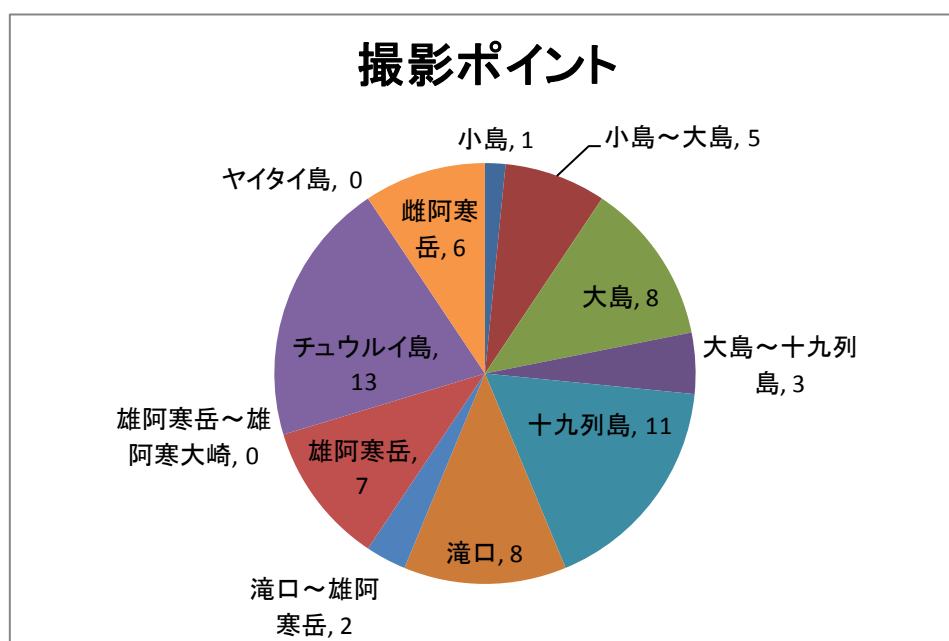
(4) 写真を撮ったポイント、景色に夢中になったポイント

乗客がどのような景色に興味を持つのかを知るため、写真を撮ったポイント、夢中になったポイントを航路順にリストアップし、グラフを作成した。

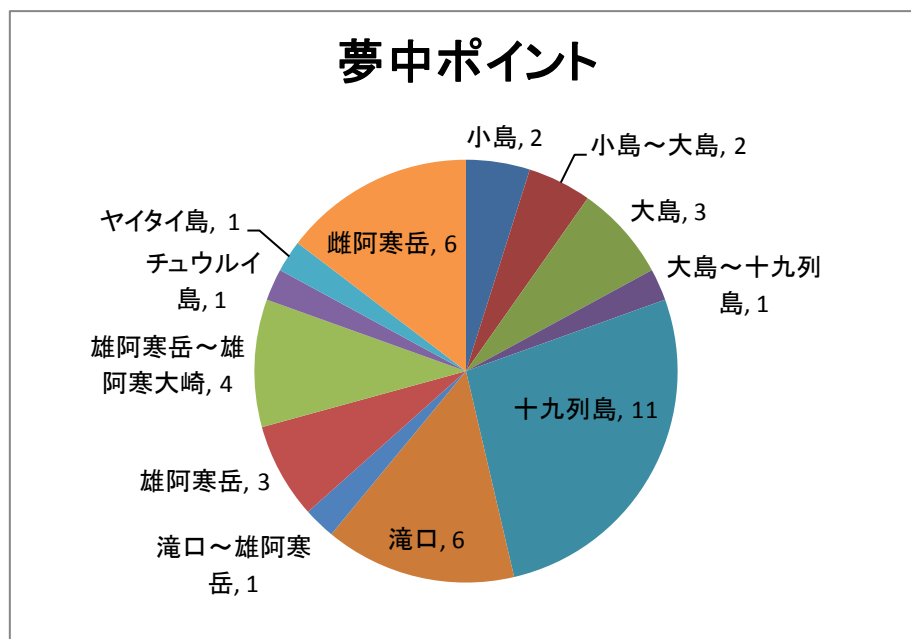
左の表は、航路順のリストである。

小島
小島～大島
大島
大島～十九列島
十九列島
滝口
滝口～雄阿寒岳
雄阿寒岳
雄阿寒岳～雄阿寒大崎
チュウルイ島
ヤイタイ島
雌阿寒岳

① 写真を撮ったポイント(以下：撮影ポイント)は以下の通りである。

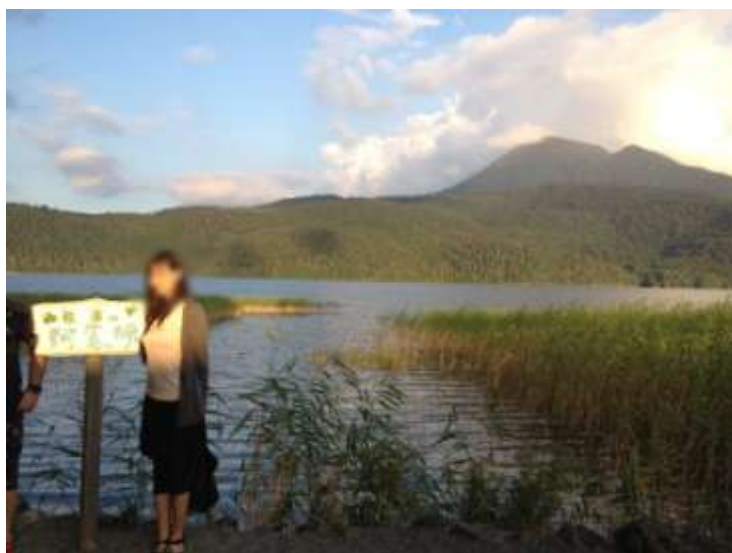


② 景色に夢中になったポイント(以下：夢中ポイント)は以下の通りである。



撮影ポイント、夢中ポイントと共通して数字が大きいのが、十九列島と滝口だった。見た目にもめずらしくわかりやすいことがこの結果につながったと推測できる。ただ、滝口については乗客から「わかりにくい」との声も出ている。

次に撮影ポイントだが、大島、雄阿寒岳、雌阿寒岳などの大きく目標になりやすいものが多くあがった。またチュウルイ島では、下の写真のように山や看板とともに撮影していた人が多かった。



(5) マリモ展示観察センターでの様子

マリモ展示センターでは、ほとんどの人が展示に興味を持ち、声をあげて驚く人もいた。一方で、興味がわかなかったのかただ歩いて外に出て煙草を吸っている人もいた。また、マリモ展示センターについての乗客の意見は、以下の通りであった。

- ・ マリモの展示がちょうどいい
- ・ チュウルイ島からの景色がきれい
- ・ マリモ展示センターまで遠い
- ・ マリモ展示センターまでの道の坂道が急、お年寄りにはきびしい
- ・ マリモ展示センターの滞在時間が短い
- ・ 展示に大きな感動がない
- ・ スタッフの対応があまりよくない

展示に大きな感動がないという意見があるが、マリモに触れられる展示がほしいとの声がある。またスタッフの対応については、朝礼で笑顔の練習や声掛けをすることですぐに改善できるだろう。

(6) 遊覧船に関しての意見

遊覧船に乗った乗客からの意見は以下の通りだ。

- ・ 夕暮れ時の景色がきれい
- ・ 紅葉の季節に来たらよさそう
- ・ ナレーションが少ない、季節外れ
- ・ ナレーションと前方モニターの映像をリンクさせては？
- ・ 船内音楽が古い、選曲が微妙
- ・ 時間が長いし景色があまり変わらなく、飽きる
- ・ 屋形船のように飲食できると楽しい
- ・ 料金が安い、安い方が気軽に乗れる
- ・ 窓が汚くて景色が見にくい
- ・ 天気が良くないと乗る気になれない
- ・ 夕方は眩しくて景色が見にくい

ナレーションに関しては季節ごとに分けること、窓の汚れについては拭き掃除の頻度を上げることで改善できるだろう。

IV. 全体のまとめ

私たちが仮定した遊覧船自体が今の時代の傾向や流行などについていけず、取り残されているため、集客に繋がらないのではないかという問題点であるが、学生にアンケートをとった結果、学生の7割が乗ってみたいと考え、また、5割以上の学生が遊覧船に実際に乗ったことがあることが分かった。そのため、遊覧船自体は今の時代にも適応していける観光資源であることが分かった。

しかし、遊覧船に対する意識として、学生では7割も遊覧船に乗ってみたいのに対して、実際に阿寒湖で遊覧船に乗ったのは3割であった。また、学生アンケートでは遊覧船に乗ったことのある人のうち、8割以上がまた利用したいと考えているのに対し、阿寒湖で遊覧船に乗った人のうちまた乗りたいと考えているのは約4割の半数以下という結果になった。阿寒観光汽船と学生たちの乗った遊覧船にはズレが生じている。

そこで、こういう結果になった原因、そして今後の対応策に分けて述べていこうと思う。

(1) 原因

原因については、まず阿寒観光汽船に関する情報発信の問題があげられる。遊覧船に乗らなかった理由として「興味がなかったから」というものが多かった。これは情報発信に問題がある。興味が無いのはそれに対する情報がないからともいえるからである。また、ただ情報を発信していないからだけではない。阿寒観光汽船は昭和29年から創業しており、長い歴史を持つものである。宣伝をするには十分な時間がたっており、宣伝はしてきていると推測できる。つまり、その方法に問題があるのではないかと考えられる。

また、ツアー内容の問題もあげられる。実際に調査した結果、どうしたら遊覧船に乗りたくなるかという質問に対して、「景色がキレイだったら」「もっと知名度が高かったら」「北海道らしかったら」という意見があげられた。

(2) 今後の対応策

今後の情報発信の仕方については、「旅行情報誌に載せる」、「ツアーに含ませる」、「HPの充実」などがあげられる。旅行情報誌を見ても阿寒観光汽船の情報が全く乗っていないものもあった。また、「遊覧船」とインターネット検索をして一番上に出てくる箱根・芦ノ湖遊覧船を例にしてみてもわかるように、伊豆箱根鉄道や伊豆箱根バスなどのとも連携している。今の旅行はインターネットが主流になっているため、学生等が見てもわかりやすいようにインターネット上の広告を考える必要がある。

ツアー内容については、アンケートの結果、学生の実際に遊覧船に乗って楽しめた演出等を取り入れていくことも良いと考える。これからの阿寒観光汽船を盛り上げていくには、これからの観光を担っていく若者たちが実際に触れてよかったものを新しく取り入れ、時代に合わせて変化していくことが求められているからである。また、実際に遊覧船に乗った乗客からの意見も取り入れていく検討をする必要がある。

学生の楽しめた演出	遊覧船に乗った乗客からの意見
・船の底の側面がガラス張り ・清潔感のある船内 ・生演奏・ショーがある ・船長が歌ってくれた ・海賊船風の船内、宝探しゲーム ・ダンスショー	・夕暮れ時の景色がきれい ・紅葉の季節に来たらよさそう ・ナレーションが少ない、季節外れ ・ナレーションと前方モニターの映像をリンクさせては？ ・船内音楽が古い、選曲が微妙 ・時間が長いし景色があまり変わらなく、飽きる ・屋形船のように飲食できると楽しい ・料金が高い、安い方が気軽に乗れる ・窓が汚くて景色が見にくい ・天気が良くないと乗る気になれない ・夕方は眩しくて景色が見にくい

北海道ゼミ合宿ゼミ生感想

菅原唯

阿寒湖周辺の訪問は今回で2度目だったが、1度目に受けた印象より明らかにプラスに変わった。それは今回ゼミ合宿で4日間もの長期間、阿寒湖の魅力を感じられたからだと思う。1度目に訪れたときは典型的な通過型観光で、阿寒湖ってずいぶん広い湖だなぐらいの印象だったが、今回アイヌコタンの街をじっくり見たり、登山したり、カヌーをしたり、大自然でBBQをしたりしたことで、阿寒湖観光を深く知れたのだと思う。一つのエリアをツアー旅行で深く知ることは難しいかもしれないが、その場所を知り尽くし、遊び尽くすのが本来の観光なのではないかと思った。

手塚沙織

阿寒湖の遊覧船は、乗ってみると景色も綺麗で解説がありわかりやすく、乗客も景色やまりもにかなり興味を示していた。また、アイヌ伝統の木彫りグッズも幅広い層に受けそうなものが多かった。若者が好みそうな可愛いピアスなどもあり、夜には街も賑わっていた。

岡本椋太

人生初の北海道、普段感じることでできない自然、文化を感じることができました。アイヌコタンではデボさんによるアイヌ民族の歴史のお話を聞きました。今もなお差別されることのある現状をお聞きし、アイヌの文化を世間に広く伝え、認めてもらうことが必要に感じました。

4泊5日の合宿を阿寒湖畔周辺を拠点として活動することで、本来あるべき旅行の形態を肌で感じました。今ある旅行の主な形態である「一度の旅行で多くの観光地へ訪れる」ことは本当の意味で観光地の魅力を感じることができない。旅行業界が犯した最大の失敗をどのように改善していくか？座学では決してわかりえない旅行業界の実態。東海林ゼミの目的である、「物事の本質を見抜く力」を少しでも学ぶことができたことと、同期の仲間と友好関係を築くことができたことがこの合宿で得ることのできた最大の成果だと思います。

坂本優

自分はこのゼミ合宿に行くまでは、阿寒湖と言えばマリモという、漠然としたイメージしかありませんでした。アイヌコタンでアイヌの方のお話を聞いたり、登山をしたりして、阿寒湖畔温泉街の多くの魅力を感じることが出来ました。この合宿では、ずっと阿寒湖の近くにいたのですが、1度も飽きることなく楽しむことができ、これから自分がどこかに旅行などで行く時もその土地の魅力を多く見つけることが出来たらいいと思いました。

金井美菜

4泊5日のゼミ合宿は、私にとって初めてだらけの経験でした。阿寒にしかない魅力を知ることが出来、とても濃い5日間となりました。5日間の1日1日が刺激的で、有意義な毎日でした。この合宿を通して、多くのことを学べ、感じ取ることが出来ました。阿寒には、地元の人たちの温かさなど、たくさんの魅力的な観光資源があると感じました。なので、魅力ある阿寒をもっと多くの人に知ってもらいたい、何か貢献したいと強く思いました。実際に行って、自然の美しさが印象に残っているので、活かしたら良いなと思いました。初めての北海道で貴重な体験ができ、思い出深い合宿となりました。

今井志保

観光汽船：船着き場にも、船内にも人が少ない印象。乗ってみての感想は、同じ風景と静かな音楽に眠くなってしまったということ。しかし、観光汽船に乗らなければ、まりも資料館を見ることが出来ないという特別感はいเดียだと感じた。アンケートを取っているとツアーで阿寒に来たという観光客が多いことに気付く。ツアーで来ると時間刻みのスケジュールが組まれているため、観光汽船に乗る暇がないという意見が多かった。旅行会社と提携してツアーに観光汽船も組み込めないか考えた。

山口ありさ

4泊5日の北海道ゼミ合宿を通して、阿寒湖畔の魅力を十分に味わうことができ、様々な体験をすることができました。雌阿寒岳の登山やカヌーなどのアクティビティを通して、豊かな自然を楽しむことができ、アイヌコタンではアイヌの文化や歴史を学ぶことができました。また遊覧船に関するアンケート調査を行うなど、阿寒湖畔の観光地としての現状を考えさせられました。私は一つの地域やホテルに4泊も滞在することが、初めての経験でした。実際にその経験をしてみて、阿寒湖畔の魅力を様々な角度から知ることができ、一つの地域を深堀できる旅行形態の楽しさを感じることができました。いつかまた、阿寒湖畔を訪れてみたいと思います。

新井由貴子

北海道で過ごした5日間は私にとって思い出深いものになりました。かつて栄えていた阿寒湖の地域振興を考え、アイヌ文化との関わりを学び普段ではできない経験ばかりでした。一か所に続けて滞在することで、阿寒湖の自然の素晴らしさや、地域の方々の暖かさを知りました。観光振興をすすめるには、まだ課題のある地域だと思いますが、ツアーなどの宿泊客の滞在時間を少しでも伸ばせると阿寒の良さを知ってもらえると思います。いつかまた、阿寒湖を訪れたいです。

一條真理

私は阿寒湖畔でのゼミ合宿で、はじめて北海道を訪れました。北海道旅行のイメージで言うと、札幌や函館がメインのようですが、阿寒湖畔にもたくさんの魅力があり、多くの人に魅力をうまく広めたいと思いました。実際に訪れてみて、日本で唯一のマリモの生息地や雌阿寒岳、カヌー体験など自然資源がたくさんあることを知りました。また、アイヌ文化にも触れることができ、ほかにはない観光地としての魅力がありました。しかし、調査をしてみて阿寒湖畔の情報が上手に発信されていないことがわかりました。阿寒湖畔に観光客を誘致するためにも、明確な情報発信に力を入れる必要があると感じました。

徳田香奈

阿寒には初めて行きましたが、とても充実した時間を過ごすことができました。景観の美しさや、まりもを代表とする観光資源などたくさんの魅力を肌で感じ、体験することができました。また商店街やアイヌコタンなどで地元の方々の温かさを感じ、そんなところも阿寒の魅力のひとつであると感じました。しかしそんな素晴らしい魅力が多くあっても訪問者数は年々減少する一方であるという現状に歯がゆさも感じる旅でもありました。この旅で学び感じたことを、今後の活動に生かしていきたいです。

奥川ひとみ

初めての阿寒湖畔で本場の味・文化・空気に触れることができ、大満足のゼミ合宿でした。今回の滞在では同じところに連泊することで、阿寒湖周辺の雰囲気を感じることができました。観光者としてだけではなく、観光を学ぶ学生としての視点で考える機会を持てたので、今後に生かしていきたいです。

また、美味しい食べ物が沢山食べられたのは最高に幸せでした。それもゼミ生や先生、現地の方々と一緒だったからより一層美味しく感じられたのだと思います。初日に、近くの栈橋でみんなと見た満天の星空はとっても素敵な思い出です。みんなという時間そのものが楽しかったです！

山田あすみ

北海道ゼミ合宿では阿寒湖の貴重な自然や食、文化に触れることができました。夜の散策で見た星空、登山で見た景色、アイヌの人々との交流、市場でご飯を買って魚介のをせてもらった海鮮丼、都会ではなかなか見たり体験したりすることができないのでとても印象に残っています。5日間同じところに滞在できたからこそ、その土地の良さを感知することができ密度の濃い旅行ができたと思いますし、一か所滞在型の観光の良さを周囲にも伝えていけたらいいと思います。また、この合宿を通してゼミのみんなと仲を深められたことも嬉しく思います。

吉野優花

今回初めて阿寒湖畔を訪れましたが、ここでは東京にいたら経験出来ないような貴重な日を過ごすことができました。登山やカヌーをしたり、大きなマリモを触ったり、アイヌ文化に触れたり、美味しい海産物を食べたりと、毎日が充実していたと思います。特に印象的だったのは雌阿寒岳の登山で、登るのは辛かったけれど、頂上に着いた時は登ってよかったとすがすがしい気持ちでいっぱいでした。阿寒湖畔の豊かな自然を実際に見て感じて、初めてこの魅力を知ることができたし、これから多くの人に知ってもらいたいと思いました。しかしそのためにはPR等の宣伝を今後強化していかなければならないのではないかと感じました。5日間のゼミ合宿はとても濃いもので、またいつかゼミのみんなと訪れたいと思いました！

堀江美月

合宿のメインのひとつでもあった、観光汽船について思ったことをまとめます。

- ・様々な箇所での説明が、アナウンスのみであったため、単調に感じられた。
- ・経営も関わってくるのだが、箇所での説明に、工夫を凝らしたり、1番の見所をわかりやすくするといったかもしれない。
- ・値段設定がやや高い。しかし、地域のアピールポイントともいえる、マリモや大自然について観光客に知ってもらおうと、説明を交えながら、実際にマリモなどにふれあえ、内容の濃いものであったと思います。

河上聖可

四泊五日の北海道旅行、とても楽しかったです。今まで札幌や小樽には行ったことがありましたが、阿寒湖に行くのは初めてでした。札幌とは違って、外で体を動かして過ごせるととても気持ちの良い所であり、普段、東京ではできない登山やカヌーなどのレジャースポーツが出来て、良い思い出になりました。一番不安だった登山が、意外にも楽しくて、またもう一度したいと思えるものになりました。東海林ゼミのみんなと楽しい阿寒湖合宿をすることができて本当に良かったです。

上野陽子

今回の合宿で初めて阿寒を訪れました。正直、行く前は5日間も同じところにいて飽きないのかという気持ちがありました。実際に訪れてみると、豊かな自然に囲まれた魅力的な場所でした。世界に2箇所しかないマリモの生息地であったり、雌阿寒岳、アイヌコタンなど、楽しむには十分な場所だと思いました。しかしそれと同時に、十分な観光資源があるのにうまく観光振興がいていないという観光振興の難しさも感じました。阿寒湖畔でゼミ生と過ごした5日間はかけがえのない思い出になりました。ぜひまた阿寒に行きたいです。

三浦優香

阿寒に関してほとんど知らなかったのですが、アイヌ文化や阿寒湖畔温泉街、観光汽船などさまざまなことに触れられた良い機会になりました。阿寒を盛り上げるためには、地域全体の協力であったり、観光汽船の工夫などが必要だと感じました。

山村倫子

阿寒湖畔でのゼミ合宿は、初めての経験に溢れていました。同じ場所に滞在しているからこそ見つけることができる新たな発見も多く、毎日新鮮な気持ちで過ごすことができました。阿寒という地域は、実際に訪れる前のイメージの何倍も魅力的なところだと感じました。阿寒湖や雌阿寒岳といった大自然やアイヌ文化に触れ、その中に 5 日間身を置くことで、それらを“守っていく” ことについて深く考えることができたと思います。このゼミ合宿で学んだことは、座学だけではとても学びきれないものでした。阿寒を肌で感じることはできたという印象が強く、地元の方々の協力に心から感謝をしています。大変貴重な 5 日間でした

會田桃子

- ・アンケート調査でも同じ意見の人がいたが、乗船代の 1450 円は少し高い
- ・船の窓のない座席(オープンなばしょ)は室内よりも人気があったので、そういう場所を増やしても良いと思う。
- ・室内では阿寒湖を紹介するビデオが流れていたが、内容を改善してもっと魅力的なものにすれば、船でウトウトしたり飽きることも少なくなると実感した。
- ・私達は雌阿寒岳を登ったので、湖から見える雌阿寒岳には気持ちが高まったので、遊覧船とその船から見ることでできる観光資源が連携したツアーを提供するのも良いかもしれない。
- ・マリモの展示ももっと規模を大きくできたら良いと思うが、先生や財団の方もおっしゃっていたように、そこの自然を守るためと開発のバランスをとるのは本当に難しいことだと思った。

8 期生対象 ゼミ説明会報告

7. 8期生対象ゼミ説明会

個別説明会

日付:平成 25 年 11 月 5 日(火)

場所:観光資料室・5202 教室

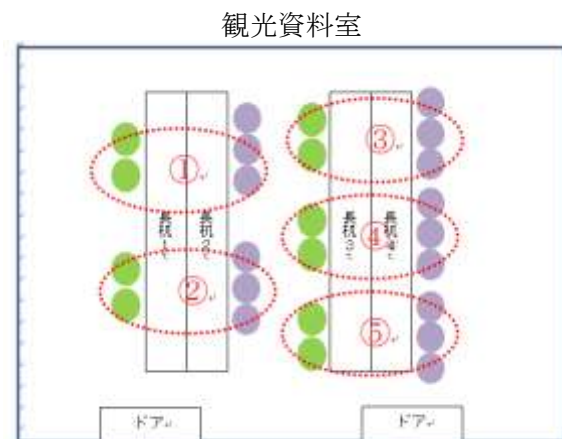
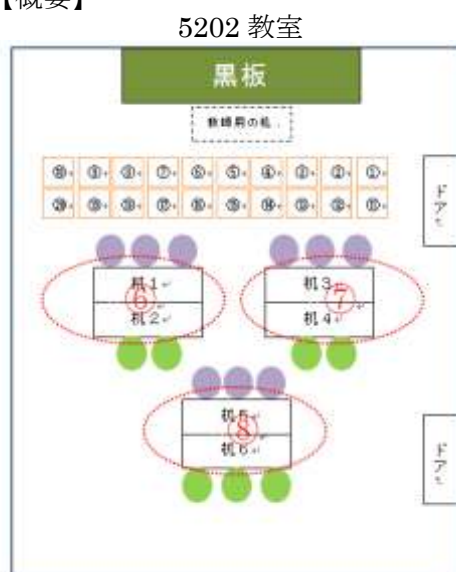
時間:12:10～14:30(お昼休みと 3 限の時間)



このような張り紙を各教室のドアの外側に貼り、新 3 年生に分かりやすいような工夫を施した。

●実施方法

【概要】



●＝新 4 年生、●＝新 3 年生で 8 つのグループを作り、5202 教室の前方には 20 つの待機用イスを用意して、お昼休みに人が集中しても混乱がないようにした。

新 4 年生 2 人または 3 人に対し、新 3 年生 3 人で 1 グループをつくり、1 グループ約 8 分～10 分でローテーションを回した。

【事前準備】

ゼミが始まって以来の活動(懇親会・白山まつり・北海道でのゼミ合宿)の写真、実物のつなぎ、報告書、根津・千駄木のニュースレターを用意し、教室の黒板に貼ったり、グループ毎に机に置いたりとして、説明会でより詳しい説明が出来るようにした。

【整理券の配布と待機用イス】

3限の時間に授業が入っている新3年生も多数いて、お昼休みの混乱を避けるため、先着順に3限の時間可能な人には整理券を配って3限の時間に改めて来てもらうようにし、お昼休みの時間希望の人はグループ①から席についてもらい、それでも席が埋まってしまったので、5202教室前方に用意した待機用イスに座ってもらい、黒板に貼ってある写真などを見て待っていてもらった。



●反省点

・新3年生からも声があったように、グループにしたことで、新4生2人または3人として話すことが出来なかったもので、1グループあたりの時間を短くし、より多くの新4年生と話す機会をつくれば良かった。

・新3年生からの質問に明確に答えることが出来ず、曖昧な答えを出してしまったりしたので、事前準備として新4年生でゼミ全体についての情報共有や統一性をもたせることが必要だと思った。

アーカイブ事業

8. アーカイブ事業

1. 目的・趣旨

東洋大学には、白山キャンパス・朝霞キャンパス・川越キャンパス・板倉キャンパスの4つのキャンパスがある。私たち国際地域学部は、平成25年3月をもって白山第二キャンパスから白山キャンパスに移転した。一昨年に、ゼミの先輩方が白山第二キャンパスの校舎や風景を映像で振り返ることが出来るようにアーカイブを完成させ、ホームページの作成をした。昨年度はホームページの強化を図るとともに、写真コンテストの企画・実施を行い大学生活で学んだ大切な場所を思い出として残す作業を進めてきた。本年度はホームページの内容をより充実させ、完成させることを目的として作業を進めた。

2. 活動内容

- ・既存のホームページの改良、完成

3. ホームページの改良点

- ・ホームページ内の写真の更新

既存のホームページの写真がサンプル写真を多用していたため、第二キャンパスで撮影した写真に差し替えた。この差し替えをすることによってホームページに親近感をもちやすことが狙いである。



- ・ウェブサイトとして機能させるためのシステム調整

既存のホームページで保存されていたファイル名がウェブサイトとして適正なものではなかったため、ウェブサイトとして機能させるために、保存されているファイル名を適正なフォントに修正した。

- ・ホームページ内リンクの改善

既存のホームページではリンクがどの場所にあるのか分かりづらかったことから、写真にリンクを付けたり、リンクの周りに一言コメントを載せるなどしてリンクのしやすさを向上した。



写真をクリックすればリンク先にアクセスできることを分かりやすくするため、写真に文字をはめ込み、明確にした。

以上の訂正を加えて東海林克彦教授の東洋大学国際観光学科東海林ゼミホームページに掲載した。

4. 今後の展開

ゼミ紹介や教授紹介など情報を集めきれずウェブサイト立ち上げに至ったので、今後は情報収集しホームページの強化を図る。

また、第二キャンパスに通っていた国際地域学部の卒業生に向けて東海林ゼミのホームページをより周知してもらうべく宣伝活動を行っていきたいと考える。

ゼミ活動会計報告

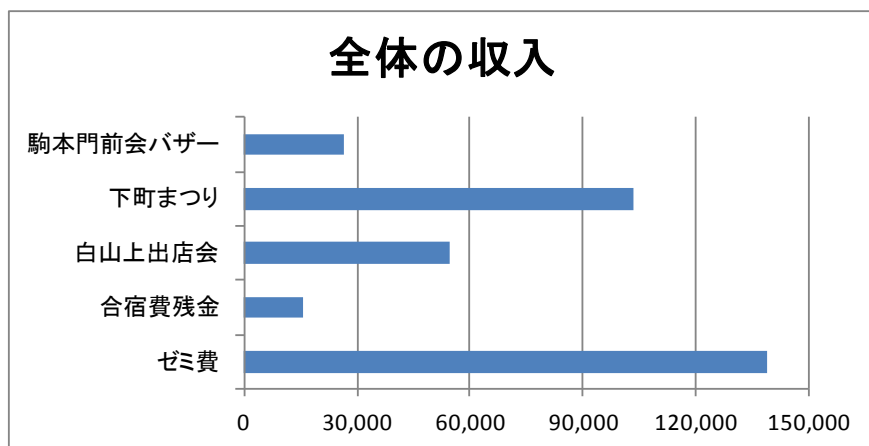
9. ゼミ活動会計報告

収支

① 収入

平成 25 年 5 月から 11 月（教授は 10 月）まで、毎月 1,000 円を 19 人と教授からゼミ費として合計、139,000 円を徴収した。また、出店事業の収入とゼミ合宿の残金は、以下の通りである。全体の合計収入は、339,463 円となった。

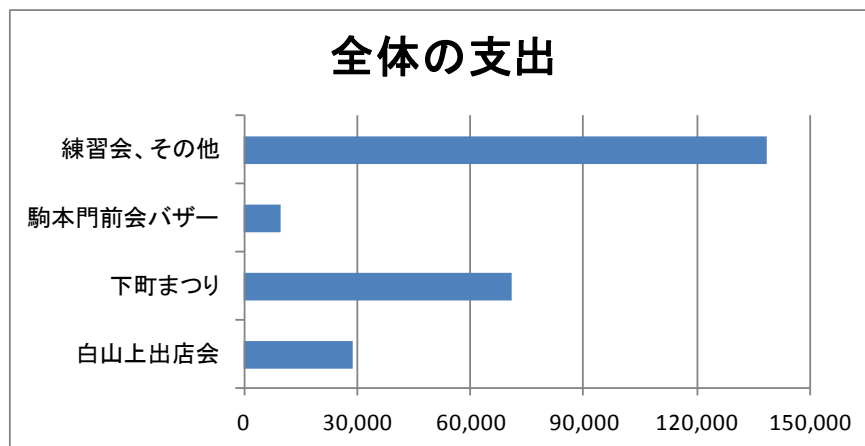
ゼミ費	139,000
合宿費残金	15,863
白山上出店会	54,590
下町まつり	103,360
駒本門前会バザー	26,650
合計	339,463



② 支出

平成 25 年 6 月から 11 月までに練習会を 11 回実施し、その他出費と合わせて 138,563 円の支出となった。各出店事業の支出は以下の通りである。全体の支出は 247,555 円となった。

白山上出店会	28,569
下町まつり	70,911
駒本門前会バザー	9,512
練習会、その他	138,563
合計	247,555



③ 収支

収支は、91,908 円と黒字になったが、ゼミ生が負担した分（ゼミ費、合宿費残高の合計 154,863 円）を差し引くと、62,955 円の赤字になった。

10. 編集後記

一年間のゼミ活動を通じて多くの体験をしてきました。白山まつり、根津・千駄木下町まつり、駒本門前会、阿寒湖畔観光振興調査など、私たち東海林ゼミ 7 期生が取り組んできた活動についてこの報告書を一読していただければ理解していただけたと思います。各班、大学の講義とは異なる体験型学習に戸惑うことも多くありましたが、OJT や同期の 19 人と協力しあえたことで乗り越えてきました。

今年度は新たに群馬県多々良沼エコツアーの企画や、野尻湖ペット同伴型宿泊施設のための協力事業などの活動に取り組んできました。新しい事業の開始とともに地域住民とのつながりが不可欠になる場面が多くあります。来年度の活動も、一年間の活動を活かし、また新たな活動に取り組んでいこうと思います。

報告書をまとめるにあたり、真摯に指導をくださった東海林先生、多くのアドバイスをいただいた 6 期生の先輩方ありがとうございました。また、一年間ともに活動してきた 7 期生の皆、お疲れ様でした。2015 年、来年度からもより一層気を引き締めて活動していきましょう。

今後、この報告書が後輩のゼミ活動の参考資料として役立ててもらえると幸いです。

平成 25 年 東海林ゼミ 7 期生

