

福知山公立大学 2020 地域活性化策コンテスト「田舎力甲子園」

桜井をもっとメジャーに！！2

～地域と繋がる。今だからこそできること～



学 校 名 : 奈良県立奈良情報商業高等学校
部局 たまつえ

生 徒 名 : 久保井理緒・中山優実花・乾飛揚・東川七菜
大澤 奏人・坂田 優翔・杉山羽杏
平井 温人・山口陽菜乃・谷本 集

指導教員名 : 足立友美・岡田優太



桜井をもっとメジャーに！！ 2

～地域と繋がる。今だからこそできること～

目次

第1章	はじめに.....	1
1.	新元号『令和』と桜井市.....	1
2.	これまでの活動.....	1
第2章	現状分析.....	2
1.	現地調査.....	2
2.	SDGsについて考える.....	2
第3章	研究目標と仮説の設定.....	3
第4章	企画と計画.....	3
1.	販売場所を探す.....	3
2.	STP分析.....	4
3.	販売実習の計画.....	5
第5章	実践 I.....	6
1.	実践 I.....	6
2.	分析.....	7
3.	考察(仮説の検証).....	8

第6章 仮説の再構築と新たな取り組み	11
1. 現状分析	11
2. 仮説の再構築	12
第7章 実践と検証	12
1. 実践Ⅱ	12
2. 改善	14
3. 実践Ⅲ	14
4. 検証	15
第8章 成果と課題	15
1. 成果	15
2. 課題	16
3. おわりに	16
【御協力いただいた企業・団体（順不同）】	16



奈良情報商業高校キャラクター
しかっぺ(左)、さくちゃん(右)

第1章 はじめに

はじめに

1. 新元号『令和』と桜井市

2019年5月1日。30年あまり続いた平成が終わり『令和』という新時代が幕を開けた。

奈良県桜井市には、国道165号線が走っており、国道165号線沿いの桜井市黒崎に白山神社が鎮座し、そこは、万葉集発祥の地とされている歴史的な場所である。白山神社境内には、万葉集がこの地から始まったことを讃える万葉集発祥碑（図1）が建てられている。このあたりは、雄略天皇の泊瀬朝倉宮があったとされており、碑のそばには天皇が歌った歌碑が建てられている。

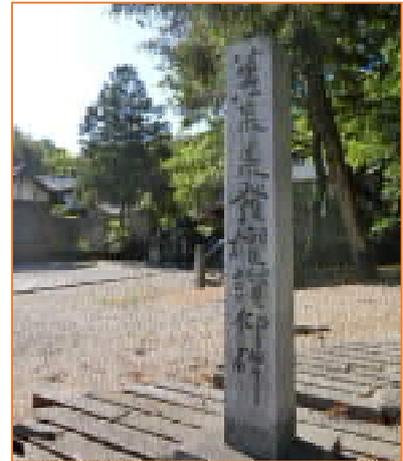


図1 万葉集発祥碑

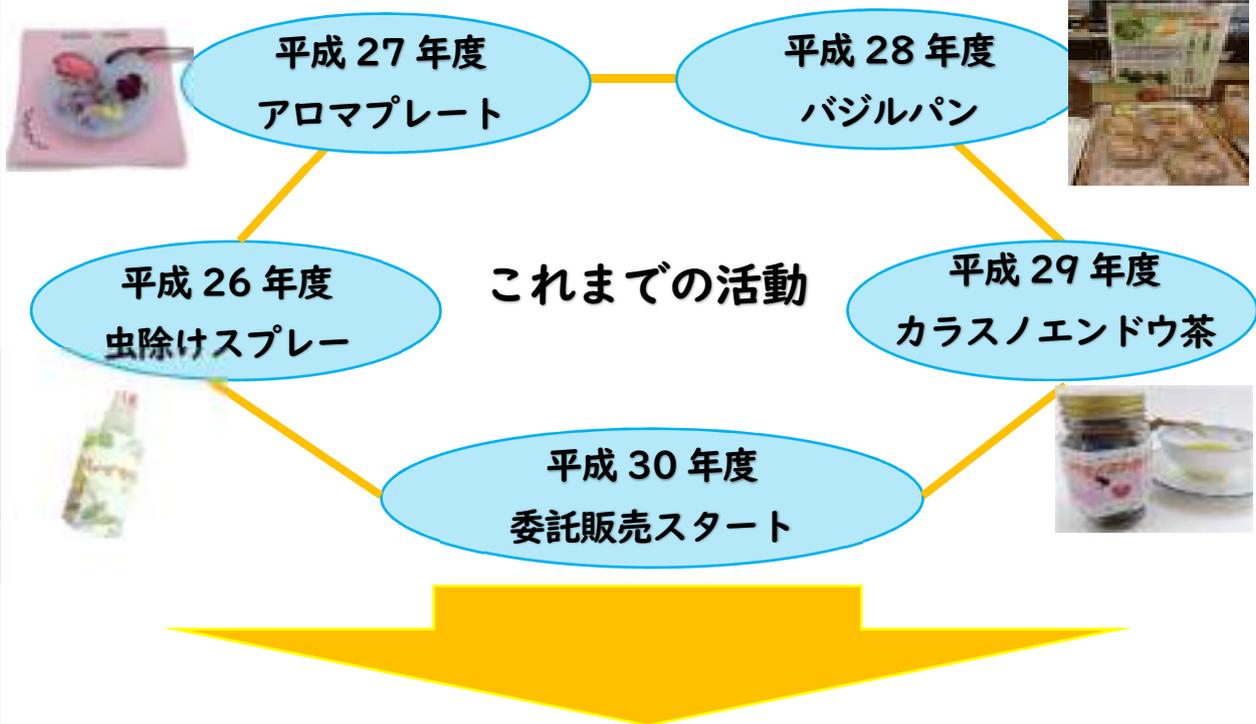
新元号『令和』の典拠として注目を集める万葉集。その万葉集が詠み始められたのは、この桜井市。本報告書は、「今こそ桜井をもっとメジャーに！」を合言葉に地域活性化に向けて取り組んだ内容をまとめたものである。

現状分析

仮説の設定
研究目標と

企画と計画

2. これまでの活動

実践I・分析・
考察仮説の再構築と
新たな取り組み

実践と検証

成果と課題

メリット	販売機会を増やし、定期的な収入を得ることに成功！
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> お客様の生の声を、直接聞く機会がない。 お客様と触れ合う機会がない。

第2章 現状分析

委託販売をすることで、定期的に収入はあるものの、お客様の生の声を直接聞く機会がないことに課題を感じていた。また、お客様と触れ合う機会がないことに物足りなさを感じた私たちは、この状況を打破するために何か出来ることはないかを話し合った。話し合いの中で、「お客様と直接触れ合いながら、地域に貢献したい!」という意見が多かったため、さっそく、駅前商店街の現地調査を行った。

1. 現地調査

駅南側の商店街はシャッター街(図2-1)。また、高齢者が多く、車がないと買い物も不便。大神神社のある北側に人が流れる傾向がある。ということが分かった。

また、本町通り商店街にある『都市再生推進法人 桜井まちづくり株式会社』を訪問し(図2-2)、桜井駅周辺の現状について取材活動を行った。現在の古くは初期大和王権の中心地として栄えたとともに、伊勢街道をはじめとする旧街道が交差する交通の要衝、宿場町として栄え、なかでも本町通りは、奈良県の三大商店街の一つと呼ばれてきた経緯があるものの、都市の中で空き地や空き家などの小規模な低利用・未利用の土地があちこちにランダムにできてしまう『スポンジ化』が駅周辺地区に顕在化し、地域活力が徐々に低下していることが課題となっていることが分かった。

2. SDGsについて考える

「SDGs」とは、2015年9月の国連サミットにおいて、日本を含む193の加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」の略称である。目標達成のゴールは2030年。今現在、国内外で国や企業、NPO、個人による取り組みが広がりつつあるが、日本での認知度は低いのが現状だ。私たちは、まず「SDGs」を「知ることで」「興味・関心」を持ち、「自分たちにもできること」を考えることが、「次の行動につながる」と考えた。



SDGsについて考え中

はじめに

現状分析

仮説の設定
研究目標と

企画と計画

実践I・分析・
考察

仮説の再構築と
新たな取り組み

実践と検証

成果と課題

第3章 研究目標と仮説の設定

はじめに

現状分析

地域の現状を知り、地域の人たちの声に耳を傾け、より深く関わる中で、地域に貢献したい。駅前から桜井市を活性化したいと考えた。また、「SDGsの取り組みを地域の方たちに知ってもらい、地元商店街や地域と連携しながら地域活性化につなげよう！」と意見がまとまったため、これらを踏まえて、次の研究目標と仮説を設定した。



研究目標と仮説を検討中

仮説の設定
研究目標と

研究目標：地域活性化のため、駅前に人を集めよう！

仮説1 桜井駅前のイベント開催が、地域の活性化につながる。

仮説2 SDGsを知ってもらうことで、日々の生活の意識改革につながる。

企画と計画

第4章 企画と計画

実践I・分析・考察

1. 販売場所を探す

「販売機会を増やしたい。駅前を賑やかにしたい。そして、地元商店街を含め、地域連携につなげたい」という私たちの思いを、商業科長の先生に伝えると、すぐに、市役所に出向き、まちづくり部 商工振興課に話をしてくださり、桜井駅南口駅前広場で販売ができることとなった。行政財産使用許可申請書を提出し、翌日には許可が下り、駅前でイベントが開催できることになった。

新たな取り組み
仮説の再構築と

販売場所の決定！



桜井市役所に書類を提出

実践と検証

成果と課題

2. STP 分析

販売場所が決まったので、「誰に」「何を」「どのように」届けるかを決めるため、STP 分析を行った。セグメンテーションでは、適当な切り口で市場を細分化し、様々な意見を出し合った。セグメントごとに分類するための切り口としては、消費者セグメンテーションを使い、消費者を分類した。ターゲティングでは、狙うべき消費者は誰かを考えるため、3C 分析を行った。ポジショニングでは、購入動機は何かを考え、4C 分析で具体的な施策を検討した。



Segmentation

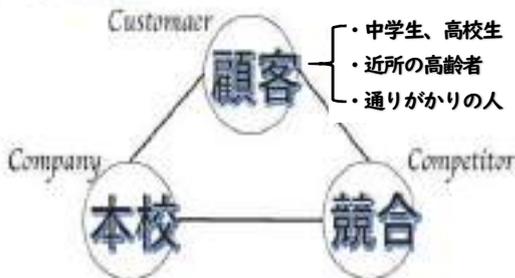
地理的	社通堀	新近	通りがかり	
人口動態	中学生	高齢者	県内の人	近寄り的高校生
心理的	値段が安い	荷物にならない	保存がきく	
行動	散歩がてら	遊びのついで	暇つぶし	学校帰り



Targeting

3C分析

狙うべき消費者は？



- 学習と実践の融合
- 人件費不要
- 多数の委託先がある
- 一部、PB商品がある
- 不定期開催=希少性
- 低価格
- PB商品の開発=卸売りが不問

Positioning

購入動機は？

Customer value (顧客にとっての価値)	Cost (顧客が支払うお金)
<ul style="list-style-type: none"> 桜井市(地域)に密着 不定期開催という限定種 	<ul style="list-style-type: none"> 安価な商品 日持ちのする品揃え
消費者	消費者
<ul style="list-style-type: none"> 駅前で開催 	<ul style="list-style-type: none"> 高校生による郊外販売 安心した商品売買
Convenience (顧客にとっての利便性)	Communication (顧客とのコミュニケーション)

はじめに
現状分析
仮説の設定 研究目標と
企画と計画
実践 I : 分析・考察
仮説の再構築と新たな取り組み
実践と検証
成果と課題

はじめに	<h3>3. 販売実習の計画</h3> <p>これらの分析をもとに、いよいよ駅前での販売実習の計画を立てることになった。ここで意識したのがSDGsの17の目標だ。</p>			
現状分析	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:50%; text-align: center;"> イベント名：たまつえマルシェ </td> <td style="width:50%; text-align: center;"> 実施する頻度：月1回 </td> </tr> </table>		イベント名：たまつえマルシェ	実施する頻度：月1回
イベント名：たまつえマルシェ	実施する頻度：月1回			
仮説の設定 研究目標と	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #e69d00; color: white; padding: 10px; text-align: center; width: 15%;"> 2 飢餓を ゼロに </div> <div style="padding: 10px;">  <p>売れ残ったとき、次の回に まわせるように、保存の効く もの</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #e69d00; color: white; padding: 10px; text-align: center; width: 15%;"> 11 住み続けられる まちづくりを </div> <div style="padding: 10px;">  <p>高齢者の方が多いので、 なるべく割安で</p> </div> </div>		
企画と計画	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #e69d00; color: white; padding: 10px; text-align: center; width: 15%;"> 12 つくる責任 つかう責任 </div> <div style="padding: 10px;">  <p>私たちの開発商品も販売 最後まで無駄なく使えるこ とをアピール</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 10px; text-align: center; width: 15%;"> 17 パートナーシップで 目標を達成しよう </div> <div style="padding: 10px;">  <p>中学生もターゲットにおく なら、文房具などかわいいも のも安く取り揃える</p> </div> </div>		
実践Ⅰ・分析・ 考察	<p>次に、商品を提供していただける、卸売業者を探した。インターネットなどで調べたところ、取引の流れが一番わかりやすかった、京都にある『株式会社丸正高木商店』（図4-1）。「少量の仕入れでも大丈夫です」と言っていただき、取引を始める前に、実際に店舗に出向き、取材をさせていただいた。</p>			
仮説の再構築と 新たな取り組み	<p>「昭和4年の創業以来、日本人の生活環境や暮らしぶりが大きく変動してきた中で、一貫して“信用第一”を信条に、日々取引先やお客様の繁栄を願って仕事に邁進している。また、常にどんな変化にも対応できるよう、柔軟な発想を持ち、流通革新など、大きな目標をもって、挑戦し続けている。品揃えのよさとローコスト流通で、地域社会に貢献していきたいと考えている」というお話を伺った（図4-2）。また、「SDGsを意識してできることを少しずつ取り入れていきたい」という話をしたところ、「当社では、コンビニや小売店から消費期限がせまっている商品を買取り、期限切れ前のは廃棄せずに、原価割れしてもいいから、流通させています。私共としても、ぜひ、同じ理念を持った高校生のお手伝いを少しでもさせていただきたい。御校が、初の奈良県内の取引相手となります。」と言っていただき、お世話になることになった。</p>			
実践と検証	 <p style="text-align: center;">図4-1 株式会社 丸正高木商店</p>			
成果と課題	 <p style="text-align: center;">図4-2 特販部部長 細井 則幸 様</p>  <p style="text-align: center;">図4-3 各種書類</p>			

毎回、マルシェ前になると、京都にある店舗に出向き、仕入れた商品をピックアップし、見積もりをいただき（図4-3）、その後、学校で予算を考えながら注文し、販売前日に納品していただいている。また、商品を注文した後は、POPやチラシを作成し、学校周辺から駅周辺にポスティングに行くことにした（図4-4）。また、駅前の商店や交番にチラシを置いていただき、それぞれの店舗に来られたお客様に持って帰っていただくようにした。



図4-4 ポスティングをしている様子

はじめに

現状分析

研究目標と
仮説の設定

企画と計画

実践Ⅰ・分析・
考察

仮説の再構築と
新たな取り組み

実践と検証

成果と課題

第5章 実践Ⅰ・分析・考察

1. 実践Ⅰ

「たまつねマルシェ」は、2018年10月からスタート。それぞれの終了後、結果と反省について話し合い、次回の改善につなげている。

毎回の反省点と改善点を挙げる中で、次の2点が印象に残っている。1点目は、在庫管理もただ数を数えて終わっていたが残数比較（図5-1）をして売れ筋商品を探し出し、お客様が今、どのようなことを望まれているのかというところにも目を向けるようになったことである。具体的には、在庫チェックで動きのなかった商品にくじ引きの景品として提供したところ、非常に好評であったり、以前から要望の多かった野菜を提供してもらえ農家を探したりしたことである。

2点目は、チラシの工夫である。どうしても情報を詰め込みがちになり、目立つようにカラフルで凝ったデザインにしていたが（図5-2）、アンケート調査から不評である

ことが分かった。そこで、委託販売でお世話になっているパソコン教室「ホエール」の社長に現在のチラシを見てもらい、どのようなチラシが集客に効果的かをご教授いただいた（図5-3）。このように、地域の方のご協力をいただく中で、地域とのつながりを肌で実感することができた。

	10月	11月	12月	比較
飴	4.3%	30.0%	0.0%	↓
イベント関連	0.0%	45.9%	40.0%	↓
衣類	49.1%	75.5%	0.0%	↓
インスタント	—	0.0%	74.0%	↑
開発商品	60.8%	46.3%	60.0%	↑
加工食品	59.0%	0.0%	—	—
缶詰	73.1%	63.7%	87.2%	↑
乾物	—	54.0%	0.0%	↓
季節商品	—	—	80.6%	↓
雑貨	72.0%	0.0%	—	—
スナック菓子	17.8%	0.0%	58.7%	↑
地域連携	—	56.5%	32.3%	↓
調味料	78.1%	30.4%	0.0%	↓
ドリンク	0.0%	24.4%	24.4%	↓
日用品	62.5%	71.8%	89.7%	↑
文房具	80.4%	45.8%	50.0%	↑
麺類	55.0%	14.8%	26.9%	↑
レトルト	20.0%	0.0%	—	—
総計	55.2%	50.9%	54.4%	↑

図5-1 在庫残数比較



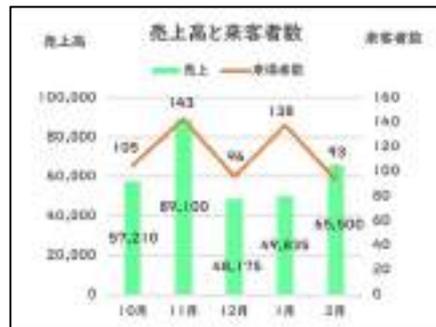
図5-2 これまでのチラシ(左)と図5-3 アドバイス後のチラシ

はじめに
現状分析
仮説の設定 研究目標と
企画と計画
実践Ⅰ・分析・考察
仮説の再構築と新たな取り組み
実践と検証
成果と課題

2. 分析

(1) 売上金額と来場者数より

初回、100人以上の来客があったものの、売上は少なく、客単価が平均545円。事前のPRにもっと力を入れる必要があると考え、11月は以前お世話になった、パープル編集者の宮田さんに連絡し、Web版で広告を出していただいた(図1)。また、10月・12月は奈良新聞で露店市の様子を記事にいただいた(図2)。そのおかげか、翌月は来客者数が増加している。



そして、2月は奈良テレビの『ゆうドキッ!』に出演することになり、露天市の様子や商品開発の様子など、私たちの取組をとりあげていただき、大きな反響があった(図3)。

これらのことから、パブリシティ効果が有効であることが分かった。



図1
Web版広告に掲載



図2
奈良新聞に掲載



図3
奈良テレビ『ゆうドキッ!』に出演

(2) 財務分析

次に、財務分析をしてみた。その時々々の売上高に注目していても実際の状況は分からないので、売上高と売上総利益率を見てもいいことにした。10月は中止になった前月分の在庫も抱えていたため、マイナスのスタートとなったが、徐々に上がってきている。12月と1月は売上高が低い割に、総利益率が高くなっている。ここから、利益率が高いものが売れていることが分かる。よって、お客様に対して必要な商品を提供できるようになってきていることが分かる。この時の新たな取組として、それぞれの商品を単品でただ並べるだけでなく、セット商品を買ってしまう顧客心理を使った販売戦略『バンドル効果』を取り入れたこと。お得感を出しつつ、購買意欲を刺激したことが分かる。



露天市の営業推移 (10月~2月)

さらに、直接原価計算を行い、昨年度の実績で、損益分岐点を計算してみた。貢献利益率が12.5%、営業利益率は9.4%と、標準的な利益水準であることがわかる。もともと、学習の一環でもあり、地域連携の一つと考えていたため、利益を出すことはあまり考えていなかったが、来年度は目標利益額を5万円に設定してみることにした。それを達成するために必要な売上高は、49万6千円。目に見える新たな目標ができた。

項目名称	実績金額	構成比
売上高	389,800	100.0%
変動費	341,072	87.5%
貢献利益	48,728	12.5% (貢献利益率)
固定費	12,000	3.1%
営業利益	36,728	9.4% (営業利益率)
損益分岐点	95,994 固定費÷{(売上高-変動費)÷売上}	

直接原価計算による損益分岐点分析

3. 考察(仮説の検証)



研究目標：地域活性化のため、駅前に人を集めよう！

仮説Ⅰ 桜井駅前のイベント開催が、地域の活性化につながる。

こうして、駅前でのイベントの様子を知ってくださった様々な団体から、イベントに参加(出店)して欲しいとの依頼を受け、販売実習やボランティアのお手伝いをさせていただくこともでき、新しい方々との地域連携にもつながっている。



デイサービスおたがいさん秋祭り
H30.10.13(土)



シェフェスタ 2018
H30.10.13(土)・14(日)



うさみみ音楽祭・うさみみ茶屋
H30.11.3(土)



高齢者福祉施設訪問
H30.12.12(水)・18(火)



High school meeting
H31.1.26(土)・27(日)



近畿養護教諭研究協議会
R1.8.1(木)

はじめに

現状分析

仮説の設定
研究目標と

企画と計画

実践Ⅰ・分析・
考察

仮説の再構築と
新たな取り組み

実践と検証

成果と課題

はじめに
現状分析
仮説の設定
研究目標と
企画と計画
実践Ⅰ・分析・考察
仮説の再構築と新たな取り組み
実践と検証
成果と課題

さらに、こうしたイベントに参加させていただく中で、また新たな出会いがあった。

○ High school meeting で出会った「かしはらナビプラザ」今西さん

毎年3月から4月の桜の季節に、桜に関連した商品を販売している。ぜひ、この桜の香りのアロマ雑貨を置かせて欲しい。



非常に売上も好調で、ぜひ来年度もお願いしたい！！

商品名	販売数	売上金額
アロマプレート	138	¥16,480
ディアー奈良	52	¥5,440
Aromatic	95	¥7,888
合計	285	¥29,808

かしはらナビプラザの売上
(3/6~4/26まで)

17 パートナーシップで
目標を達成しよう

○ 2年目となる高齢者福祉施設訪問（昨年度と違う施設にも訪問）

デイサービスおたがいさんは様々な行事で連携



10月秋祭り

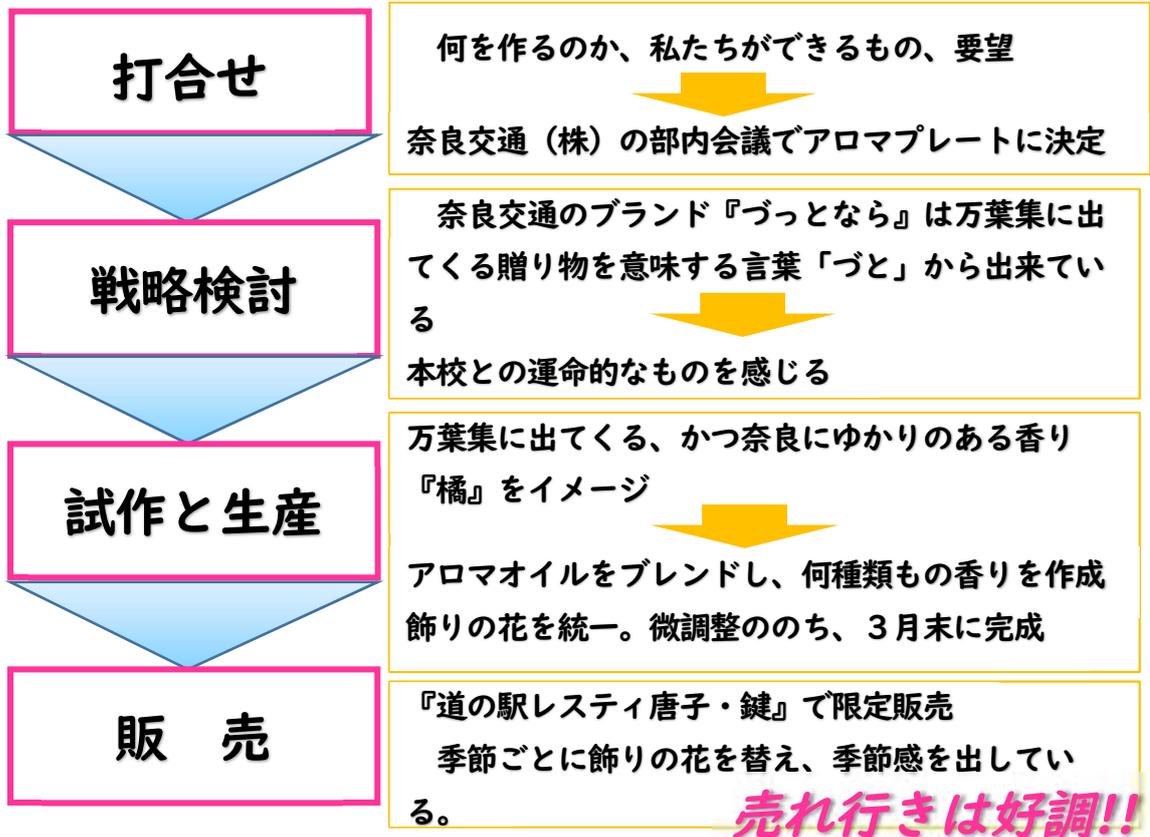


12月 餅つき大会



12月 クリスマス訪問

○ コラボ商品の開発 … 2018年7月18日の奈良新聞を見た奈良交通株式会社の方から連絡をいただき、アロマプレートをコラボレーションすることに。

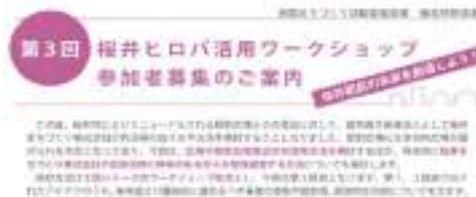


さらに今、市をあげて桜井駅前ヒロバから桜井を活性化させようという取組が始まっている。こうして駅前で、マルシェを開催していた私たちに、「ぜひ、桜井ヒロバ活用ワークショップに参加しませんか？」とのお話をいただき、参加させていただいた。課題を解決するためのビジョンを考えたり、ヒロバ活用の取組や、アイデアを実現させるために必要となることを考えたり、立場の違う方々の意見を聞く中で、改めて見えてくることも多くあった。産学金官民によるワークショップを重ね『桜井駅前ヒロバ整備・活性化構想』が策定され、この5月、桜井市長に提言された。また、桜井駅の駅前広場がリニューアル整備され、新たに賑わいを創出するための多目的広場も設置される予定となっている。



奈良交通(株)との
コラボ商品
アロマプレート
「yamatotachiban

こうして地域の方も巻き込み、数年後の桜井市を考えることができ、まだまだ改善の余地はあるが、活性化に向けての一步を踏み出すことができた。



仮説2 SDGsを知ってもらうことで、日々の生活の意識改革につながる。

仮説2を検証するために、アンケート調査を分析した。

下記グラフから、最初(2018年10月8日:第1回たまつえマルシェアンケート)はSDGsという言葉を知らなかった人が85%いたことが分かる。その後、露天市や地域貢献につながる活動を通して、SDGsの取組を知ってもらうようにした。



はじめに

現状分析

研究目標と
仮説の設定

企画と計画

実践I・分析・
考察

仮説の再構築と
新たな取り組み

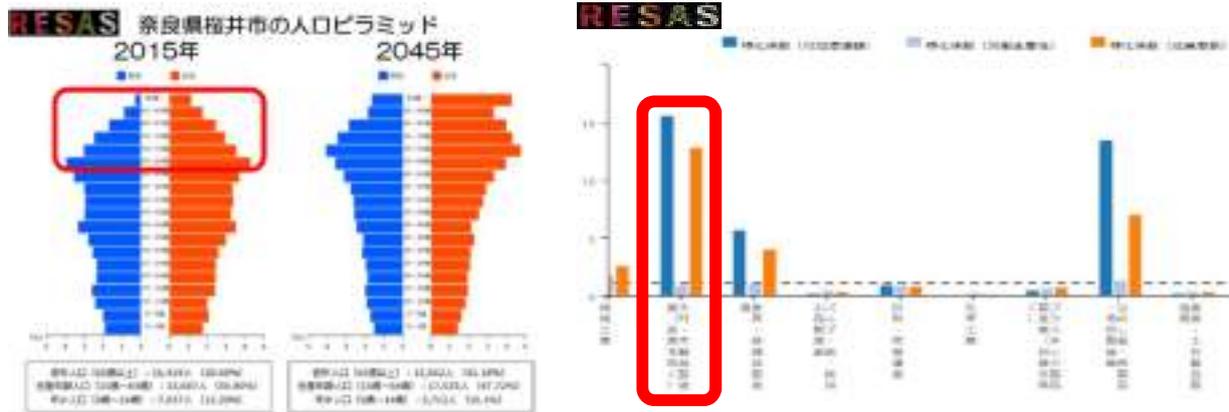
実践と検証

成果と課題

はじめに	その結果（2019年5月12日：第6回たまつねマルシェアンケート）、SDGsに興味・関心を持ってくれた人が82.5%いることが分かった。この要因について分析すると、エコバックの導入により環境に配慮した販売実習を展開したこと（SDGs7）、露天市で地域の実情を踏まえ（高齢者の方が多い）なるべく割安で販売したこと（SDGs11）、売れ残ったとき次の回に回せるよう保存の利くものを販売したこと（SDGs2）、
現状分析	最後まで無駄にすることなく使える商品をアピールすること（SDGs12）など、私たちのSDGsを意識して取り組んできた活動に地域の方たちが一定の理解を示してくださったことが考えられる。
仮説の設定 研究目標と	また右図は、17の目標のうち関心があるものをより具体的に確認し、そこから日常生活の中で、取り組もうと思うことをあげてもらった結果である。
企画と計画	これらのことから、SDGsに興味・関心を持ち、日々の意識改革につながったということが言えるのではないかと考える。今後さらに、国・企業・地域・学校・家庭など、身近なところから協力の輪を広げて、だれもが幸せになれる未来のことを考え、行動していきたいと思う。
実践Ⅰ・分析・考察	<h2 style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px;">第6章 仮説の再構築と新たな取り組み</h2>
新たな取り組みと仮説の再構築	<p>これまで地域活性化のため、閑散としている桜井駅南口駅前広場でマルシェを月1回開催してきた。駅前マルシェは、来場者数、売上ともに先に述べたように徐々に伸び、地域にある程度浸透してきたことが分かる。しかし、課題として、地元の狭い範囲での地域連携、またイベント開催日だけの賑わいは創出できているものの、桜井市や奈良県という広い範囲で考えたとき、まだまだ認知度は低いと感じた。</p> <p>ただイベントを開催するだけでは、継続的な地域の活性化につながらない。私たちの昨年度の仮説は間違っていたのではないかと考え、新たに仮説を再構築して検証することにした。</p>
実践と検証	<h3 style="color: #e91e63;">1. 現状分析</h3> <p>もう一度原点に戻り、桜井市の現状分析を行った。経済産業省と内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）が提供するRESAS（地域経済分析システム）を活用し、地域課題の分析を始めた。人口推移を見てみると、2000年を最後に、人口減少が急激に進行し、生産年齢人口、年少人口の減少が進み、逆に高齢者人口が増加している。また、桜井市の小売業における事業所数の減少が顕著にみられる。桜井市の目的地分析では、長谷寺や大神神社など魅力あふれる観光地がたくさんあり、桜井市の産業として「木材のまち」として知られていることが分かった。普段意識していなかったが、実際に市内を散策してみると、木を積んだトラックが行き交い、国道165号線沿いを中心に木材工場が数多く並んでいることに気が付く。香しい木の香りに包まれて、この木材を使</p>
成果と課題	



って、地域活性化につなげられないか考えた。



2. 仮説の再構築

みんなで意見を出し合い考えたのが「マイ箸」を作ること。市内にある木材工場から端材をもらって箸を作る。環境問題についても考えることができ、昨年度から意識しているSDGsにも関連するのではないかと考えた。早速、マインドマップでそれぞれのビジョンを出し合い、意見交換をした。木のまち桜井を、まずはここで暮らす幼稚園児や小学生にアピールするため、マイ箸運動を展開する。方法は、マルシェ等でマイ箸づくりのワークショップを行い、食育・木育の推進も同時に行う。その中で、環境について考え、また地元木材を知ってもらい、使用することで郷土愛も深まればと考えた。また昨年度から継続する地域連携では、それぞれの店舗の「広告付き箸」を作成し、ノベルティとして配布する。受け取ったお客様は、木のまち桜井を意識することができる。せっかくなので、先行研究報告にあった行動経済学を活用し、おまけをつけたら売り上げは伸びるのかを検証することにした。

以上のことから、次の目標と仮説を再構築した。

研究目標：地元産業で、地域を活性化しよう！

仮説 地元産業を地域に根差すことができれば、次のビジネスチャンスにつながる

第7章 実践と検証

1. 実践II

早速、学校のそばにある木材商「株式会社 山口裕康商店」を訪問し、私たちが考えているプランを説明し、端材をいただけないか交渉したところ、快諾していただき、木材を無料でしかも【桜井の木】で



山口裕康商店

はじめに

現状分析

研究目標と
仮説の設定

企画と計画

実践I・分析・
考察

仮説の再構築と
新たな取り組み

実践と検証

成果と課題

はじめに
現状分析
仮説の設定 研究目標と
企画と計画
実践Ⅰ・分析・考察
仮説の再構築と新たな取り組み
実践と検証
成果と課題

ある杉を提供していただくことができた。明治時代に奈良県の下市町で割り箸づくりが始まり、現在も、国内の割り箸の生産量は奈良県が最も多く、全体の約7割を占めていることも教えていただいた。割り箸は一度使ったら捨ててしまうことから環境問題につながっているという意見と、間伐材を有効活用することは、資源を山に還元し、森林整備を促進することにつながるという2つの意見があることも教えていただき、これからの私たちの活動の中で一つのテーマとして取り上げることにした。

簡単に箸を作ると言っても知識がないため、まずはインターネットで調べた。すると『箸製作治具』というものがあることを知り、早速購入。もらってきた杉板をまずは丸鋸でカットし、この治具を使ってかんたんに削って作る。角をとり、やすりをかけ、色を付け、最後に食品衛生適合品の漆を塗って商品が完成した。

出来上がった商品をもって、山口裕康商店を訪問し、社長に見ていただいたところ、想像を超える出来栄えに感動してくださり「こんなに素晴らしい商品に生まれ変わって大満足です。」というお言葉をいただいた。また「みなさんと同様に、桜井を盛り上げたいというのは日々考えており、今後も全力でお手伝いします。」と心強いお言葉もいただいた。

こうして箸づくりもできることが分かり、いよいよマルシェで小学生対象に箸づくりをしよう！と思った矢先に…。



【桜井の木】杉板



箸製作治具



山口裕康商店にて



完成した箸

2. 改善

新型コロナウイルス感染症が拡がり、非常事態宣言が発令され学校も休校になり、私たちの活動も中止せざるを得なくなった。6月から分散登校が始まったが、イベントは自粛。本年度の着づくりプランは来年度以降に持ち越すことになった。しかし、このまま1年を終えるわけにもいかないと、木材を使って「今だからできること」をもう一度話し合った。コロナ禍の生活の中で「人が触るところが気になる」という普段の何気ない会話を機に『非接触グッズ』を発案。横向きのクマがモチーフで、足の部分をドアや扉に引っ掛けて開閉できるほか、耳やしっぽの部分でドアやエレベーターのボタンなどを直接手で触れることなく操作できる。系のこでクマの形に一つ一つカットし、やすりをかけ、カラフルに色をつけた。また、木材そのままの感触や香りを楽しんでいただけるよう、色を付けないものも準備。



小さなお子様は、自分の好きな色に塗ることもでき楽しんでいただけるのではないかと考えた。

商品名は、山口裕康商店の古材事業部の屋号「woodyan」を使わせていただけないか交渉したところ、許可をいただき、『Touch bear・wood-yan』とした。

3. 実践Ⅲ

9月ようやく本年度初めてのマルシェを開催することができ、そこで商品を並べた。木目を生かしたままの物もあれば、カラフルに色を塗りデザインすることで、並べて置くとインテリアとしても使える。また、いくつか組み合わせると積木として遊べるように形も工夫している。



1個 70円で販売し、売り上げの半額は7月豪雨などの被災地支援に送ることを決め、POPを作成。直前に新聞に掲載して頂いたこともあり、開始1時間も経たないうちに完売し、その後も商品を求めて来店して下さるお客様がいた。

今の時代に必要とされるものを考え提供することの大切さと、パブリシティ効果の大きさを改めて実感することができた。



はじめに

現状分析

研究目標と
仮説の設定

企画と計画

実践Ⅰ・分析・
考察仮説の再構築と
新たな取り組み

実践と検証

成果と課題

はじめに
現状分析
仮説の設定 研究目標と
企画と計画
実践Ⅰ・分析・考察
仮説の再構築と新たな取り組み
実践と検証
成果と課題

4. 検証

本年度これまでの活動を振り返ると、対外的な取り組みがこれまでのようにはできなかった。そんな中、4月はマスクの供給が追いつかないと話題になり、キッチンペーパーを使って手作りマスクを作り、非常用備蓄食とセットにして駅前の喫茶店に置いていただき、来店された高齢者にプレゼントした。また、桜井の子ども食堂「とまり木」さんから「本来うちを必要としてくれる人がなかなか来てくれない。場所が奥まったところにあるので周知されていない。ぜひ、みんなに知ってもらって利用してほしい。そのために力を貸していただけませんか」と依頼を受け、夏祭りイベントを企画・運営させていただき、多くの子どもたちに来てもらいとまり木さんの存在を知ってもらうことができた。

「地元産業を地域に根差すこと」はスタートしたばかりで、残念ながら今年はまだ不十分だったが『今だからこそできること』があった。今必要とされていること、今求められていることを社会の流れから感じ取り、繋げていくことが大切だと感じた。

私たちは、これからも立ち止まることなく、みんなでアイデアを出し合い、形にしていきたい。



第8章 成果と課題

1. 成果

以下に、これまで記せなかったものを含めた昨年度の活動実績と受賞歴を記す。

(1) 活動実績

- ・桜井駅南口駅前広場にてたまつえマルシェを開催
- ・近畿養護教諭研究協議会にて販売実習
- ・シェフェスタ 2019 奈良にて「かふえレストランさらい」と出店
- ・ソラほんまちフェスタ 2019にて出店
- ・奈良県産業教育フェアにて地元物産と生徒開発商品の販売
- ・桜井市プチ文化祭にて販売実習
- ・『桜井駅前ヒロバ整備・活性化構想』ワークショップ参加
- ・奈良情報商業高校LINEスタンプ開発
- ・奈良県防犯協会公式キャラクター考案
- ・クリスマスに高齢者福祉施設を訪問し、生徒開発商品『アロマプレート』をプレゼント

(2) 受賞歴

- ・ 奈良県生徒商業研究発表大会で最優秀賞を受賞し、
2年連続近畿地区大会に出場
- ・ 地方創生☆政策アイデアコンテスト 近畿経済産業局長賞受賞
- ・ 第23回ボランティア・スピリット・アワード 関西ブロック賞受賞



(3) メディア関連

- ・ 毎日新聞 (7/25・12/21・1/24・2/8・9/17) 掲載
- ・ 奈良新聞 (12/1) 掲載

2. 課題

新型コロナウイルス感染症の影響で、これまで通りにいかないことがたくさんある。ニュースや社会情勢を意識し、今必要とされていることや自分たちができることを考え行動していくことが必要である。だからこそ、いろいろな場所で必要としていただけるよう、積極的に時間がある限りお声がけいただいたイベントに参加し、常に感謝の気持ちを忘れず『ありがとう』と言っていたら、これを目標に、これからも地域密着で頑張っていきたい。

3. おわりに

たまつねマルシェでは本年度から新しい取り組みとして『フードドライブ』を同時開催している。新しい生活様式を浸透させながら、食品ロスの削減に地域で取り組み「もったいない」を「ありがとうへ」繋げられたらと考えている。『今だからこそできること』を常に頭の片隅に置きながら、地域のいろいろな方に助けていただきながら、これからも活動を続けていきたいと考えている。

【御協力いただいた企業・団体 (順不同)】

 <p>桜井市役所 様</p>	 <p>株式会社 丸正高木商店 特販部長 細井 様</p>	 <p>株式会社 サクホエール 様</p>	 <p>喫茶 絵都蘭世 様</p>
 <p>奈良交通株式会社 様</p>	 <p>カフェレストラン さらい 様</p>	 <p>ミートショップやまぐち 様</p>	 <p>都市再生推進法人 桜井まちづくり株式会社</p>

はじめに
現状分析
仮説の設定 研究目標と
企画と計画
実践Ⅰ・分析・ 考察
仮説の再構築と 新たな取り組み
実践と検証
成果と課題



これまでの実践にご協力いただいた皆様に深く感謝いたします。今、世の中では、新型コロナウイルス感染症がなおも拡大しています。今年度に入り、思うような活動ができていませんが、それでも無理なお願いを聞いていただき、ご協力いただきました方々からお礼申し上げます。

一日も早い終息を願うとともに、関係される方々の健康をお祈りいたします。