

5. 地域イベント

風とロック芋煮会 2016 「白河の関ステージ」

福島民報社

実施団体	株式会社福島民報社
実施時期	2016年9月～10月
場 所	福島県
概 要	「風とロック芋煮会」は東北に古くからある芋煮会を機軸に、福島に関連のある著名人を通じて「元気な福島」を発信してきたが、この中で、福島の写真パネル展、パラリンピアンが登壇するトークショー、様々な意識アンケート調査等を行い、「日本で最も心のバリアフリーを実現したイベント」を目指す。
効果検証方法	<ul style="list-style-type: none">・写真展で「風とロック芋煮会」の歴史に触れ、音楽、野球、落語などエンターテインメントを通じて、福島の住人が福島の魅力に自ら気づき、その魅力を世界の方々へ発信する一助とする。・パラリンピアンとの出会いは、大震災によって発生した様々な問題に今なお直面している福島県の方々に逆境に立ち向かう希望と勇気の象徴になり得るもので、2020年オリパラ大会への機運を醸成していく。・1万5千人の来場を見込んでいる会場で、来場者・福島県民の意識調査を計るアンケート調査を実施(障がい者や外国人等のために取り組んでいること、障害の有無にも関係なく誰でも心地よく過ごせる空間を作るため必要なことは何か、福島県が震災から復興していく過程で今よりも元気になっていくために必要なことは何かなど)。

試行プロジェクトの概要

実施目的

「風とロック芋煮会 2016」は、9月18日日曜日と祝日の19日月曜日に白河市のしらさかの森スポーツ公園で開催された。本試行プロジェクトは、フェスティバル会場の入口に、「風とロック芋煮会 2016 白河の関ステージ」という無料のエリアを作り、パネル展示とトークショーを実施した。

2020年のオリンピック・パラリンピックを多数の外国人が日本を訪れる好機ととらえ、パネル展では、さまざまなエンターテインメントを通じて福島に笑顔が生まれた「風とロック芋煮会」の歴史を紹介した。

ステージでは、「風とロック芋煮会」にも福島県にも縁のあるミュージシャンと、福島県出身のパラリンピアンをゲストに招いてトークショーを開催した。トークショーでは、福島県において心の復興のために音楽が果たしてきた役割、福島県の魅力、そして障害の有無に関係なく音楽を楽しむバリアフリーな空間とはどういうものかを話し合った。これまでオリンピックにもパラリンピックにも関心のなかった来場者が「風とロック芋煮会」という野外フェスティバルを通じてパラリンピアンに出会い生の

話を聞くことは、2020年東京オリンピック・パラリンピックへの機運を醸成していくと考えている。

また、音楽や野球、落語、福島県産の食や日本酒などさまざまなエンターテインメントを一度に楽しめるイベントを、障害を抱えた方でも心から楽しめるために足りないことは何か、また、障害を抱えた人と知り合ったときにどのように接すればいいのかを知ることで、風とロック芋煮会が「心のバリアフリー」を実現する道筋を作ることを実施の目的とした。

取組み内容

2016年9月18日(日)～19日(月・祝)に福島県白河市のしらさかの森スポーツ公園で開催した野外フェスティバル「風とロック芋煮会 2016」の入り口に無料観覧可能な会場を開設し、さまざまなプロジェクトを実施した。

取組みの詳細

☆元気な福島を発信する写真パネル展

日本全国はもちろん世界中から「風とロック芋煮会」を訪れる方々に、「風とロック芋煮会」の歴史を写真と文章で楽しめるパネル展を開催した。福島民報社の新聞記事を使用して、2009年～2015年まで、「福島でその年に起きていた出来事を報道する記事」と「その年の風とロック芋煮会を紹介する記事」の両面で構成した。この写真パネル展は、福島に暮らす方々が元気な福島の魅力に自ら気が付くことを目的とした。さらに、福島の元気な魅力を世界中の方々へ自ら発信していく一助となることも目的とした。



元気な福島を世界の方々へ発信できる絶好の機会が、世界中の方が日本を訪れる2020年オリンピック・パラリンピックだと認識してもらえる場にした。写真パネル(ターボリンバナー)は時系列に合計9枚を作成して会場に展示した。

☆ミュージシャンと現役のパラリンピアンが登壇するトークショー

会場に設けたトークステージにおいて、トークショーを開催した。

ここでは、1日に3回、2日間で合計6回、福島県にも「風とロック芋煮会」にも縁のあるミュージシャンとパラアスリート(パラリンピアン)がトークをおこなった。

リオデジャネイロパラリンピックの取材を終えて帰国したばかりの元フジテレビアナウンサー平井理央が司会を務め、音楽をはじめとするエンターテインメントが福島県に暮らす方々の心の復興に与える役割や、パラアスリート(パラリンピアン)の目をとおした野外フェスティバルの楽しみ方、パラリンピック競技の楽しみ方、そしてこれからの共生社会へ向けた課題などを話し合った。

フェスティバル当日は2日間とも生憎の雨に見舞われたものの、大勢が来場し、ミュージシャンとパラアスリートのリアルな声に耳を傾けていた。

トークショー1回目 9月18日(日)9:10~9:40

出演者: 渡辺俊美、半谷静香(視覚障害者柔道)、平井理央(司会)、箭内道彦(「風とロック芋煮会」実行委員長)

視覚障害者柔道の選手としてリオパラリンピックに出場したばかりの半谷静香さんと、ミュージシャンの渡辺俊美さん、「風とロック芋煮会」の実行委員長である箭内道彦さんがトークを行った。



最初に、箭内道彦さんは、ここで二日間にわたって開催される「パラリンピアンとミュージシャンによるトークショー」にはとても意味があると思うと話した。パラスポーツについてもパラアスリートについても予備知識のない人間の代表として、ミュージシャンがいること。素朴な疑問を投げかけられるからこそ、来場者にも身近な気づきがあるのではないかと伝えた。

三人とも福島県出身という共通点があるが、半谷静香さんは、「私は中学生までスポーツの経験がなかった。出身のいわき市には山がたくさんある。その山を上り下りして体力をつけたので、まさに、福島に育てられて今がある」ことを話してお互いの距離感が近くなった。

野外フェスティバルに初めて参加した半谷静香さんに、渡辺俊美さんからは「知らないミュージシャンのライブがどこからか聴こえてきたときに、その音と出会ってほしい」というアドバイスを送った。半谷静香さんは「今日一日、冒険する日にしたい」と話した。そのうえで、「今日のようなイベントに来た時も、柔道の試合でも、とても緊張してしまう。どうすれば、緊張しないようにできるか」と質問をした。渡辺俊美さんは、「緊張をしてしまうのはしょうがない。ゆっくりと深呼吸をして落ち着くことが大切」だと話した。一方で、渡辺俊美さんからは、「メンタルはどうやって鍛えているのか」を質問した。半谷静香さんは、「もうつらい、ダメだと思ったところからどれだけ頑張れるかが大事」だと答えた。逆境をどう乗り越えるか。その答えに多くの来場者が聞き入っていた。

トークショー2回目 9月18日(日)13:00~13:30

出演者: 曾我部恵一(サニーデイ・サービス)、半谷静香(視覚障害者柔道)、平井理央(司会)

視覚障害者柔道の選手としてリオパラリンピックに出場したばかりの半谷静香さんと、ロックバンド「サニーデイサービス」のボーカルの曾我部恵一さん。



ふたりのトークは、全6回の中で、最も「パラスポーツ」の面白さを感じさせるものだった。

ロシアのドーピング問題を受けて、急遽、出場が決まり、それから僅か二週間でパラリンピックの試合を戦った半谷静香さん。メダルのかかった試合の対戦相手はウクライナの選手だった。

「去年のヨーロッパチャンピオンという肩書きを意識するあまりに、思うような戦いが出来なかった。だけど、日本で応援してくれている方のためにも、すべてを出し切ろうと思った瞬間から、自分の戦いが出来た」と話した。真剣勝負の場で、いかにメンタルが大切なのかというトークに来場者は一気に引き込まれた。

その話を受けて、曾我部恵一さんは、「音楽のライブも、1回1回が、真剣勝負。来場者とも自分とも本気で対峙しなければならない。本番に、自分の全てを出し切ること。もしかしたら、ミュージシャンとアスリートとの共通点は真剣勝負ということかもしれない」と話してお互いの距離感が縮まったことが印象的だった。

視覚障害者柔道という競技に興味を持った曾我部恵一さんは、一般の柔道と視覚障害者柔道は、なにが違うのか、半谷静香さんに質問した。「その答えは、組み手がなく、最初から、組み合ったところからスタートすること」だった。逃げることはできず、攻め続けなければ勝てないことと、最近では見る機会の少なくなった巴投げをはじめ多彩な技が楽しめるという競技の魅力を伝えた。

トークショー3回目 9月18日(日)15:00～15:30

出演者：増子直純(怒髪天)、佐藤聡(車椅子バスケットボール)、平井理央(司会)

北京・ロンドンと二大会連続でパラリンピックに出場した車椅子バスケットボール佐藤聡さんと、ロックバンド「怒髪天」のボーカル増子直純さん。ふたりのトークは、全6回の中で、最も「仲間の大切さ」を感じさせるものだった。トークの中では、まず、佐藤聡さんが車椅子バスケットボールという競技の特性を教えてくれた。



「障害の重さによって1点から4点までクラス分けされた選手が1つのチームを組むが、その合計点数が14点以内であるというルールがある。自分の場合は重度な障害のために持ち点は1点であり、得点力の高い選手をサポートすることが自分の役割」だと話した。

その話を受けて、ロックバンドを組んでいる増子直純さんは、「ひとりでは何もできないけど仲間がいるからぼくも音楽をつくることができる」と“チーム”の素晴らしさを話した。

スポーツチームとロックバンド。どちらもチームという共通点を持っているという気付きの後で、佐藤聡さんは、「できないことばかりを嘆くのではなく、出来ることを探していくことが大切。それに気づかせてくれるのが仲間」だと話して来場者の共感が集まった。佐藤聡さんは、来場者へのメッセージとして、「まずはぼくたちのことを知ってほしい。出会ってほしい」と話した。障害者にも尊敬できる人がいる一方で、尊敬できない人だっているかもしれない。それは、直に触れあってみなければわからない。そんな当たり前のことを教えてくれた回となった。

トークショー4回目 9月19日(祝)9:10～9:40

出演者：音速ライン、佐藤聡(車椅子バスケットボール)、平井理央(司会)、箭内道彦(「風とロック芋煮会」実行委員長)

北京・ロンドンと二大会連続でパラリンピックに出場した車椅子バスケットボール佐藤聡さんと、ロックバンド「音速ライン」のボーカル藤井敬之さんとベース大久保剛さんの二人組、さらには、「風とロック芋煮会」



の実行委員長である箭内道彦さんも参加してトークをおこなった。

リオデジャネイロのパラリンピックをテレビで観戦したばかりという藤井敬之さんと大久保剛さんは、「いったい、ぼくは、自分の可能性の何%を使えていて、逆に、どれだけ使えていないんだろうかと感じた」と話した。

藤井敬之さんは、福島県に生まれ、現在も福島県の郡山市に暮らしている。2020年のオリンピックとパラリンピックが東京に決まった時には、「いまだに福島が震災からの復興途中であることを考えると、オリンピックやパラリンピックで大量のお金を使うことが悔しくて泣いた」と話した。それに対して、同じく福島県の郡山市出身であるパラリンピアン佐藤聡さんは、「ぼくは逆に障害者に光の当たるチャンスだと思って嬉しかった」と答えた。そのふたりに、福島県のクリエイティブディレクターをつとめる箭内道彦さんは、「ぼくも、福島をはじめ東北に足を運んで地元の声を聞くことが多い中、東京オリンピックとパラリンピックが決まったことは、最初、複雑だった。だけど、賛成と反対の板挟みの立場がアスリートではないか。知らないで反対をすることは簡単。今回のプロジェクトでミュージシャンとパラリンピアンがトークをすることで、福島県民がパラリンピアンを知れる機会が作られたことが嬉しい。ぼくたち福島の間人は、パラリンピアンと出会い、いろいろと知ったうえで判断をしなければならぬ」と話した。

トークショー5回目 9月19日(祝)13:00~13:30

出演者:尾崎世界観(クリープハイプ)、鈴木猛史(チェアスキー)、平井理央(司会)

車椅子ユーザーである鈴木猛史さんと、クリープハイプのボーカルである尾崎世界観さん。二人のトークは全6回の中で、最も多くの来場者を集め、また、“心のバリアフリー”への解決策を感じさせるものとなった。

パラリンピックのチェアスキーで金メダルを獲得している鈴木猛史さんは、「金メダルは取った。でも、その次の日からはチャレンジャーなんです」と話した。重度の障害を抱えながら、世界の頂点という栄光に酔うことなく次を見据える強靱なメンタルは「トップストリートはどういうことを考えているのか」ということを伝え、多くの来場者に驚きを与えていた。

今回が野外フェスティバル初参戦となる鈴木猛史さんは、「車椅子のため会場を遠回りしなければいけなかったものの、障害を持った自分たちも温かく受け入れてくれるイベントであることが嬉しい、来年は仲間を連れて一緒に来たい」と話した。尾崎世界観さんは、来場者目線で、「目の前に車椅子の方がいたらどうやって声をかければいいのか」という素直な質問を投げかけた。鈴木猛史さんは、「きっと困っている場合は、なんとなく、わかるのではないか。なんでも声を掛けてほしい。一方で、声を掛けられ慣れていないので恥ずかしい気持ちもある」と話した。それを受けて、尾崎世界観さんが話した「声を掛ける方も、掛けられる方も、恥ずかしいのはお互い同じなんだとわかった」という想いは多くの来場者の共感を呼んでいた。



トークショー6回目 9月19日(祝)15:00～15:30



出演者：スコット・マーフィー (MONOEYES)、鈴木猛史(チェアスキー)、平井理央(司会)

車椅子ユーザーである鈴木猛史さんと、日本で暮らすアメリカ人ミュージシャンのスコット・マー

フィーさん。日本ではともにマイノリティという立場で暮らす二人のトークは全6回の中で、最も”共生社会”への課題を感じさせるものだった。

トークショーは、鈴木武史さんが自らのチェアスキーの競技の魅力として「なんといってもスピードですね。速度は110キロです。車椅子の目線だから、体感速度はもっものすごいですね」と語ることからスタートした。

スコット・マーフィーさんはアメリカと日本の社会を比べて、インフラだけを考えれば、日本のバリアフリーはアメリカに比べて格段に整備されていることを紹介した。公共施設に当たり前のよう設置されているエレベーターをはじめ、道路の歩道に点字を付けて視覚障害者への配慮があることは日本独特の思いやりであることを強調した。しかし一方で、インフラは整っているものの、人々の助け合いの心は、アメリカに比べてゼロに等しいと感じると事例を交えて語った。

鈴木猛史さんは、「障害者にも遠慮なく声をかけてほしい。もちろん、障害を持った当事者であるぼくたちも、困ったら助けを求めるようになっていきたい」とお互いの歩み寄りの大切さを話した。最後にスコット・マーフィーさんは、「日本人には、知らない人にもっと声を掛けてほしい。シャイだとは思いますが、みんなと話したら、もっと楽しい人生になるんじゃない？」と伝え、来場者からは拍手が起こった。

☆競技用車椅子デモンストレーション (※雨天時中止)

実際の競技用車椅子に触れて体験してもらうことにより、パラスポーツへの興味を喚起することを目指した。

初めて触れた人が多く、普通の車椅子との違いなどを興味深く体験する機会となった。



☆アンケート調査を通じた意識調査の実施

来場者/福島県民の意識調査を計るアンケート調査を実施した。

「オリンピックに対する意見について」、「トークショーの感想」、「心のバリアフリーを実現するために必要なこと」



などを中心としたアンケートを実施し、結果を翌年以降の「風とロック芋煮会」へ反映させることとする。

☆トークショーの内容はメディアで紹介(福島民報、渋谷のラジオ)

イベントの事前事後には、福島県民にも広く本プロジェクトを訴求するものとして、「風とロック芋煮会 2016 白河の関ステージ」の開催報告とともに、トークショーの内容をダイジェストにして福島民報の紙面に掲載した。

また、イベント終了後、イベントに参加できなかった方にも広くトークショーの内容を訴求するものとして、東京都渋谷区のコミュニティエフエム「渋谷のラジオ」にて、10月8日と10月15日の2回にわたって、本試行プロジェクトのトークショーを1時間番組にて放送した。「渋谷のラジオ」はコミュニティエフエムでありながら、スマートフォンアプリを使えばどこでも聴取可能であり、ラジオをとおして日本全国へ取り組みを紹介した。

効果と課題

効果検証

試行プロジェクトを通じて 2020 年オリパラ大会に向け「心のバリアフリー」を実現していくために必要なことは何か、ステージのトーク終了後に来場者アンケートを2日間実施した。

このアンケートによって明らかになった課題を、翌年以降のイベントへ反映させていくこととする。

- ・調査対象:風とロック芋煮会 2016 「白河の関ステージ」プログラム参加者
- ・サンプル数:521 件、男性 228 件(55.7%) 女性 289 件(43.9%)、その他の性別:2 件(0.4%)
うち福島県出身/在住者は、53%であった。

- ・実施方法 :トークショーに参加した男女を中心にアンケート用紙を配布、回収した。

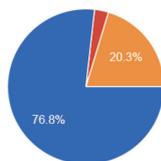
無記名式で行い、「選択肢形式」と「自由記述形式」を併用している。

- ・アンケート結果

<オリンピックに関する意見>

最初に、「2020 年のオリンピック・パラリンピックが日本で開催されることについてについて、どう思いますか。」との問いをたずねた(図1)ところ、「賛成」が「反対」を大きく上回り、オリンピック・パラリンピックへの期待の大きさがうかがえた。東日本大震災で最も大きな被害を受けている福島県内の調査ではあるが、リオデジャネイロでのオリンピックが直前まで開催され、また、パラリンピックの開催期間中であることが大きく後押しする結果となった。

2020年にオリンピック・パラリンピックが日本で開催されることについて、どう
いますか？



賛成	400	76.8%
反対	15	2.9%
どちらでもない	106	20.3%

賛成意見では、「日本が盛り上がるから」「実際に身近で見ることができる」「日本を世界にアピールできるから」が多く、他にも、「パラリンピアンは障害者ではなく、アスリートであることを子どもたちに直で見たい」、「世界に 2020 年の日本、安全な福島を知ってもらおうチャンスだから」などの意見があった。

一方、主な反対意見としては、「震災復興が遅れてしまうのではないか」というものであった。その他には「東京はいいが、地方には特に影響がない」「コストがかかる」などである。また、メリットもデメリットもあるという理由から、「どちらでもない」を選ぶ人が約 20%であり、その理由は、「震災復興が遅れてしまうのではないか」という意見が最も多かった。

<パネル展示に関する意見>

音楽や野球、落語、福島県産の食や日本酒などのさまざまなエンターテインメントが、福島県に暮らす方々を笑顔にするために果たしている役割をフェスティバルの歴史と共に紹介した。

パネル展示に関する意見には、「元気をもらった」という意見が多く、2011 年を含むこれまでの福島の様子をパネルで振り返ることによって福島に暮らす方々が元気な福島の魅力に自ら気が付く成果を実証した。

(自由回答)

- ・ いろいろ考えさせられました。元気をもらいました。
- ・ パネル展を見て、「福島サイコー！！！」と思った。福島の良さを、改めて感じました。
- ・ 福島県以外の人に福島のことを知ってもらえるのは素晴らしいと思います。

<トークショーに関する意見>

会場に設けたトークステージにおいて、トークショーを開催した。ここでは 1 日に 3 回、福島県にも「風とロック芋煮会」にも縁のあるミュージシャンとパラアスリート(パラリンピアン)がトークショーを実施した。ミュージシャンとパラリンピアンという一見異色の組み合わせのトークに興味深く聞き入る姿が印象的だった。特に、実際のパラリンピアンに接する機会はなかなかなく貴重な機会だったという意見が多く見受けられた。

(自由回答)

- ・ これまでに興味の薄かったパラリンピックへの興味を持つことができた。
- ・ 障害者の人たちも私たちと同じなのだと感じた。
- ・ この様なトークの機会はなかなかなく、健常者、障害者の壁が少しでもなくなればと思いま

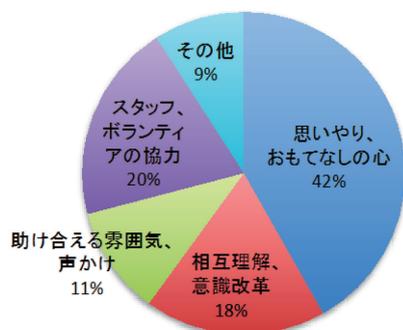
す。

- 海外と比べ、障害者に声をかけるのをためらう日本人。もっと自分から声をかけようと思った。
- 「金メダルはとった次の日からまた挑戦者になる」という鈴木選手の話に、勇気をもらった。
- 音楽を楽しみに来た人がこのステージをきっかけにパラリンピアンを知れるところが良かった。

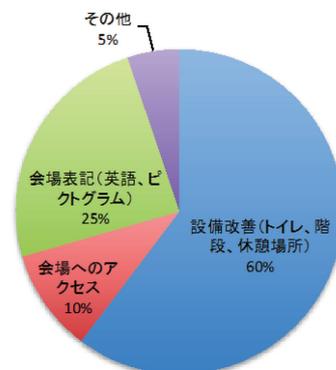
<心のバリアフリーに関する意見>

「風とロック芋煮会」は、世界一心のバリアフリーを実現するイベントを目指しています。外国人の方も障害を抱えている方も、心の底から楽しめるイベントになるために、いま、必要なものはどんなコトだと思いますか？」という設問に対し、思いやり・相互理解・助け合える雰囲気づくり・スタッフやボランティアの協力などといった「ソフト面」と、トイレ・階段・休憩スペースの設備改善や会場での英語やピクトグラム表記などの「ハード面」について、回答の意見が分かれた(下記グラフ参照)。

●ソフト面についての意見(110件)



●ハード面についての意見(78件)



課題

ハード面に関する課題と対応策

課題

- ・階段が多く、障害者の方だけでは往来が難しい。
- ・バリアフリーのトイレが少ない。
- ・動線が分かりにくい。
- ・雨が降った時に、足元が悪くなり、車椅子には厳しい。
- ・会場の表記に英語・ピクトグラムなどが少ない。
- ・会場のアクセスが悪い。

対応策

車椅子ユーザーと視覚障害者が快適に過ごせるイベントにするためのインフラを整備するために、障害を抱える当事者にアドバイザーとなって頂き、来年のイベントを制作していく。

来年は、障害者と健常者、両者の視点から、心地よいユニバーサルデザインの空間を作り、そのうえで、バリアフリーのインフラが整った野外フェスティバルであることを強く告知していきたいと考えている。「風とロック芋煮会」はひとつのイベントではあるが、日常に先んじて、非日常空間におけるバリアフリーを実現することで社会に新しいバリアフリーの提案をしていきたい。

ソフト面に関する課題と対応策

課題

- ・障害者たちともっと会話する機会があると良い。

対応策

福島県内において、障害者や外国人への理解を進め、また、2020年の東京オリンピックとパラリンピックを盛り上げていくためには、出来るだけ多くの障害者や外国人と触れあえる機会を増やすこと重要。

ただし、日本人の性格から、日常の暮らしの中ではマイノリティの方々とも出会っても声をかけにくいということもわかった。よって、気分が開放的になる非日常の中で、そのような機会を多く作っていくことに意味があることがわかった。

「風とロック芋煮会」は、福島県内で開催されるイベントの中で最も規模が大きい。来年の開催時には、できるだけ多くの障害者と外国人に来場してもらえる仕組みづくりをおこない、同時に、パラリンピアンとのトークショーも継続して開催していきたいと考えている。

将来計画

2017～2019年	<p>○車椅子ユーザーと視覚障害者がイベント会場のレイアウトアドバイザーに就任。</p> <p>…障害者と当事者が混合したチームで、「だれもが心地よいバリアフリーなイベント」を実現する。</p> <p>○「だれもが心地よいバリアフリーなイベント」の周知徹底を目指す。</p> <p>○500人の障害者がイベントに来場することを目指す。</p> <p>○気持ちが開放する非日常空間で、健常者が障害者と触れ合える機会が生まれることを目指す。</p> <p>○日本の社会に先駆けて、「バリアフリー」と「心のバリアフリー」を実現したイベントを目指しながら、イベントで熟成された“障害者と健常者の混ざり合い”の成功体験を実社会に提案していく。</p> <p>○「風とロック芋煮会」は、2017年以降も、継続して、パラリンピアンとのトークショーを開催する。なによりも選手個人の素顔を知ること、パラリンピック自体への興味も醸成させていく。</p> <p>○「2020年には、世界中の人へ福島県の魅力を発信しよう」を合言葉に、福島県の魅力に福島県人自らが気付けるための方法を、写真パネル展だけでなくアプローチで進めていきたい。</p>
2020年	<p>ハード面・ソフト面ともに、日本一バリアフリーを実現したイベントとなっていることを目指す。</p>
2021年～	<p>本プロジェクトを中心に醸成された“福島県の魅力”を“福島県人”自らが世界へ発信している状況の中で、日本全国の他の地域に、成功事例としてのノウハウを提供していきたい。</p>

以上

多様性社会を目指した御食国“常若”プロジェクト

鳥羽商工会議所

実施団体	鳥羽商工会議所
実施時期	2016年10月～2017年1月
場 所	三重県
概 要	“和”の「食文化」をテーマに、かつて御食国（みけつくに）と称された鳥羽の地で、世界的発信力をもつ人々と食文化を通じて地元企業や高校生との交流プロジェクトを行い、「食物・自然への感謝の心」、「常若」の精神を次世代へ継承し、内外への情報発信・理解を促進していく。
効果検証方法	・自然や食物への感謝の心に根ざした食文化への理解を促す効果 ・参加したインフルエンサーと高校生、地元企業、団体に対し、参加者属性に応じたアンケートを実施し、プロジェクトテーマへの理解度を調査 ・メディア露出、鳥羽市への外国人宿泊客数の増減を測定

試行プロジェクトの概要

実施目的

伊勢神宮の神域である伊勢志摩地域は日本史において、古くから「志摩国」(しまのくに)として知られており、「海の幸」が非常に豊かで、古代から平安時代まで、皇室・朝廷に「御食料」(みけりょう)として食材を貢いだ伝統を持つ。当時、このように奉納を許された国は、「御食国(みけつくに)」と称された。

御食国の「常若の食文化」の伝統とそこで育まれてきた「食・自然に感謝すること」を次世代に継ぐべき遺産(レガシー)ととらえ、これを残し、現代に合わせつつさらに発展させていくことを本試行プロジェクトの目的とする。具体的には、『“和”の「食文化」を通じた地域と世界国々の人々との交流プロジェクト』を実施することで、全世界的な「常若の食文化」の継承・啓蒙・発展を目指し、2020年オリンピック・パラリンピックの機運醸成、また外国人旅行者の訪日促進につなげる。

取組み内容

【概要】

御食国の「常若の食文化」をテーマにした交流による文化継承事業を行い、「常若の食文化」と「食物・自然への感謝の精神」を次世代に継承していく。国内外の他団体と連携し、交流プロジェクトを進める。

地域の様々な食関連・文化関連の事業者・研究者・団体と海外インフルエンサーとの文化連携事業を展開、研究・交流・発信を通じ、これを可能とする。インフルエンサーは全世界的な情報発信力、影響力を持つ団体・人物を基準とする。

各インフルエンサーの選定理由・背景は以下の通り。ミス・インターナショナル 2016 上位入賞者 5 名については、「美」という観念を通し、世界的な発信力を持つことはもちろん、上位入賞者に求められる「知力」や「教養」、「社会貢献への意識」は伊勢志摩地域の文化発信において有効であると判断した。ローレン・シャーフ氏は金沢で富裕層向けの観光コンサルタントを務めている。インバウンド誘客事業のほか、地域資源を活用した観光振興事業（直近実績として小豆島のオリーブ牛の振興事業）に実績を持つ。「食」・「観光（インバウンド）」という観点で事業を進める上で適任であると判断した。また、イタリア食科学大学教授（アンドレア・ピエローニ氏）の拠点であるイタリアは、国土の周りを海に囲まれ、料理に海産物を多用するという点で日本と類似点を持つ。そのイタリアで世界的にも希少な食科学専門の大学として存在する同校。「御食国」という海産物の献上・奉納を中心とした伊勢志摩地域の文化を振興するにあたり、同校の学術的研究ノウハウや教授陣は適していると判断した。そして株式会社アクティブ・ゲーミング・メディアについては、同社が展開するインバウンド事業「IZANAU」は WEB サイトを中心に海外向けに日本の文化を発信している。多数のアクセス実績があり、また九州等での調査事業実績を持っているため適任と判断した。

交流プロジェクトを通じ、「常若の食文化」と、失われつつある日本の「自然尊重」と「和合」といった日本の精神の魅力を掘り起こす。多言語化で、主に WEB 媒体を通じ発信を行う。

障がい者対応として、上記の海外インフルエンサーの一部に日本初の着地型バリアフリー旅行案内センターである「伊勢志摩バリアフリースターセンター」の取組みを紹介する。インフルエンサーが同センターを視察・研究することで、この当地発の概念「パーソナルバリアフリー」を広く世界に発信する。「日本の精神性」の一つの象徴である「受容性」と「常若の食文化」を連関し、一体的な文化的啓蒙、訪日外国人促進につなげる。

事業詳細：インフルエンサー交流① 2016 ミス・インターナショナル招聘事業

10 月 31 日（月）～11 月 1 日（火）にかけて、2016 ミス・インターナショナル上位 5 名（1 位から順にカイリー・バーズサ（フィリピン）、アレキサンドラ・ブリットン（オーストラリア）、フェリシア・フワン（インドネシア）、ブリアニー・チャモロ（ニカラグア）、ケイトリアナ・ラインバッハ（アメリカ）、敬称略）を、鳥羽が持つ文化の発信・文化の担い手との交流を目的とするインフルエンサーとして招聘した。

彼女たちの持つ知見・影響力をもとに文化振興を図り、2020 オリンピック・パラリンピックの日本全体の機運醸成に繋げることを目的としている。

期間中、真珠の美術品や海女による作業実演、海女との交流、伊勢志摩バリアフリースターセンター-女性の起業フォーラム参加、答志地区訪問などを行った。

伊勢志摩バリアフリースターセンター」は日本初の着地型バリアフリー旅行案内センターである。同センターは観光客一人ひとりの「したい旅行」をかなえることを目標に、それぞれ身体の状態や希望に沿った宿泊施設や観光施設の紹介、旅行アドバイスを、障害者を含むスタッフが常駐で行っている。また、バリアフリーについての啓発活動を行いながらバリアフリー観光を推進、日本一のバリアフリー観光地づくりを目指し、障がい者、高齢者のサポートから、観光事業者へのアドバイスも行っている。「パーソナルバリアフリー」(一概に障害者というカテゴリーを設けず、細かくバリア



を

明らかにする調査と、相談システムによって、それぞれの方が自分にはバリアとなるかどうか判断できるような環境を整え、あらゆる人々の満足ある旅を実現しようとする概念)の提案者である。

パーソナルバリアフリーのキーワードを使ってインフルエンサーがInstagram・フェイスブック・ツイッター等の SNS で情報を発信した結果、フォロワーの反応から、一般の方々の大半は「パーソナルバリアフリー」という言葉自体を知らないことがわかった。インフルエンサーからも「パーソナルバリアフリー」という概念について今後多様性社会を目指す上で周知を拡大する必要があるとのコメントを受けた。このような取組の結果から、少なからずの「パーソナルバリアフリー」という概念の認知向上、ワード自体の認知向上につながった。





事業詳細:インフルエンサー交流② 日本ディスカバリーコンサルティング ローレン・シャーフ氏

11月と1月の二度にわたり、石川県金沢市を中心に富裕層向けの観光コーディネートと観光コンサルティングを手掛ける日本ディスカバリーコンサルティングのローレン・シャーフ氏を招いて伊勢志摩鳥羽地域が持つ食文化を中心に取材していただいた。同氏は、インバウンド誘客事業のほか、地域資源を活用した観光振興事業(直近実績として小豆島のオリーブ牛の振興事業)に実績を持つ。「食」・「観光(インバウンド)」という観点で事業を進める上で適任であると判断した。取材をもとに、雑誌・WEB用の記事を作成、WEBサイト・SNSページを制作・発信していただき、地域の持つ文化の深掘り調査・啓蒙・振興を図ることを目的とした。

地域内の寺院や海女小屋、景観地、郷土料理店、熨斗鮫製作地などを訪問対象とした。情報発信のターゲットを、海外の観光客(特に富裕層や生涯に2回以上日本を訪れる、日本文化・伝統に興味を持つ層)と設定し、「伊勢志摩地域に残る御食国文化・常若文化は日本固有の非常に豊かな食文化であり、当地域を旅のコースとして組み込むことは価値がある」というメッセージを発信した。SNSで発信するための「Toba, Ama, Miketsukuni」等のキーワードを設定したほか、ホームページで発信するための取材ポイントの指定、写真ポイントの指定などのくふうを行った。

地域内の寺院や海女小屋、景観地、郷土料理店、熨斗鮫製作地などを訪問対象とした。

情報発信のターゲットを、海外の観光客(特に富裕層や生涯に2回以上日本を訪れる、日本文化・伝統に興味を持つ層)と設定し、「伊勢志摩地域に残る御食国文化・常若文化は日本固有の非常に豊かな食文化であり、当地域を旅のコースとして組み込むことは価値がある」というメッセージを発信した。SNSで発信するための「Toba, Ama, Miketsukuni」等のキーワードを設定したほか、ホームページで発信するための取材ポイントの指定、写真ポイントの指定などのくふうを行った。

事業詳細:インフルエンサー交流③ イタリア食科学大学 アンドレア・ピエローニ教授

イタリア食科学大学(イタリア・ブラ市)の民族植物学専門の「アンドレア・ピエローニ氏」に依頼し、12月に地域が持つ御食国の食文化の調査を行った。国土の周りを海に囲まれたイタリアは、料理に海産物を多用するという点で日本と類似点を持つ。そのイタリアで世界的にも希少な食科学専門の大学として存在する同校。「御食国」という海産物の献上・奉納を中心とした伊勢志摩地域の文化を振興するにあたり、同校の学術的研究ノウハウや教授陣は適していると判断した。2泊3日の行程で、御食国の奉納物でもあるワカメ・アラメ・ミル等の海草の文化的背景(植物が地域・他地域で持つ意味)を中心に研究を行い、レポート動画をまとめた。完成した動画を国内外で発信することで、御食国の文化振興を図ることを目的としている。





情報発信のターゲットを海外の観光客(初めて日本を訪れる方々を含む幅広い層、日本文化・伝統に興味を持つ層)に設定し、「伊勢志摩地域に残る御食国文化・常若文化は日本固有の非常に豊かな食文化であり、実際にたくさんの海産物を食することができる。当地域を旅のコースとして組み込むことは価値がある」というメッセージを発信することを目指した。



ホームページで発信するための取材ポイントの指定、食材の生産(漁・養殖・市場など)の様子を、臨場感をもって伝えるために、現地ガイドを多用し、セリの様子や、養殖現場の様子を漁師・仲買人等の協力のもと取材できるようにし、動画も使用した。

事業詳細:インフルエンサー交流④ アクティブ・ゲーミング・メディア

株式会社アクティブ・ゲーミング・メディアが展開するインバウンド事業「IZANAU」は WEB サイトを中心に海外向けに日本の文化を発信している。多数のアクセス実績があり、国内では九州等での調査事業実績を持つ。

アクティブ・ゲーミング・メディアおよび同社代表取締役イバイ・アメストイ氏に依頼し、食の観光都市サン・セバスティアン市(スペイン)出身のアメストイ氏とインバウンド事業、文化コンテンツ(アニメ・ゲーム等)の海外発信・インバウンド事業の実績を持つ同社、双方の持つ食文化に関する知見・海外への波及スキルをもとに、地域が持つ御食国の食文化の発信と当地域の食材の価値訴求を目的とし、調査発信事業を行った。1月に市内を視察してもらい、生産現場(海苔の養殖場等)の取材を積極的に行程に組み入れて動画でレポートするなどの趣向を凝らした。



効果と課題

効果

それぞれの取組みの定量評価を以下に示す。

事業名称	主な成果	リーチ数(推計)
インフルエンサー交流① 2016ミス・インターナショナル	2016 ミス・インターナショナル SNS アカウントからの情報発信に対して1,000件以上のコメントが寄せられた	インフルエンサー5名の SNS 投稿に対する「いいね！」100万件以上、コメント1,000件以上
インフルエンサー交流② 日本ディスカバリーコンサルティング ローレン・シャーフ氏	観光関係者、ジャーナリストへのリーチを実現、情報発信後7名をつれて取材ツアーを実施した	(立ち上げ直後の参考値) 1日平均50アクセス程度
インフルエンサー交流③ イタリア食科学大学 アンドレア・ピエローニ教授	体系的研究の必要性が専門家によって認識された。今後フィールドワークを実施予定	イタリア食科学大学の講義、レポート、フェイスブック、ユーチューブで調査の成果を公開(総数不明)
インフルエンサー交流④ アクティブ・ゲーミング・メディア	伊勢志摩の常若文化・御食国文化を再認識。オリンピック・パラリンピックを契機としてパーソナルバリアフリーを訴求した	「IZANAU」掲載後1ヶ月間で約12,000ページビュー

課題

・事業の継続性

単年度(10月末～1月の3ヶ月)で行った事業成果として、当事業は合計4カテゴリーのインフルエンサーを招き、それぞれ宿泊を含む滞在を短期間で行い、非常に多方面に対して多くのリーチを獲得した。課題として、この事業の継続性が挙げられる。3ヶ月で可能であった同リーチは、年間の同事業継続、またそれ以上の単位での継続であれば効果は非常に大きくなると考えられる。

・地域コンテンツの整備

今回、様々な場所・人・季節で当地域の食文化を通じた交流・調査・啓蒙を行った。これらのコンテンツは実施主体である当所の経験や蓄積情報による働きかけで取材・交流を可能としたものが多い。観光コンテンツとして整備されていないものも多く、一般の観光客が見ること・体験することのできないコンテンツも存在する。より広い範囲での機運醸成にあたり、これらを体系的に整備し、「常若」と「御食国」の文化を体験することのできるコンテンツとして当地域に創り上げる必要がある。例えば、「海苔作りの体験」や「牡蠣工場の視察体験」、「海女小屋体験」や「御食国の神社へ

の正式参拝・直会」等のコンテンツが挙げられる。これらは「御食国食材」の生産現場や奉納儀式を実際に見ることができる貴重な場である。海苔や牡蠣などをどのような工程で生産しているかという観点は、外国人にとって非常に興味深い部分であり、伊勢志摩地域の持つ他の日本の文化(常若文化等)と合わせてPRしていく必要を感じている。

上記事業に関し、他事業者が同様の計画を行った際、実際の実行面において難しい部分として、各インフルエンサーとの調整作業、短期間の主旨設定、アテンドでのアドリブ力などが挙げられる。インフルエンサーは各分野において第一線で活躍する方々であり、交流交渉・調整に関しては経験が必要になる部分と思われる。短い期間でのインフルエンサーへの主旨伝達、そもそもの各事業の主旨設定を纏め上げるのに、一定のスピード感が必要であり、効率化された組織の意思決定の仕組みが必要だと考えられる。また、何より重要なのは、インフルエンサー交流・訪問の行程や段取りの入念な準備が必要である。それに加え、当日の行程での予想外・想定外の出来事に対してのアドリブ力、プラスアルファに働く出来事の付加へのアドリブが必要である。例えば、ミス・インターナショナル事業において、街中の散策を行った際に住民との触れ合いを促す場面等で、どこまでの時間で、どこまでの深さで、どこまでの人達と触れ合わせるかは非常に難しく、一步間違えば、事業自体の失敗に繋がることから慎重な判断が求められる。

今回の事業でうまくいかなかった点であるが、企画立案の不十分さという面が挙げられるとともに具体的に、情報発信という面で、それぞれの事業がバラバラに発信してしまったという部分はある。もちろん共通のキーワード等(Toba,Ama,Miketsukuni など)はいくつか設定したが、相互の関連性をさらに持たす余地はあった。それを可能にするためには、各インフルエンサー同士の交流、会議の場があれば、より相互連携を取ることが可能になったと考えられる。当所として一つの場で、趣旨説明を行い、それぞれのインフルエンサーに求めるものの公示、すり合わせを行えばさらに密度の濃い事業になったと考えている。「パーソナルバリアフリー概念」の発信についても、事前にインフルエンサーに資料を渡すことができているならば、より効率的・効果的に発信に繋がれたと感じている。何より必要なのは、本番を迎えるにあたり事前にどれだけ準備ができるか、その時間をどれだけ確保できるかという点である。具体的には、以下の準備ができると事業はより目的を果たすと考えている。

- ・鳥羽の地域情報、今回の事業の目的等の事前資料の配布
- ・インフルエンサー一人一人との電話・メールによる打ち合わせ
- ・分刻みに落とし込んだタイムスケジュールとスタッフ行動表 ※今回は時間刻み
- ・訪問先各所への事前資料の配布、タイムスケジュールの配布、打ち合わせ

今回は上記準備についての完成度は 60%程度だったと考えている。これを 100%に近づけるため必要なのは「時間」もしくは「人員の増加」である。

将来計画

今後、当所が「多様性社会を目指した御食国“常若”文化プロジェクト」を発展させていく計画として、本プロジェクトの体系的な整理後の活用が求められる。食文化の啓蒙・調査・掘り起こしとして「イタリア食科学大学」との連携を深めていく必要がある。なぜなら、同校・同教授は海洋資源、特に海藻類に対する博士であり、資源の持続化、また学術的な調査において、ノウハウを持っているからである。当地域の持つ御食国食文化の資源を丁寧にリスト化し、有形無形含め、可視的な財産として学術的に記録する必要がある。その上で、同大学との連携講座を持ち食科学的な見地からの評価を得るべきである。また、「ローレン・シャープ氏」のような観光・文化に関するジャーナリストによる調査・取材の受入、海外的な視点でのフィードバック、コンテンツ整備も同時に進行していく。その上で「IZANAU(アクティブ・ゲーミング・メディアのインバウンド用WEBサイト)」での発信や、「ミス・インターナショナル」等の世界的に非常に大きな影響力を持つ人々(インフルエンサー)による発信で物語を完成させなくてはならない。今回試行した内容を分析・反省・改善し、2020 オリパラ大会を契機として、本当に大きな機運を醸成・世界に影響を与えられるレベルの事業で“本行”することが求められている。そのためには微力ながらも本取組を継続していくことが最重要事項であると考えている。当初計画として立てた内容で、うまく遂行できたものできなかったものがあるが、どの事業も方向性として確かであった。うまくできなかった場合、その原因は「準備時間」である。とにかく「時間」が少なく、短期間で調整を行っていったため段取り不足、打ち合わせ不足があった。その点については、事業を絞り、選択と集中をもって同等以上の効果を出していけるような、改善への余地があると考えている。

以上

DENIM Run ONOMICHI -ファッションと地域文化による訪日対策事業

株式会社せとうちホールディングス

実施団体	株式会社せとうちホールディングス
実施時期	2016年11月～12月
場 所	広島県
概 要	尾道を舞台に、世界各国で人気を博しているファッションイベントブランド“ツイードラン”のデニム版イベント“デニムラン”を実施し、日本の「ファッション」「地域文化の豊かさ」の価値を海外に発信。車いす・障害者部門を設けバリアフリー化にも取り組む。
効果検証方法	<ul style="list-style-type: none"> ・尾道デニムとイベント実施地域への関心向上と国内デニム産業の再興効果 ・地方都市の外国人観光客対応力の向上効果 ・尾道市の観光客総数を(「広島県観光客数の動向」広島県統計 を用いて)検証 ・メディア露出来場インフルエンサーを調査 ・イベント来場者数、映像再生回数、公式サイトイベントページPV数、SNS拡散状況等を測定

試行プロジェクトの概要

実施目的

本プロジェクトは、尾道エリアを舞台に、世界各地で人気を博しているファッションイベント“ツイードラン”のデニム版イベント“デニムラン”を実施し、国内外の消費者に、日本ならではの「スポーツの楽しみ方」「ファッション」「地域文化の豊かさ」の価値を享受する機会を提供することを目的とする。

実施の短期・中期的な目標は、「ファッションを切り口とした地方活性化」「国内外からの観光促進」「ユニバーサルに楽しめる文化の提供」である。「ファッションを切り口とした地方活性化」では、「デニム」をコンセプトとした本プロジェクトの実施を通して、広島・岡山のデニム産業を盛り上げ、また舞台となる尾道エリアの新たな魅力の発掘、プレゼンテーションに繋げていくことを目指す。「国内外からの観光促進」では、観光客が急増するしまなみサイクリングロードをサイクリングコースに設定し、これまでの自転車を愛好している一部の客層から、本プロジェクトを通してファッション、カルチャーを志向するマス層にまで国内外のターゲット層を拡大していく。

「ユニバーサルに楽しめる文化の提供」では、18歳以上の大人でデニムを着用さえすれば、国籍や身体障がいの有無関係なく参加できる、スポーツと文化が融合したカルチュラルイベントを目指す。お揃いのドレスコードで、一斉にゴールを目指して自転車に乗るライドクルーズイベントは、参加者全員が一体感を持つことも特徴で、万人が楽しむオリンピック・パラリンピック精神の醸成に

合致すると考えられる。また、私たちは、尾道のデニムランをスポーツと文化、地域が一体化するイベントとして施行プロジェクトと位置づけ、その効果や方法をトライアルし、検証することで、北陸地方でのファイバーラン、沖縄の琉球ダイラン等、素材の一大産地であるエリアを巡回して同様のイベント実施につなげていきたい。

取組み内容

■日程：2016年11月23日(水)

■開催地：尾道～向島～因島～生口島(しまなみサイクリングロード)

- ・参加者のライドスキルにあわせて、2コース(ショートコース、ロングコース)を設定
- ・障がい者が安全にランイベントを楽しめる、コース設定に向けたテスト検証コース

(1) 事前準備

①地元警察、高速道路管理会社等当日の実施に向けて、関係各所へコース利用の打診
-尾道市警察署へ道路使用許可の申請。開催日が祝日で、歩行者の観光客が尾道駅周辺エリアには多く存在することが予想されたため、尾道市内のライドコース設定は許可を得ることが出来なかった。

-しまなみ海道高速道路管理会社へ、イベントのためサイクリングロードを使用する旨を事前報告。前例が多くあるルートのため、大きな問題はなく、スムーズな対応していただいた。

-ライドコースの休憩スポットとして利用を検討していた2施設(立花食堂、はっさく屋)へイベント利用したい旨を相談。普段とは異なる客層の来店が見込まれると大変好意的に承諾いただき、当日も協力してもらえらることになった。

-尾道市内商店街で一部立ち寄りを行うため、自転車の駐輪スポットとしてアパレル店(PARIGOT)の駐車場の貸出依頼を行った。無料で貸出を行い、また当日イベントに参加してくれる等、イベントに対して非常に好意的に対応していただいた。

-パラリンピック的要素の検証に向けて、パラサイクリング協会へ参加者招への依頼を行ったが、スポーツ観点ではないことから反応が芳しくなく、協力を仰ぐことが出来なかった。一方、尾道市役所の観光課、スポーツ振興課、生涯学習課は好意的に相談に乗ってくれ、障がい者・外国人観光客等様々な境遇の方が参加しやすいイベントとするためのアドバイスをいただいた。

しまなみサイクリングロードの存在や広島県のスポーツ・文化に向けたポジティブな方針が本プロジェクトを推進にあたり関係各所の連携やサポートを受けやすい状況であり、今後の運営に向けてより関係を強化していくべきと考えている。

②イベントに向けたアイテム製作 /11月中旬～

参加者の安全面確保に必要なサコッシュ、腕章、ストラップの製作

参加者に受付時に手渡すイベントキット(写真)には、サコッシュの中にデニム腕章、デニムストラップ、今回のライドマップ、尾道観光ガイドを封入した。



③イベント告知、参加者募集 /11月中旬～

デニムラン公式ウェブサイト、ツイードラン東京公式ウェブサイトおよびウェブメディアによるイベント開催の告知。参加者の募集はデニムラン公式ウェブサイト上で実施した。安全性と当日のイベント運営管理上の面から、今回は参加定員数を100名とした。

デニムラン開催にあたって、21媒体に取り上げられた。なかでも、スポーツ系イベントが掲載されることが少ないファッション系メディア、女性向けライフスタイルメディア等で多く取り上げられ、これまでのサイクリストファン以外へのリーチが可能となった。

これらのメディア情報から一般消費者への拡散数(11月22日まで)をまとめると、Facebook上の投稿に対してはリーチ数19,291、「いいね」504件、シェア17件、開催告知ニュースリリース配信後の拡散数は690件の閲覧を得、そのうち122ビューがイベントサイトへの誘導につながった。

(2)イベント当日/11月23日(水)

■参加者数:

- ・ 国内からの参加申込者100名(うち、1名の広島在住外国人含む)
- ・ 参加者申込者内訳

男女別:男72 女28

居住地別:関東甲信14、中部7、関西12、中国64(内:広島県59、岡山5)、山陰2、四国1

国内外に向けて公式ホームページ上で参加者募集を行い、定員に達したところで募集を締め切った。その結果、外国人参加者は1名に留まった。地元からの参加者が半数を占め、募集を締め切った後も問い合わせが続き、地元からの期待感の高さをうかがわせる結果となった。今後への課題としては、イベント告知のための準備や期間が十分でなく、国内外に広く伝達していくことができなかった点、特に海外観光客に向けて発信できなかった点が挙げられる。

■ドレスコード

ジャケット、パンツ、ベスト、ハットなど、デニム素材のアイテムを身につけることをドレスコードとし、対象者がそれぞれのコーディネートで「デニム」をポイントに楽しんでいる様子がうかがえた。

■天候

集合時間が午前中ということもあり、イベント実施時間は終始冷え込んだ。雨は降らなかったものの、終日曇り空で風も強く、デニムルックの参加者からは「寒い」という声が多く聞かれた。最高気温は15度、最低気温は10度であったが、海辺沿いの会場であるため、体感気温としてはもっと寒く感じられた。自転車ライド中は問題ないが、外での待ち時間もあるため、障がい者を含めた参加意向を高めていくためには、実施時期を検討する必要がある。

<イベント当日のスケジュール>

■ 9:30 /受付開始@オリーブ広場

ロングコースを走る1グループ、ショートコースを走る 7 グループごとに受付。受付と同時に、イベント参加者と運営部隊、観覧者等の区別のため、また参加者の安全性確保のために、それぞれロゴと参加者ナンバーを記入したデニム製腕章とパンツストラップ、サコッシュを参加者全員に配布。また、レンタル自転車を希望の参加者には、それぞれに割り当てられたヴィンテージ自転車の貸し出しを専門スタッフのメンテナンスの下で行う。

■ 10:30 /オープニングセレモニー

ツイードラン東京委員長の栗野氏が、デニムランイベントの趣旨に関してスピーチした。本イベントを通して「尾道の街としての魅力を自転車に乗りながら再発見し、世界に発信してほしい」旨を参加者全員に伝えた。同時に、走行中の注意事項の説明もあわせて実施した。

■ 10:50/ライドスタート

VIP参加者が多く集まるAチームを先頭に、Hチームまで8チームが5分おきにスタート。各チームにチームのコース先導をするライドリーダー1名、最終尾を走るサブリーダー1名をつけ、ライド中の時間配分や安全管理を行った。また、自転車の故障等があった場合に備えて、自転車専門スタッフがグループ間を並走した。万が一の場合に備えて、出発・ゴール地点に看護師を待機させた。不測の事態や、各グループのライドスケジュール状況の確認のため、ライド中の3地点で各チームのライドリーダーがチーム状況をオペレーションチームに電話連絡し、連携をとる体制を組んだ。

<走行ルート> 参加者のライドスキルにあわせて、2コース(ショート、ロング)を設定

■ ショートコース(約16kmのコース)

初めてしまなみ海道を走る方や普段自転車を使わない方でも気軽に参加できるコースとして、向島一周のショートコースを設定。コースは“まちなか”“海岸通り”“ミカン畑”をご覧いただけるような設定とし、本エリアならではの景色と地域文化を体感できるよう工夫した。休憩ポイントでは、尾道特産(国内シェアの7割が広島県)の「レモンの足湯」を参加者に体験してもらい、リラックスしてもらいながら、文化に触れてもらう時間を設けた。ショートコースは、ファッションに興味がある方に、スポーツの楽しさや地元について興味を持ってもらうきっかけとなることを願って設定し、その狙い通り各参加者は自転車に乗りながら各スポットで歓声を上げたり、写真撮影を楽しんだりと通常的生活の中では味わえない「爽快感」「喜び」「発見」を得ていた様子が見えがえた。

■ ロングコース(約20kmのコース)

普段自転車に親しんでいる方を想定したコースで、向島を一周し、因島大橋を渡っていただくコースを設定。少し長めのコースを走っていただくことで、しまなみ海道の特徴の一つである、島を橋で渡るという体験をしていただくとともに、勾配のあるコースで汗を流し、スポーツの楽しさを感じ

ていただいた。“まちなか”“海岸通り”“ミカン畑”はショートコースと共通だが、足湯の立ち寄りの代わりに、地元名産のはっさくを楽しめる「はっさく屋」を休憩ポイントとした。

こちらのコースに参加する人々は、スポーツイベントとしての楽しさを求める参加者も多く、ライドレベルによっては「もう少ししっかり走りたい」という声も上がった一方、「ショートコースでも良かった」等の声もあり、事前にコース内容・コースレベルを告知しておく必要性を感じた。

<コースの見所>

スタート地点付近(ONOMICHI U2 オリーブ広場付近)

2006年まで使用されていた尾道水道に隣接する海運倉庫を改装した施設U2内の広場をスタート地点に設定。広場からは、海運倉庫の建屋と、行き交う貨物船やフェリーが目に入り、尾道らしい地域文化と風景が広がるスポット。尾道水道に沿って配置されるボードウォークを走れることも大きな特徴である。



① 駅前渡船

尾道の中心市街地と向島は幅 200～300m の海峡で隔てられ、そこを行き交う渡船は尾道ならではの風情を醸し出している。向島の北側には造船所や住宅地が広がり、この地域の暮らしを垣間見ることができる。2つの橋梁が結ぶ現在でも、3つの航路が尾道市街地と向島を結び、今回の駅前渡船航路は3航路の中で最



長で、乗船時間は約 5 分。自転車と共に船に乗り込む体験も、船から見える風景も、この場所の特色となっている。帰りに乗船する向島側の乗り場は、屋根付きの浮棧橋にベンチがあり、通学通勤客でにぎわう様子が見られ、尾道の日常生活を体感できる。

② 海岸通り

向島に渡り、しばらく「(向島)のまちなか」を走ると、向島大橋が見えてくる。向島大橋を過ぎ、(ショートコースの)休憩ポイントの立花食堂まではずっと海岸通りを走るコースを設定。この海岸通りは、瀬戸内海の穏やかな景色を楽しみながら、ゆるやかなアップダウンがあるコースでスポーツとしてのライド体験も行うことができる。



③ 立花食堂

地元客はもちろん観光客にも人気の高い向島のカフェ兼食堂の立花食堂を休憩スポットに選定。広島の特産品であるレモンの足湯の提供や、しまなみで採れる柑橘類のドリンクなどが購入でき、海沿いの絶景を眺めながら島内の風土を満喫できる。



④ はっさく屋(ロングコースのみ)

八朔(はっさく)は因島発祥の柑橘で、今回の時期のみ“はっさく大福”が味わえる、知る人ぞ知る名所。地元店でのふれあいや、この時期・この場所でしか味わえない体験をしてほしいと考え取り入れた。



⑤ まちなか(商店街)

尾道本通り商店街は、尾道駅の東側1.2km、5つの商店街(一番街、中商店街、本町センター街、中央街、尾道通り)から成り立っているが、今回は一番東に位置している尾道通りをコースに組み込み尾道ならではの商店街の賑わいを味わえる。



⑥ デニムショップ

尾道を含めた備後地区が「デニムの産地」であることを発信するショップ「ONOMICHI DENIM SHOP」。デニムを尾道市内の様々な職業に就く人に一定期間履いてもらったユーズドデニムを販売するユニークなショップ。職種による動作の違いで、ダメージ具合が異なり、すべてがまさに1点モノ。「デニムを育てる」という新しい価値を付加し、デニムの生地に着目させることで備後のデニム産業への興味をかきたて、「備後に行きたい」気持ちを国内外に生んでいる。実際に、今回の参加者も、イベント終了後に改めてショップに足を運ぶ人が多数いた。



■ 13:00/障がい者が安全にライドイベントを楽しめる、コースおよびイベント検証

尾道市スポーツ振興課、生涯学習課の担当者に今回のイベント内容、コースを説明し、今後障がい者の参加を促進していくためにヒアリングを実施した。「障がい者と参加することで、健常者側の意識が変わる」「どういった障がいを持つ人が参加するかは、応募後にしか分からない。障がいの内容によって、サポートできるスタッフを用意できる体制を持つておくべき」といった回答を得た。

■ 13:40/全チームゴール(事故やトラブルなく、無事に全チーム、ライド終了)

■ 14:00/シンポジウム(ファッション、地域文化を軸に、尾道にまつわる文化産業をプロモーション)



尾道を含めた備後地区のデニム産業の担い手としてカイハラ株式会社の貝原会長、常に日本のファッションシーンを先導し続けている株式会社ユナイテッドアローズの上級顧問栗野氏、広島生まれで U2 の設計を担当した国内外で活躍する建築家谷尻誠氏(写真、左から)の3名で、尾道ならではのデニム産業・地域文化・ユニバーサルな楽しみをテーマにトークショーを開催。多方面に造詣が深い3名の示唆に富んだトークにより伝えられ、会場では多くの人が彼らの言葉に熱心に耳を傾けた。

<ベストドレッサー賞>参加者のデニムを着用したスタイリングを表彰

デニムを思い思いにコーディネートに取り入れた今回の参加者たち。加者の中でも、特にそのコーディネートが洗練されていた夫婦1組にベストドレッサー賞を進呈し、会場からは温かい拍手が起こった(写真)。



アイテムは違えど、同じ「デニム」という素材を身にまとい、お揃いの腕章とストラップを身につけた参加者たちにはイベントを楽しむチームとしての一体感が生まれていたことは、本イベントの大きな収穫のひとつと考えられる。

(3) 事業終了後の PR

- ・ イベント実施時のビジュアルを自社サイトおよび SNS にて公開。また、世界的に読者とファッション好きのファンを持つツイードラン本国(英国)のサイトにおいても、ビジュアル配信を依頼していたが、今回は掲載に至らなかった。しかしツイードラン本国の主催者は以下の通りコメントしていた。「日本では毎年 Tweed Run Tokyo と Tweed Run Bishu を開催してもらっていたが今回の新しい取り組み Denim Run は素晴らしいコンセプトだと思う。写真を見る限り港町というとても情緒あふれる場所で開催されていて伺えなかったことがとても残念だ。本当は今シーズンは僕達が主催しているロンドンをはじめ世界中のツイードランをテレビクルーに取材してもらう予定で、その中で日本取材も考えていた。来シーズンも開催されるのであれば是非東京、尾州、尾道取材してもらいたいと思っている。オランダのアイントホーフェンでデニムランが定期的に開催されていると聞いたことがあるので、そことの連携を試みるのも面白いかもしれない。」
- ・ ホームページ上にて、12月16日イベント開催レポート掲載(12月21日現在、181件のページビュー)
- ・ 12月23日ファッション誌含めて各メディアへ開催レポートに関するプレスリリース配信
- ・ メンズ雑誌 GQ 2月号(12月24日発売号)にてイベント体験レポートの掲載
GQ WARDROBE 内「デニムを着て風をきる。『デニムラン』を体験してきました」1P(初開催となる「デニムラン尾道」の、GQ 編集者による体験レポート。デニムの魅力を伝えるデニムマスタースナップ付きでしまなみエリアの風景ともに掲載)
- ・ イベント実施時の動画を自社サイトおよび SNS、動画サイトにて公開 /12月後半
- ・ 12月22日 YouTube にて本イベント公式動画の公開
ー12月末、ツイードラン東京および本イベントサイトにて公式動画の公開



(4) 試行プロジェクトの検証 /12月～

① イベント参加者に対するアンケートから(参加者 100 名中 86 名が回答)

■ 尾道を含む備後地区の「デニム産地」認知状況

複数回尾道へ来街経験のある参加者が大半であったが、備後地区がデニム産地であることを認知していなかった人が 21 名(回答者の 24%)存在。また、地元客は皆認知していた。

■デニムランを通して、尾道および広島県東部エリアはどう映ったか

「とても魅力的」「やや魅力的」と全参加者が回答し、本イベントが目指した「ファッションによる地方活性化」はある一定の成果が得られたと考えられる。

■イベントの満足度

「とても満足」82%、「やや満足」15%となり、参加者の97%が満足と答えており、年齢も居住地も自転車スキルもそれぞれ異なる属性を持つ人々が本イベントを高評価した結果となり、本プロジェクトが目指す「ユニバーサルな楽しみの提供」に関して、第一段階はクリアできたと思われる。

②デニムランを通して、スポーツと文化の祭典である「東京オリパラ」への関心に変化はあったか

ファッションという文化、地域に根ざした文化に自転車ライドというスポーツ要素を絡めたデニムランを通して、東京オリパラに向けて関心が高まったとする参加者が80%に達した（「とても高まった」35%、「やや高まった」45%）。本アンケートはライド終了後、シンポジウム前に収集したものであり、シンポジウム後に収集した場合は、より気持ちが高まったのではないかと推測される。

アンケート結果および当日のヒアリングを通して、今まで本エリアがリーチできていなかった、文化に対する興味・関心の高い客層が今回の参加者に多く存在したことがわかる。スポーツ全般に対して関与度が低い層に対してでも、デニムランは魅力的なイベントに映り、また参加することで文化とスポーツの融合体験をレジャーとして楽しんでもらうことができ、満足感を与えることができた。今後イベントとしての認知を拡大し、集客性を高めていくことで、この動きは全国的に波及していくことが考えられる。

また、尾道にこれまで所縁がなかった参加者にとっては、尾道およびしまなみエリアに興味を持ってもらう良い機会となったことは明らかであるし、エリアのイメージアップ&関心度アップには確実に繋がっており、海外観光客に対しても有効な施策となるよう対応を図っていきたい。>外国人関係者への事後インタビュー

本イベントに参加した地元エリアに在住するイギリス国籍の男性や外国人観光客誘致のノウハウがある日本在住の外国人エディター等に、イベント終了後にヒアリングを実施した結果、外国人参加者を増やすために必要な施策を以下のように吸い上げた。

- ・スポーツイベントではなく、「ファッションイベント」としてPRするべき。デニムルックでヴィンテージバイクに乗るというスタイルを楽しむファッションイベントとして発信すると、他地域にはないユニークさで外国人ウケも良い
- ・モノクルのようなファッション誌をメディアパートナーに選び、尾道・しまなみの「場所」と本イベントならではの「ファッション」をドキュメンタリー的に伝播させるとより魅力が伝わる
- ・このエリアに残る「レトロな昭和な商店街」というイメージは外国人にとってキャッチーであり、このポイントを掘り下げるのも一手

(5) イベント終了後の拡散状況(11月23日～12月21日まで)

- Facebook投稿:4件 いいね:512
- イベント開催レポート公開後のサイト閲覧数:181件
- イベント開催レポート公開後、当該ページ拡散のFacebookページについて
リーチ:7,656件、いいね:220件、シェア:2件
- Instagram のべ51ユーザーの投稿 いいね:2,570件

効果と課題

効果

本プロジェクト実施の短期・中期的な目的は「ファッションを切り口とした地方活性化」「国内外からの観光促進」「ユニバーサルに楽しめる文化の提供」としている。これらの目的達成を目指しながら、ファッション的な視点から地域資源に着目したライドイベントの提供を行うことで、2020年オリパラ大会の興味喚起・期待感を国内外で高める効果を狙った。

(1) デニムとの関わりを体感させるイベント実施により、尾道、備後地区のプレゼンス向上

試行プロジェクトとして「ファッションを切り口とした地方活性化」という目的においては、世界の産地と業界的に高く評価される「備後地区のデニム」に着目したイベントを開催した。単にこの地域がデニムの産地であるということを明快にPRするイベントとしてではなく、デニムルックに身を包みながらその産地をライドクルーズし、デニムにまつわるシンポジウムやデニムと尾道の関係性を強く感じさせるコンセプトチュアラルなショップ視察を通して、「備後が生み出すデニムという素材」に着目させることで、この地域においてどのようにデニムが作られ、地域とデニムがどのような関係であるかを体感させることを意識した。その結果、参加者からは尾道を含めた備後地区のプレゼンスが上がったと高く評価された。

また、本イベントの実施を通して、地元企業同士の交流を行うことができ、「産地全体として日本のデニムを盛り上げよう」という内部的なモチベーションアップに繋がられたことも非常に有意義であると感じている。

(2) 国内外の利用客層を拡大できる集客効果

今回の試行プロジェクトでは、サイクリストの聖地と呼ばれる本エリアに集う自転車愛好家と、ファッションやローカルカルチャーに興味のある文化に対する興味・関心の高い参加者が混在した。これまでしまなみサイクリングロードを利用してきた客層は前者であり、本エリアを利用するのは国内外においても限られたセグメントであったが、「ファッション」「尾道の地域特性」を前面に押し出した今回にライドイベントにおいては、その客層が拡大し、幅広い志向性を持つターゲットに対してリーチできる可能性を呈することができた。残念ながら今回は外国人の参加者は一人にとどまったが、「ファッション」「尾道の地域特性」をキーに外国人観光客向けの情報ルートに則って本イベントを広報していくことで、より多くの外国人に対して「日本の文化(ファッションと地域性)」に対する関心を高め、訪日観光促進の一助となると感じている。

(3) 参加者に一体感を生む、スポーツと文化が融合したカルチュラルイベントとしての存在価値

今後、「デニムランオノミチ」が国籍や身体障がいの有無関係なく参加できる、スポーツと文化が融合したカルチュラルイベントとなるために、外国人や障がい者が参加したくなる・参加しやすくなるために、どのような施策が必要となるか、関係者からのヒアリングを通して問題提起を行った。次回以降の会期に向けて、実現可能な施策に関して議論および実践を重ね、外国人および障がい者の参加割合を高めていきたいと考えている。なお、今回のイベントに関しても、お揃いのドレスコードで、一斉にゴールを目指して自転車に乗るという行動は、年齢も趣味嗜好も異なる参加者同士に一体感を与えており、その結果、皆が楽しむスポーツと文化の祭典としての「オリンピック・パラリンピック」への関心度を高めることに成功した。

課題

(1) 地域文化を体感させるサービスコンテンツの充実

今回はイベントスケジュールの都合上、ライド時間を2時間と設定したため、地元カルチャーを体感するワークショップや、地元企業・地元客との交流や触れ合いを図る時間を設けることができなかった。デニム産地としてのものづくりや、この地域でしかできない貴重な体験(地域を支えてきたものづくり技法や産地食材、暮らしの知恵等に関するワークショップや地元民によるレッスンプログラムなど)を通して、より深く楽しんでもらえるイベントとするべく、プログラムの再考は必須。

(2) ユニバーサルに楽しめるイベントとするためのコース設定

今回は自転車の走行レベルに合わせて、4km程度の距離と高低レベルが異なる2コースを設定したが、参加者の多様な属性、ニーズに合わせてコース設定を検討する必要がある。スポーツとしての専門性を高めるコース、上記1)のサービスコンテンツを充実させたレジャー感覚のコース、サイクリング初心者や運動に自信のない人(一部、障がい者も含む)に向けた自転車散歩的なゆったりコースと3種程度を軸に再考していきたい。また、本イベントの開催をきっかけに、本エリア全体でのバリアフリーおよび外国人対応の推進を図り、イベントが開催されていない時期でも、ユニバーサルに文化・スポーツを楽しめるエリアとして広報・認知定着を進めていきたいと考えている。

(3) イベント開催の時期

11月末という実施時期は、天候が不安定であり、今回のように風が強く体感温度も低い場合、自転車走行に不慣れな客層も多く参加する本イベントの開催時期としては不適切だろう。この地域の風土を楽しめ、かつサイクリング初心者や障がい者に負担にならない時期での開催を検討する必要がある。

(4) イベント告知および参加者募集時の公開情報

自転車走行に不慣れな客層が多く参加することを前提に、各コースの走行状況(距離、時間、

運動量、休憩、トイレ等)を事前アナウンスする必要がある。ただし、サービスコンテンツやフォトスポット等の当日楽しんでほしい事項に関しては、詳細な説明はせず、イベント参加に向けた意欲を高める程度の情報提供にとどめる。

(5) 海外向け発信の充実

公式サイトおよび公式 SNS のバイリンガル対応が求められる。尾道エリアへの来訪が多いアジア圏や、ツイードランに馴染みのあるイギリス、アメリカ、カナダ等の欧米圏に対して、イベント認知に向けた発信を行うべき。具体的な集客につなげるためには、外国人旅行者向けの人気サイト (Tripadvisor、Michelin Travel) 等への出稿なども検討する。また、次回以降のイベントに関して、海外市場への影響力が高いインフルエンサー招へいを検討したい。実施時期をファッションウィークまたは国際的な映画祭 (国内で実施されるもの) 等とあわせていくことで、世界的に著名なインフルエンサーに会場してもらいやすい環境を整え、海外への波及効果を狙っていきたいと考えている。

(6) 障がい者対応の充実

徐々に参加人数を増やしていくことが安全面を考慮しても得策であると考えられるため、次回以降少数の参加枠を設けて招致。競技者レベルではなく、一般の方の参加を促していきたい。4) を充実させることで参加へのハードルを下げるが、障がい者のための特別なコースを設ける等の優遇措置は取らず、健常者と同じコースを楽しんでもらえるように、過保護になりすぎない配慮の下で必要箇所において随時対応を取っていく。経験値のある尾道市の生涯学習課と連携していきたい。

(7) 自主運営に向けたイベント収支

応募者多数であったことや、本プロジェクトの目的を強めていくためには、イベントの参加者枠数を増やしていくべきだと考えられるが、次回以降の自主運営を見据えると自社内だけでは収支バランスを取ることが非常に難しい。安全に、かつ、意義のあるイベントにするためには人件費が非常にかさむという状況がある。市役所や地元企業と連携しながらボランティア募集やスポンサー・協賛金募集などを行い、継続したイベント実施に向けて早々に動く必要があるだろう。

将来計画

前述の課題をクリアするためには、弊社を中心に地元企業と地元行政を巻き込んだ連携が不可欠である。今年度の実績をもとにスポンサー (旅行会社、自転車メーカー等)、メディアパートナー (国内外の雑誌メディア、ウェブメディア等) の開拓を行い、事業の自立化を最優先に進める。同時に、本プロジェクトに求められる効果を強化していくために、課題として上げた検討事項を次回開催までに社内およびツイードラン東京実行委員会とで対応策を練り、実行する。なお、次回以降の将来計画は以下の通り。

<2017年～2019年>

2017年から2019年までは「イベントの拡散期」と位置づけ、継続して年1回イベントを実施する計画である。瀬戸内国際芸術祭の秋会期と同時期に実施し、“現代アートの瀬戸内”、“ファッションの尾道(しまなみ)”として発信を続け、瀬戸内海エリア全体で文化度を高め、同時にオリパラへの機運を向上させていく。障がい者、外国人観光客の誘致を積極的に進め、国際的でユニバーサルなイベントとして、目的性の高い位置付けを目指す。

なお、2017年度以降は安定的なプロジェクト実施に向けて地元企業によるスポンサー収入等により、売上獲得も進める。参加客数も伸ばし、尾道周辺エリアの宿泊施設、レストラン、小売店等への地元企業への売上増加にも繋げていきたいと考えている。

2017年参加者想定数 一般150名/障がい者5名/外国人15名

2018年参加者想定数 一般200名/障がい者10名/外国人30名

2019年参加者想定数 一般250名/障がい者15名/外国人50名

<2020年>

オリパライヤーとなる2020年には、オリパラ会期・瀬戸内国際芸術祭秋会期と合わせて年2回イベントを実施。オリンピック・パラリンピック開催中の、日本へ世界中の注目が最も高まるタイミングでの夏実施と、オリンピックで高まった世界的な日本ムーブメントをその後も定期的に巻き起こす役割として秋実施を予定している。

夏の実施は、オリンピック・パラリンピックの連動企画として、特別に東京での開催を予定。国民が主体となって参加するスポーツの祭典として、デニムランは分かりやすい事例になる。また、秋は、オリンピック・パラリンピックが一過性のイベントではなく、日本国民の心に残り続ける永続的な価値を与えてくれることを体感できるようなランイベントとして開催したい。

2020年参加客数想定数(1イベント):一般500名/障がい者100名/外国人100名

<2017年以降、他地域>

本プロジェクトをモデルケースとして、ほかの国内ファブリック産地(金沢の合織、沖縄の首里琉染等)でも同様にイベント事業を展開し、各産地を「ファッション」と「豊かな地域文化」をキーワードに日本全土でオリパラ大会成功に向けた機運情勢を行う。

以上