

2018 地域連携事業報告

篠崎 健司

Report of Regional Collaborative Activities in 2018

Kenji SHINOZAKI

はじめに

本報告は平成30年（2018年）中に実施した地域連携事業活動の報告であり、厳密には篠崎のゼミ学生のみが参加したものではないが、昨年の報告に引き続き、篠崎が企画提案した地域連携事業活動として記載する。

2018年には、昨年に引き続き6月30日、7月1日の2日間にわたって開催された埼玉県川口市（鳩ヶ谷地区）の「第4回日光御成道鳩ヶ谷宿夏の陣」、10月6日の埼玉高速鉄道埼玉スタジアム線上和美園駅周辺で開催された「第4回浦和美園まつり&花火大会」とともに、福島県広野町との交流、沖縄県渡嘉敷村における連携準備活動、2019年2月に実施予定の北海道南富良野町における地域連携活動の準備活動の概要について取りまとめる。

1. 埼玉県川口市（鳩ヶ谷地区）「第4回日光御成道鳩ヶ谷宿・夏の陣」

（1）事業の背景と経緯

本事業は、一昨年、昨年に引き続き、同イベントの実質的な実施主体である鳩ヶ谷商工会等の要請により、同イベントに参加したものである。これまではイベント当日の開会式への参加や会場内にてスタンプラリー、福引抽選、来場者への声掛け等、2日間のみ参加であったが、今年はイベントまでの準備や地元商店街との連携活動、また昨年に引き続き実施したフードバンクの取組について、これまでの反省点を踏まえて、事前の広報活動にも取り組んだ。

（2）事業の概要

本事業では、事前の準備としてNPO法人フードバンク埼玉へのヒアリング、ポスター作成及び掲示、チラシの作成と配布、FM川口への出演などを実施し、フードバンク事業のアピールを行うとともに、以下の取組みを行った。

①地域商店街・商店との連携（PRカードの作成）

（概要）

- ・イベント当日、出店する地元商店は、自店の売上や販売促進活動として出店するだけでなく、イベントの盛り上げや引いては地域の活性化にも貢献したいとする出店者も多く、鳩ヶ谷商工会へのヒアリングをもとに、仲見世通り出店者となる地元商店5店を選び、事前に学生がヒアリングを行った。
- ・ヒアリング内容としては、今回のイベント参加の思いや目的とともに、自店の特徴や商売のこだわりを把握した。
- ・仲見世通り出店者にとって、イベント参加だけでなく、出店をきっかけに日頃の常連客でないより多くのイベント参加者に商店や商品をアピールする機会としてもらうことが重要と考え、当日の来店者等に配布できる自店を紹介したPRグッズやクーポンなどの特典ができないかという発想のもと、仲見世通り出店者の協力により購入者や仲見世通りに訪れたお客様に配布できるPRカードを作成した。

中ばし

御成櫃は求肥の中にドライフルーツと木の葉が入っていて、かわいらしい出来上がり!

くずパーはくずを使用しており、アイスと違って溶けにくい低カロリーでもちもち!

「夏みかん・マンゴー・フランボワーズ・桃・青りんご」
ごまかしはSRの社長さんの要望で求肥とすりごまを合わせた甘さ控えめの大人なお菓子!
いい材料で添加物は使わないにこだわり! 新商品も発売中!

若い世代の方たちも気軽に和菓子をいしく楽しめるものばかりです。

☎ 048 (282) 1425

住所: 川口市板町2-5-16
定休日: 火曜日
営業時間: 9:00~19:00

近藤寿夫さん

50円引き
クーポン券 (8月末まで)
500円以上お買い上げの方のみ

福家

川口麦味噌饅頭 川口の渡し

川口麦味噌饅頭は皮に麦味噌を練りこんでいて、中は餡子のお饅頭。
川口の渡しは船の形をしていて、黄身餡にバターとミルクが練り込まれ、甘さのバランスが絶妙。
御成切りは、椀(塩ごま餅・白餡)銀杏(ニッキ・こし餡)竹(抹茶・白餡)とあり、羽二重粉という高級な粉を使って作っている。
材料は高級な良いものを使うこだわり!
昔からのものを大切に後に残していきたい。

食育なもはばかりのお菓子をリリースする川口お舗段で購入できるため、大学生でも伝統の味を手軽においしくいただけます。

☎ 048 (283) 0298

住所: 川口市7-6-8

50円引き
クーポン券 (8月末まで)
500円以上お買い上げの方のみ

きやま

触れてみてわかる良さ~鏡~

~上質な鏡と一緒にこの夏を楽しみましょう~

皆さんは、鏡がどんなものご存知ですか。
鏡は水やお酒を冷たいまま保ち、味をまるやかに変えます。
鏡は長持ちし、また殺菌効果も得られ、長く使っているうちに愛着がわいてくるのです。
もって嬉しい、送って喜ばれる鏡に触れてみませんか。

住宅展示場の駐車場の隣
☎048(251)8506
店主: 松下 空さん

10%引き
(交渉次第)

がんどじ

~森のくつろぎと気まぐれな器と相棒になりませんか?~

「本は私たちの先輩」という思いが、ネジや釘を使わずに作品を作るというこだわりがあります。
木のコマと遊ぶことで自然とのふれあいや安らぎを感じることもできます。
子どもも大人も夢中になって遊べること間違いなし。

おしどり夫婦と一緒にコマを楽しく回しませんか?

東川口2-15-8
☎090(7278)7759

コマを1つプレゼント!
(コマの大小・小を全てお任せの方)

前川メンチの店

メンチの中に梅が入っているので、とてもサッパリして食べやすい!
テレビ埼玉や日テレで紹介され、市内の小学校の給食で食べられているよ! /
メンチパーガーもあって、パンズはこだわりの梅ソースが塗ってあるよ! ぜひ食べてみてね!
土曜日しかやってないから気をつけてね!

Facebookもやってます!

岩谷 三郎さん

☎048(261)1225
イオンモールの近く、旗がある商店街

【仲見世通り出店店PRカード】

・イベント当日は、学生がローテーションを組み、仲見世通り出店者の仮設店舗の販売を手伝いながら、PRカードの配布を行い地元商店者との交流を行った。

(結果・反省点)

- ・PRカードの作成が遅れ、本来であれば事前に商店者の了解を得るべきであったが、当日、了承を頂くことになった。どの出店者も快く承認して頂いたが、やはり事前に内容の確認を求めることは不可欠であると思われる。
- ・PRカードが簡単に捨てられないよう、手に取ってみてもらうことが重要と考え、用紙を和紙調のものとしたが、プリントがうまくいかず、詳細な部分が見えにくいものとなってしまった。デザインを大きくするか、用紙を変えるか、印刷方法を検討する必要があった。
- ・PRカードの作成時間に余裕がなかったため、当初のデザインのサイズが印刷用紙のサイズと縦横比が異なり、裁断が必要となった。かえって手間がかかるとともに、印刷位置が微妙に異なることから、裁断箇所がずれ印刷面が削られるなど、不揃いなものとなってしまった。
- ・イベントのなかでは、PRカードの説明が十分にできる時間がなく、効果的に配布することができなかった。(お客様に十分に内容を伝えることができなかった) また、作成者と配布者との情報共有がうまくできず、配布者が内容を十分に理解しないまま、ただ配布してしまったところもあった。

(教育的効果)

- ・なかでも地域商店街や個店との関わりを持つことで、日頃、商業者がどのようなことに問題や課題を感じているのか、そうした中で自身の商売の工夫や努力をどのように行っているのかなどを知る機会になった。そのような自身の商売にも努力をされながら、地域の活性化のために努力や工夫、こうしたイベントに積極的に参加することの大変さとともに、地域商業発展のリーダー的存在として活躍していることの大変さも理解することができた。
- ・PRカードを作成するなかで、限られた紙面のなかで、どう効果的に情報を伝達できようなレイアウトやデザインが望ましいのか、情報の受け手への配慮や工夫を行うとともに、商店主が喜んでもらえるような内容、デザインを考えることなど、アウトプットの視点からも貴重な経験になった。

②地域商店街・商店との連携（鰻三昧弁当の包装紙の作成）

(概要)

- ・鳩ヶ谷地区には3店の鰻屋があり、うち2店は創業200年前後という老舗店であり、3店とも地域で有名な繁盛店となっている。3店はともにライバル店であることは間違いないが、いずれも自店の“売り”を明確にしておき、いたずらに競争するのではなく、マーケティング的にはポジショニングが上手くいっている。一方で、国産ウナギの資源不足など、鰻の価格高騰により高級食品のイメージが高くなり、顧客離れが進むなか、新たな顧客を開拓していく必要性が高くなっていった。こうしたなか先の老舗店はいずれも店主が代替わりし、同世代の店主でもあることから、日頃からなにか協力して、鳩ヶ谷の鰻を盛り上げられないかといった取組の機運が醸成されていた。
- ・3店舗の味もそれぞれ特徴があることから、3店舗の鰻を食べ比べできる弁当を作成し、新たな名物商品としてイベントで販売してはどうかという企画が進んでいた。
- ・同企画の取りまとめを行っていた鳩ヶ谷商工会から3店舗の鰻を食べ比べできる弁当の上に掛ける包装紙をデザインしてもらえないかという要請を受け、3店舗のこだわりを聞きながら、実際に試食して、学生なりの感想を踏まえて、お弁当の包装紙をデザインした。同弁当については「鳩ヶ谷鰻三昧弁当」というネーミングがなされ、イメージやコンセプトメイキングを行いながら、包装デザインを検討し、作成した。

(結果・反省点)

- ・PRカードと同じく、作成時間が短かったため、3店舗のヒアリングから包装紙作成まで十分な検討ができないまま包装紙作成となってしまった。こちらも事前に商工会や店舗の確認を得ないままの見切り発車となってしまった。商工会担当者も3店主も、学生がボランティアで作成してくれたものという視点で、なんでもOK的な好意で受け止めてくれ、修正点などの指摘はなかったが、今後は十分な議論をしながら行っていくことが、学生だけでなく商店主や商工会の本気に繋がっていくのではないかと考えられた。
- ・イベント開始直前に各店舗から届けられた鰻弁当をセットし、その上に作成した包装紙を掛ける作業も担当した。その作業の役割分担が明確でなかったことから、その担当となった学生は、当日、イベントで用意されていた浴衣の選択が遅れてしまい一部の学生から不平が指摘された。

(教育的効果)

- ・先のPRカードと同様、実際に使われる商業デザインを考える機会となった。

③フードバンクPRチラシの作成と事前広報

(概要)

- ・フードバンクについて、フードロスの現状やフードバンクの目的、仕組みを簡潔にまとめたPRチラシを作成した。
- ・フードバンクについては、活動自体の認知度が依然として高くないうえ、実際に活動している場に出くわしても、前もって用意をしていないと食品を提供・寄付することができないことから、事前の告知が重要である。こうしたことから、地域の学校や幼稚園、保育所などでアピールさせてもらえないかと考え、比較的、了解の得られやす

い保育所に相談し、事前にPRチラシを配布することとした。チラシは保育園児やその保護者が見てわかるものとし、イベント時にそのチラシを持ってきてもらう機会を作り、それにあわせてフードバンクの食品を持参してもらうことを想定し、夏祭りをイメージした塗り絵にした。

- ・塗り絵バージョンのPRチラシについては、園児の持ち帰りを想定し、当初A4版で作成していたが、急遽A5版（A4二つ折り）に変更した。
- ・実際に、学生が鳩ヶ谷地区5箇所の保育所を訪問し、園長等への説明とともに、チラシ配布を依頼した。

（結果・反省点）

- ・塗り絵バージョンのチラシを急遽A5版サイズに変更したが、園児の持ち帰りなど事前に想定しておく必要があった。
- ・通常のPRチラシについても、より目に留まり保存してもらえようと厚手の用紙を使用した。通常のコピー機では紙詰まりをしてしまい、結果、大量の破棄チラシが発生してしまった。こちらも事前に試し刷りを行うなど、必要な時間を確保し、十分な準備が必要であった。
- ・当日、塗り絵を持参してくれた園児ご家族も多くいたので、一定の効果はあったと思われるが、アピールが園長等に対してであり、その園長から園児を通して保護者に伝わるため、フードバンクの意義がどれほど伝わるのかについては、効果は薄いことが伺えた。（⇒秋の大学祭では対象を小学生とした）
- ・塗り絵の回収なのか、フードバンクの寄付が目的なのかをはっきりさせることも必要かと思われた。塗り絵についても回収した塗り絵をどうするのかなど、当初は商工会を通じて会場や駅などに掲示することも相談していたが、結果的に回収するのみに留まった。（なお回収時にチェキによる写真記録を残すようにした）掲示をする場合には、掲示に耐える用紙にしないと園児が持ち帰る際やイベントに持ってくる際に、かなり傷んでしまうので、その配慮も必要だと感じられた。

（教育的効果）

- ・フードバンク活動自体を体験することで、「認定NPO法人フードバンクさいたま」などの専門家からアドバイスを受けることができ、フードバンクの実態を知ることができた。
- ・各家庭から、余っている食材を寄付してもらうという単純かつ簡単な行為のように思われるが、実際に経験してみると、なんとなくフードバンクのことを知っているだろうと思っていた一般の方々がいかに正確に情報を伝えることが難しいのか、また開催の告知であっても地域に情報を広めていくことが手段や内容を含めていかに難しいかなど、地域づくりにおける情報発信の難しさを体験することができた。

④FM川口への出演

（概要）

- ・6月18日（月）FM川口「サウンドカフェ」にて学生2名が出演し、15分程度の時間、フードバンクについてアピールした。
- ・同番組のMCからの質問に答える形で、フードバンクについてPRすることができ、リハーサルなしのいきなりの本番であったが、しっかりと情報を伝えることができた。

（結果・反省点）

- ・昨年は1週間前の月曜日に放送し、今回は2週間前の月曜日に放送したが、どの時点での告知が効果的なのかを判断する材料がなかった。
- ・フードバンクの取組み全体に言えることであるが、学生全員がその内容や意義を十分に理解しているのかという点が気になった。特にチラシを作成した学生と、それ以外の学生ではその意義や取組に対する意識の温度差が感じられ、様々な場面での告知の機会があったが、十分にその内容が伝わったのかについて、情報提供のみに終わってしまう傾向がみられた。

(教育的効果)

- ・いかに的確に限られた時間のなかで、情報を伝えていくことの難しさを学ぶことができた。

⑤当日イベントへの参加

(概要)

参加学生：31名(コミュニティデザイン学科2年生16名、1年生15名)

期 間：平成30年6月30日～7月1日(2日間 ※イベントのみ)

主な活動：開会式、スタンプラリー受付、フードバンク受付、仲店通り出店者の支援

(結果・反省点)

- ・イベントに事前に意識を持って取り組んだ学生と、当日参加のみだった主に1年生との間に意識の差が生じ、会場の表では、問題なく学生の元気な姿が高く評価されたが、休憩場所などでの態度で何点か指摘された。特にフードバンクを行っている一方で、支給されたお弁当を残す学生も多く(仲見世通りなどでいろいろと食べるため、お弁当が食べられないなど)、運営側で何らかの対応を事前に考えておく必要があった。
- ・いろいろな箇所では指摘を受けるのは、周りが見ていないと思う学生や言動に対してであり、全てを気にする必要はないが、そうした些細なところで評価を下げてしまうことは、不本意なので、地域連携活動を行う場合には、そうした細かな配慮が必要であることがわかった。

(教育的効果)

- ・「お祭り」という地域イベントであるが、市役所、観光物産協会、産業振興公社、商工会、地元事業者など各種団体、各種NPOや地域活動グループなど、当日のスタッフだけでも総勢100名規模のスタッフが、いわゆる裏方として関わっており、そちら側の視点からイベントを見ることができたことはコミュニティデザインに関わる上で大きな経験となったと思われる。

2. 第4回 浦和美園祭り & 花火大会

(1) 事業の背景と経緯

昨年に引き続き、本学部で2年生を対象として実施する基礎ゼミナールの学外実習において、埼玉高速鉄道株式会社に2名の学生を受け入れて頂き、沿線地域の魅力発掘と創造をテーマとする課題を学生が考えるという形で実習を行い、様々な活動を行ったが、なかでも「浦和美園まつり&花火大会(第4回)」について、若い女子学生の目線で企画提案とその実施を課題として頂き、学外実習生及びゼミ学生を中心に当日に向けて様々な準備と当日の学生企画の運営を行った。

(2) 事業の概要

参加学生：29名(学外実習生：コミュニティデザイン学科2年生2名、準備及び当日参加学生：コミュニティデザイン学科2年生15名、1年生20名)

期 間：平成29年10月6日(1日間) ※イベントのみ

- ・今回の「浦和美園まつり&花火大会」では、昨年、学生が提案して始まったハロウィンテーマに「ハロウィンの仮装で集合!」とともに、引き続き「ハロウィン・スタンプラリー」「近隣の園児等を対象にハロウィンの塗り絵を持って行こうという企画」、「ハロウィンの仮装をした人たちの写真を撮って展示する」といった企画、「学生自らがハロウィンの仮装をし、場内や電車内でお祭りをアピール」、「花火大会終了後駅に戻ってくる来場者をサプライズで楽しませようとしたキャンドルイルミネーションの設置」を行うとともに、新たに以下の取組みを行った。

(新たに追加した企画)

- ・「ATOMI小劇場 秘密の怪談話」
- ・オリンピック・パラリンピック啓発企画「オリパラ音頭踊り」と「健康・体力測定ランキング」
- ・福島応援ワークショップ「コットンベイブづくりワークショップ」

(結果・反省点)

- ・学外実習実施学生を中心に運営面を担当し、無事故で当日のイベントを行うことができ、埼玉高速鉄道株式会社の社長をはじめ担当課職員からも高い評価を得ることができた。
- ・あえて課題を言うならば、イベントでは想定外の展開を起こりうることから、そうした事態を想定した実施運営計画を立てる必要があり、そのあたりまでの考慮ができなかったことから、例えば次のローテーションのメンバーが来ない(間に合わない)などの些細なところで問題が発生していたと思われる。
- ・学外実習を行った2名だけに情報が集中したことから、2名が業務に忙殺される一方で、他のメンバーが次に何をすればよいのかわからず手持無沙汰となっている状態が見受けられた。

(教育的効果)

- ・学外実習生においては、自らが企画した内容を具現化していく過程を通して、内容だけでなく人を動かしていくことの難しさを体験することができた。的確な指示はもとより、人への配慮など人と人を繋ぐうえでも重要なことを学ぶ機会になった。

3. 福島県広野町との交流

(1) 事業の背景と経緯

福島県広野町は、2011年の東日本大震災において津波被害を受けるとともに、続く福島第1原子力発電所の事故により、町民全てが避難を余儀なくされた被災地の1つである。これまでも復興のシンボルとして町民が取り組んできたオーブキャンドルの商品化への支援や、オーガニックコットンプロジェクトなどの支援を行ってきた。

今年度から、町民の新たな取り組みとして月1回、町内の病院駐車場を活用して「まちなかマルシェ」が開催されることとなった。

(2) 取組の概要

今年度から、オーガニックプロジェクトの一端となるコットンベイブづくりをワークショップとして、第4回浦和美園まつりや大学祭である紫祭にて行うこととし、オーガニックコットンプロジェクトについて学ぶとともに、コットンベイブの作り方を教えてもらうことを目的に、地域住民との交流会を開催した。

学生2名が参加し、地元公民館において、町民4名(広野わいわいプロジェクト代表、事務局長、町民グループ代表)の方から、町・町民の復興に向けての取組状況などについての説明を受け、その後、コットンベイブづくりを体験し、町内の視察を行った。

翌日は、月1回開催の「まちなかマルシェ」開催日であったことから、同イベントに参加し、主催の広野わいわいプロジェクトから依頼された看板づくりを行うとともに、前日習ったコットンベイブづくりを実践的に小学生や高齢者を対象に講師として指導した。

(3) 今後の取組

結果的に、この1回の交流のみとなったが、今後は定期的に開催されている「まちなかマルシェ」の場を活用し、地域住民や震災前に双葉郡内に設置されていた県立高等学校を1つに併合した双葉未来学園高等学校との交流も企画し

ていくことを計画している。同校では地域づくりや地域の発展を目指した部活動の一環として「社会起業部」というクラブがあり、被災地である地域の現状や課題を学ぶとともに、地域活性化のためのイベントや地域資源を活かした特産品開発を行うなど、コミュニティデザイン学科で学ぶ内容との関連も多い。

震災及び原発事故によって、一度崩壊したコミュニティの再生に向けて、真剣に取り組んでいる地域の高校生等との交流も、学生にとっては大きな刺激になるものと思われる。月1回の交流はもとよりコラボ企画など将来的にはより密接な連携によるプロジェクトの実施などを検討していきたいと考える。

4. 沖縄県渡嘉敷村との交流

(1) 事業の背景と経緯

沖縄県渡嘉敷村とは、学外実習や地域連携活動の候補地として、フィールドワークや町、商工会等との打合せを実施してきており、平成30年度は渡嘉敷村観光協会設立準備委員会の委員として関係している村である。渡嘉敷村は那覇市より最も近い離島であり、フェリーで70分、高速艇で約30分の距離にあり、隣島の座間味村と併せて慶良間諸島を構成している。

こうした立地環境にあることから、これまでは日帰り観光なかでも日帰りの海水浴及び小中学校や高等学校の修学旅行の受け入れが中心となっている観光産業中心の島である。一方で「慶良間ブルー」と呼ばれる美しい海が残されており、日帰り海水浴や修学旅行に体表される観光形態から、新たな観光形態への変化が求められている。

(2) 取組の概要

今年度は、地域の最大の資源である自然、海を中心とする地域資源について、実際に見て体験することによって、イメージで捉えがちな地域資源を改めて評価し、今後、学外実習や地域連携活動として取り組めるテーマは何かについて、検討を行った。

学生4名が参加し、船旅の経験の少ない学生が1時間強とはいえフェリー乗船や、海だけでなく、いわゆる観光客に提供されている食、島内最大規模の研修施設である「沖縄青少年交流の家」を宿泊利用とともに同施設の海洋アクティビティプログラムを体験した。

(3) 今後の取組

現状としては、日帰り海水浴や修学旅行への対応が中心となっていることから、少しシーズンを外した時期では、休暇中の飲食施設が多いことや、あくまで研修施設であることから期待すること自体が問題であるが、都会の女子学生にとっては、かなり厳しい宿泊環境など、改めて提案できる内容は多い。

村でも課題視されている新たな観光立村に向けて、ターゲットの設定や地域の価値をどこに置くのかと行った地域戦略の立案に向けて、学生ならではの視点で提案していくことも、村の期待に応える大きな取組であると考えられる。

地域連携活動として長期的に捉えながら、村とも協議を進め、機会があれば学外実習のプログラムとして検討を進めていきたい。

5. 北海道南富良野町との連携

(1) 事業の背景と経緯

北海道南富良野町とは、平成28年2月の地域交流を皮切りに、平成28年8・9月の学外実習が予定されていたが、台風及びその後の水害により延期され、代わって平成29年3月に同町が進める「手ぶらでアウトドア」プログラムの体験モニターとしての地元アウトドアガイドや観光協会との交流、平成29年7月の町制50周年を記念する「かなやま湖湖水祭り」などへのスタッフとしての参加、平成30年2月の観光協会との交流活動など、延べ30名程度の学生が地域連携活動に参加している。

(2) 今後の取組

今年度は、平成31年2月に地域連携活動を予定しており、現在、準備を進めている。これまでは同町が進めるアウトドアがメインの観光交流プログラムの充実について、事業を進めてきたが、アウトドアレジャーは天候に著しく左右されること、アウトドアレジャーは友人や家族などグループでの参加が多いが、なかにはアウトドアが苦手な人もいること、宿泊型の観光客の増加を目指す上では、夕食後の時間を有効に活用できるプログラムの充実も必要となっていることなどから、インドアのレジャープログラムを創出することとなり、DIYブームに現されているようにものづくりへのニーズが高まっていることを踏まえ、旅行先での思い出づくりともなるものづくりをメインとしたプログラムの提案を行っていくことを検討中である。

これについては、同町及び観光協会からも、これまで地域資源の活用がアウトドア一辺倒だったという反省から、町の魅力を重層化するためにも、アウトドアにプラスできるプログラムメニューも欲しいといった期待を受けるとともに、このようなものづくりのプランの中から、将来的には地元のお土産物のようなものができれば地域産業の6次化にも繋がるということで、大きく期待されることとなった。

2月は冬期のインドア・ものづくりメニュー開発を企画しているが、お土産物づくりとともに、修学旅行等の大人数を対象としたものづくりプログラムやホテルの比較的、時間とお金に余裕のある富裕層の顧客を対象としたものづくりプログラムの提案などを行っていく予定である。

また、冬期だけでなく、同町の資源の一つである各種ベリーの収穫期である夏～秋期には、収穫体験とジャムづくりなど、同町では実施していないプログラムなどの提案も併せて行っていきたいと考えている。

6. 終わりに

数年にわたり地域連携活動を継続しながら、学科の充実にあわせてその内容や頻度も増えてきた。一方で、単に面白そうという理由で参加する学生が目立つようになっている。地域連携活動は、そこで現実に暮らす、生の生活を行っている方々との交流・連携であり、受入先は、ある意味で成功・不成功が現在・将来の生活に直結した方々である。学生の側は失敗も経験と言えるが、受入先にはそのような余裕はない。

地域連携を進める教員としては、そういった事情を学生にきちんと理解させ、地域連携活動の目的や心構えから徹して指導していく必要があることを痛切に感じている。