

## 刈谷を発信源とする愛知県魅力発信事業

### —お土産を通じた愛知県の観光等の紹介—

福田 美咲（国際文化 4年）他 学生 15名、教員 1名

#### 1. 活動概要

愛知県出身者が多く通う大学の学生として、愛知県の観光情報などの紹介に貢献し、刈谷を愛知の魅力発信の拠点とする活動を行う。本企画のポイントは、お土産を通じて観光情報を発信するという逆転の発想である。具体的な活動として、この企画は近鉄リテリング社と協力して刈谷PA・ハイウェイオアシスで行う「お土産バトル」を企画・実行する。

写真1



写真2



「お土産バトル」とは、刈谷PA・ハイウェイオアシスのお土産コーナーの一角を我々の企画スペースとして利用させてもらい、経済ゼミの学生が選んだ愛知県のお土産を設置する。設置したお土産、それに関する観光地や魅力について説明したポップを設置する。そして刈谷PA

の来場者に、行ってみたいと思った場所名が書かれたスケッチブックのページにシールを貼ってもらう企画となっている。

この効果は、①長期間の宣伝、②ニュース性の高さ、③学生の成長と大学の地域貢献である。この活動により、多くのお客様に愛知県のお土産や観光、魅力を伝えることができ、観光振興に貢献できた。また自分たちでビジネスプランを考えることにより、企業と関わるアクティブラーニングを通じて社会人基礎力などが身に付いた。さらに、この活動の際に県庁やメディアとの連携を図ることで、本学の産官学連携活動にも寄与し、本学の地域における重要性を向上させることができたと考える。

#### 2. 実施状況

「お土産バトル」の実施期間は2019年1月24日～2月14日である。その準備として2018年6月より本企画のメンバーを複数のグループに分け、愛知県内のお土産と観光情報の調査を行った。最終的にお土産は尾張地域と西三河地域から一つずつ採用することになった。尾張地域では名古屋市覚王山の「えいこく屋」、西三河地域ではみよし市に本店がある「名古屋ふらんす」を使用した。お菓子は実際に我々が試食して選んだものである。そしてお土産の販売者の方のお話を聞く機会があり、おすすめのお土産やこだわりなどを知ることができた。そしてお土産の販売店やその地域の観光地にも伺った。販売者の方のお話をポスターに取り入れ、刈谷PAの来場者の方に、お土産のこだわりを知っていただけるように意識した。ポスターの作成ではレイアウトは我々で行い、ポスター印刷はキンコーズの栄店に依頼した。当初は1チームA3、1枚でお土産と観光情報をまとめたポ

スターを使用する予定であった。しかし「お土産バトル」実施前に刈谷PAのブースに伺ったところ、字や絵が小さく、分かりづらいことが分かった。そのため、1チームA2のポスターを2枚追加で作成して、お土産と観光情報の紹介を行った。すでに作成したA3のポスターはお土産の下に設置した。(写真1)

写真3



写真4



名古屋ふらんすのお土産は、名古屋ふらんすの「小倉トースト味」、期間限定の「つぶつぶ苺」、ダブルタルトを使用した。我々が作成したポスターには名古屋ふらんすのPRや西三河地域の観光地やイベントの写真を載せた。そして今企画ではポスターだけではなく、豊田市などの自治体のパンフレットを設置し、来場者の方が我々のブースに関心を持っていただくことを心掛けた。(写真3、4)

えいこく屋のお土産はドライフルーツの「もも」と5種類とフルーツティーを使用した。えいこく屋のブースでは我々が作成したポスターのほかに、覚王山商店街の方が作成した「覚王山マップ」を設置した。(写真4、5)

写真5



お土産バトルの投票では、左上に日付、左ページにえいこく屋、右ページに名古屋ふらんすを記入したスケッチブックとシールを使用した。(写真6) 来場者の方に我々が作成したポスターや自治体からいただいたパンフレットやチラシ、お土産などを見ていただき、行ってみたいと思った場所が書かれているページにシールを貼るシステムである。

写真6



### 3. 成果

2019年1月24日(実施初日)に13:30から愛知県観光振興課、キャッチネットワーク(刈谷のネットワーク)、本大学の広報課、中日新聞の方がお越しになった。

写真7



取材では我々が作成したポスターのこだわりや本企画について我々が説明した。(写真7) そして中日新聞の方からいただいたアドバイスを基にポップの修正などを行った。当初はえ

いこく屋と名古屋ふらんすのポップを表示するのみであったが、尾張と三河のポップを取り入れて我々のお土産バトルの企画が一目で分かるように工夫した。(写真1、2)

写真 8



初日は我々が来場者に企画の説明などを行い、投票を呼び掛けた。(写真8) ポスターやパンフレットを見て投票を行い、商品を購入する来場者の方もいらっした。初日の投票の参加者は16名である。そのうちの3名はいこく屋、13名は名古屋ふらんすを選んだ。

表1はお土産バトルの投票結果を示した表である。参加者は22日間で428人となり、いこく屋、名古屋ふらんすにそれぞれ190人、238人が投票した。投票結果から、名古屋ふらんすに投票する来場者が多いことが分かる。PAには帰省や旅行帰りの人が多く訪れる。お土産を購入する際に、配りやすさ、日持ちなどを考慮する。名古屋ふらんすは一つ一つ包装されているため、「配りやすさ」から見ると、名古屋ふらんすが選ばれると考えられる。そして観光情報が西三河地域と広範囲であるため、多くのお客様の関心を寄せることができたと考えられる。

いこく屋のお土産はドライフルーツと紅茶であり、日持ちがするためお土産として購入しやすい。しかし「配りやすさ」から見ると、名古屋ふらんすのお土産のように多くの人に配ることは難しいと考えられる。数人あるいは自分用のお土産として購入するのに適したお土産である。そして観光情報では写真中心のポスターや、覚王山商店街の方が作成した鮮やかな「覚王山マップ」を設置し、一つの地区に限定した。覚王山商店街では昔ながらの飲食店、エスニックなショップ、紅茶、中国茶の専門店や雑貨屋など個性的なお店が集まっている。いこく屋のチームに投票した人は、一つの地区

でいろんな文化に触れたいと考えた方が多いと考察する。

表 1

実施日	いこく屋	名古屋ふらんす	参加者
1月24日	3	13	16
1月25日	7	5	12
1月26日	16	22	38
1月27日	23	35	58
1月28日	5	5	10
1月29日	4	5	9
1月30日	4	8	12
1月31日	7	8	15
2月1日	7	7	14
2月2日	25	16	41
2月3日	10	15	25
2月4日	4	5	9
2月5日	6	8	14
2月6日	6	2	8
2月7日	7	9	16
2月8日	1	6	7
2月9日	17	12	29
2月10日	12	7	19
2月11日	17	36	53
2月12日	4	6	10
2月13日	2	4	6
2月14日	3	4	7
合計	190	238	428

#### 4. 今後の展望

本企画は多くのお客様に愛知県のお土産や観光の魅力を伝えることができ、観光振興につなげることができた。また自分たちでビジネスプランを考えることにより、企業と関わるアクティブラーニングを通じて社会人基礎力などが身に付いたと考えられる。さらに県庁やメディアとの連携を通して、本学の産官学連携活動に寄与し、本学の地域における重要性を向上させた。お土産バトルの初日には愛知県観光振興課、刈谷のケーブルテレビ(キャッチネットワーク)、中日新聞の取材に応じ、本学の学生が地域振興に関心があることを示すことができた。様々な結果を出すことができた本企画は、本学学生による地域振興を実践する産学連携企画として成功したといえる。

結果は本学やご協力いただいた近鉄リテリング社をはじめとする企業、自治体等にメールなどを通じて共有する予定である。また、3月14日に実施される愛知県主催のあいち観光まちづくりフォーラムでも発表の機会を得ているため、観光にかかわる多くの人々にも発信する予定でもある。

## 5. 決算

(予算：399,620円, 残額42,202円)

費目	支出額 (円)
消耗品 ・書籍 ・文房具 (ファイル等) ・USB 等 ・お土産サンプル ・ポスター印刷)	211,028
旅費 ・刈谷市産業振興センター 4名 ・刈谷市役所 6名 ・覚王山駅調査6名 ・お亀堂 藤沢店(豊橋)3名 ・愛知県庁 17名 ・東京駅 3名 ・覚王山駅調査等1名 ・ナディアパーク 3名	146,390
合計	357,418

## 6. メンバー

番号	学年	氏名	所属
1	4	福田 美咲	国際文化
2	4	武田 勝人	初等社会選修
3	4	畠山 泰輔	初等社会選修
4	4	森 真由	初等社会選修
5	4	杉山 凜	中等社会専攻
6	4	熊谷 司	国際文化
7	4	西脇 愛	国際文化
8	3	小林 昇平	初等社会選修
9	3	若山 芽生	初等社会選修
10	3	松井 洋平	初等社会選修
11	3	山田 崇義	中等社会専攻
12	3	稲葉 志歩	国際文化
13	3	伊藤 もも	国際文化
14	3	江坂 磨理奈	国際文化
15	3	岡田 奈津希	国際文化
16	3	木村 真夕	国際文化
17	教員	西尾 圭一郎	教育ガバナンス