



Title	大学間連携による地域連携型プロジェクト・ベースド・ラーニングの試み
Author(s)	大森, いさみ; 中橋, 真穂
Citation	Co*Design. 2020, 8, p. 33-47
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/77266
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

大学間連携による地域連携型プロジェクト・ベースド・ラーニングの試み

大森いさみ (武庫川女子大学生活環境学部情報メディア学科)

中橋真穂 (大阪大学大学院工学研究科国際交流推進センター)

A trial of a regional cooperative project-based learning program under interuniversity collaboration

多様化かつ複雑化する地域の課題に取り組むために、複数の大学が連携する事例が増えてきている。本稿は、武庫川女子大学と大阪大学大学院工学研究科の2大学の学生たちが協働した地域連携型プロジェクト・ベースド・ラーニング(以降、PBLと略称)のレポートである。実践の経緯をたどりながら、その内容と課題を整理したうえで、異なる大学で異なる専攻分野を学修してきた学生たちが、地域連携型PBLで協働することの教育的効果について明らかにすることを目的とする。本プロジェクトは、河内長野市と提携した産官学連携PBLでもある。学生たちは、河内長野市商工会などが主催する「奥河内フルーツラリー」に関するソーシャルネットワーキングサービス(以降、SNSと略記)を活用した広報活動と、河内長野市の農林業施設の観光資源としての可能性を検討するためのモニターツアーの企画運営を行った。本プロジェクトの成果と考察は「地方創生・政策アイデアコンテスト2018」(内閣府主催)大学生以上一般の部において、地方予選を通過し、全国審査に進む(応募総数604件のうち地方予選通過件数は21件)という評価を受けた。

Increasingly more universities are working together to tackle progressively diverse and complex regional issues. This paper is a report on a regional cooperative project-based learning program (hereinafter abbreviated as PBL) between students from Mukogawa Women's University and Osaka University's Graduate School of Engineering. By following the course's practice activities that include organizing content and addressing issues, students studying at different universities within different majors can clarify the educational effects of collaborating with each other. This project is also an industry-government-academia collaboration PBL in partnership with Kawachinagano City. The students planned and operated a mock tour to promote public relations activities using the social networking service (hereinafter abbreviated as SNS) for the "Okukawachi Fruit Rally" sponsored by the Kawachinagano Chamber of Commerce and others. They also examined the potential for Kawachinagano City's agricultural and forestry facilities to act as resources for tourism. The results and considerations of this project are described in the "2018 Regional Revitalization Policy Idea Contest".

キーワード _____ 地域連携、産官学連携、PBL

Keyword _____ regional cooperation, industry-academia collaboration, PBL

1 序文

東京への求心構造が進むなか、地方創生における大学への期待が大きくなっている（小磯、2018）。急激に変化する社会の多様な課題に取り組むために、「国公立の設置の形態を超え、地域や分野に応じて大学間が相互に連携し、社会の要請に共同の教育・質保証システムの構築を行う取組を支援する」（文部科学省2013:1）として「大学間連携共同教育推進事業」が2012年にスタートしている。さらに、2014年以降、政府の地方創生を積極的に推し進める方針を受けて、地方の若年層交流人口拡大を最終目標とした地域課題に、大学間連携で取り組む事例が増えている（久保、2019、徳井・大東、2019）。

筆者らは武庫川女子大学と大阪大学大学院工学研究科の間で行われているクロスアポイントメント制度により、本務校と協定校それぞれにおいて教育活動に2018年より従事している。本プロジェクトはその制度を活用した2大学連携のPBLである。クロスアポイントメント制度のもと、筆者らはそれぞれ2大学の常勤教員としての身分を有し、2大学の学生たちを指導した。この制度の活用により、2大学の学生たちと2名の教員間の切れ目ないコミュニケーションが可能となったことに加え、2大学の施設等のリソースが利用できた。このことは、活動地域や生活スタイルの異なる2大学の学生たちの合同プロジェクトを指導するうえでアドバンテージとなった。

本プロジェクトは2017年10月に武庫川女子大学生生活環境学部情報メディア学科の学生たちが大阪観光局主催の観光まちづくりコンテストへの参加から始まり、2018年5月より、大阪大学大学院工学研究科の学生たちが加わるかたちで大学間連携の地域連携PBLプロジェクトに展開した。

筆者が2003年から指導している武庫川女子大学の学生たちの多くは、都市部に居住し、「地方」や「地域」の現実と接する機会が少なく、地方創生というテーマに関心を持つに至らないことが多い。そんな学生たちが、地域の現実と向き合い、考えることができるスキームを模索する中で、2014年に「大学生観光まちづくりコンテスト2014」（主催：大学生観光まちづくりコンテスト運営協議会）に参加した。「観光」というキーワードが入ったことと、「コンテスト」というわかりやすいスキームを与えたことで、学生たちの関心の射程に入り、参加したいと表明する学生が現れたのである。

奥貫（2015）は、PBLの学習成果獲得において、「参加動機」と「社会的かかわりにおけるギャップ」という2つのプロセスの重要性を指摘している。PBLにおいて、プロジェクトが付与されたものではなく、自ら能動的に選択したものであると学生自身が強く意識することは重要である。その意味で、コンテストという枠組みが与えられたことで、学生たちが、「地域」や「地方」を自発的な動機に基づくフィールドとして取り組めたことは、PBLとして効果的であった。幸いにも初めて参加した上記の「大学生観光まちづくりコンテスト2014」で大阪観光局長賞を受賞し、その後、多くの舞台で受賞作品をプレゼンテーションする機会を得たこともあり、後輩学生たちにも、コンテストを通して「地方」や「地域」というテーマが継承されるようになった。

学生たちはコンテストに向けてフィールド調査を行うなかで、コミュニティと女性についても考える。例えば、2016年のPBLでは、大阪府の5地域の農家の女性たちに聞き取り調査を行った。農家の女性たちが起業して成功を収めている地域では、農業は子育て中の女性にとって格好の仕事であると聞く一方で、保守的な慣習が残る地域では、若い女性の流出がとまらないと聞いた。機能している地域コミュニティは女性を抑圧する力にもなりうるけれど、活躍する場をつくることもできる。学生たちが、地域で生きる女性たちに強く共感し、自分のコトとして地域が抱える問題について考えるようになるのは、現場があるPBLだからこそだ。

家長ら(2016)は上記コンテストに参加した全国64大学の453名にアンケート調査を実施し、フィールドワーク型コンテストを通して学生たちの地域愛着度や貢献意欲が大きく向上したとしている。一方で、地域をフィールドにしたPBLの課題として須賀(2018)は、プロジェクトの持続性と深まりをあげている。コミュニティーサービスと学術的学習の統合を図るサービス・ラーニングにおいて、大学と地域との継続的な連携は重要であり(木村・河井、2012)、実施期間が6か月程度である短期集中型のコンテスト型のPBLだけでは不十分であることは否めない。下野ら(2016)が示す、産学連携型PBLの学習成果における学生と連携先との価値共創プロセスの重要性という視座においても、コンテストというスキームを利用したPBLは地域での活動を軸にしたサービス・ラーニングへの導入的役割を担うPBLと位置づけられると考える。

筆者が担当する武庫川女子大学生活環境学部情報メディア学科のゼミにおいて、上記コンテストに初めて参加した2014年以来、以前にはいなかった、地方公務員や観光業界、出身地へのUターン就職、あるいは地域貢献をしたいとIT企業への就職をする学生を毎年一定数輩出するようになっている。このことから、地域をテーマとしたPBLの一形態として、コンテストを利用したPBLは、女子学生が地域を視野にいれながら将来の働き方を考える契機をもたらす有用な取り組みであると考え。本稿では、さらに大学間連携というスキームを地域連携型PBLに取り入れることによる教育効果を考察する。

2 | 方法

本稿では、大学間連携プロジェクトとして実施する地方創生をテーマとする産官学連携PBLの可能性を検討することを目的に、2017年から2018年にクロスアポイントメント制度を活用した武庫川女子大学と大阪大学大学院工学研究科の学生たちによる河内長野市と連携したPBLの経緯をたどる。武庫川女子大学の学生のコンテスト参加と、それをきっかけに河内長野市と連携し、大阪大学大学院工学研究科の学生と協働して実施した「産品ブランド等お土産・商品開発事業に関連する情報発信事業」について報告し、参加学生のレポートや河内長野市から提供されたデータを用いて検証を行う。

3 結果

3.1 プロジェクト期間と参加学生数

本プロジェクトの期間は、2017年10月から2018年11月の13カ月間である。「OSAKA観光まちづくりコンテスト2017」には武庫川女子大学生活環境学部情報メディア学科2年生7名が参加した。2018年5月からは、大阪大学大学院工学研究科2年生の学生3名が加わり、3年生となった武庫川女子大学生活環境学部の上記7名の学生とあわせて10名の学生たちが参加した。

3.2 ターゲット地域と課題発見

3.2.1 「OSAKA観光まちづくりコンテスト2017」

本プロジェクトのターゲット地域の選定は、「OSAKA観光まちづくりコンテスト2017」に武庫川女子大学の学生たちが参加を希望した2017年10月にスタートした。上記コンテストは、大阪府を対象地域とし、観光を通じて、地域資源を発掘・活用し、地域を活性化するような観光まちづくりプランを募集するとして、公益財団法人大阪観光局が主催したものである。

プロジェクトに参加した学生のなかに大阪府在住者がほとんどいなかったこともあり、彼女たち自身の大阪の場所イメージが、キタとミナミの繁華街、ユニバーサルスタジオジャパン、万博記念公園という典型的な場所や施設に限定されていた。このことに着目し、魅力的な資源があるにもかかわらず、それが場所のイメージにリンクしていない地域を洗い出すことから始めた。

その作業のなかで、ピックアップされた地域の一つが河内長野市であった。関西サイクルスポーツセンターがあり、サイクリングロードが整備されていることに、学生たちは若年層に訴求する観光地としての可能性があるのではないかと考えた。しかし、実際に現地へ赴いてみると、サイクリングロードは愛好家向けであり、関西サイクルスポーツセンターは気軽に楽しめるものの、施設内で完結してしまうという課題があった。何度か河内長野市に足を運ぶなかで、学生たちは、市役所や商工会の人たちと出会い、河内長野市が大阪府下では有数の果物の生産地であることを知り驚く。さらに、リサーチをすすめると、「奥河内ながのfoodo」と称して市役所が産品ブランドの推進を行っていることや、商工会が「奥河内フルーツラリー」を実施していること、若い農家の人たちの軽トラ市など、地域の人たちが自分たちの果物に価値を見出し、盛り上げようとしていることがわかった。その思いに共感した学生たちは、河内長野市をターゲット地とすることを決め、河内長野産のフルーツをモノとして売るのではなく、コト化して付加価値ビジネスを展開する観光まちづくりプランを提案することにした。

プランを作成するにあたって、近畿地方に居住する10～60代男女588名を対象にWEBアンケートを実施した。その結果、約85%がレジャーとしてのフルーツ狩りに強い興味を示し、さらにリピーター需要が高いことが分析され、観光資源としてのフルーツ狩りに可能性があることが考察された。一方で、河内長野市に果物産地のイメージが多少なりともあると答えた人は約3割にとどまった。京阪神地域で

発行される人気情報誌でも、フルーツを食べに行くなら日帰りで岡山や南大阪の他地域へ、という特集が組まれていた。他の南大阪地域に比較して、河内長野市でフルーツ狩りができる施設は検索しづらいこともわかった。このことから、観光地としての視点から捉えると、河内長野市はフルーツの街としての認知が低いこと、地域の強みであるフルーツが観光資源として活用されていない現状が課題であると考えた。

WEBアンケートとフィールド調査の結果から、学生たちは、フルーツ狩りにジャムやスイーツ作り体験を加え、河内長野市の観光地を自転車で移動するという観光プランを立案した。「同じ味に飽きる」「お土産として持って帰りたい」というWEBアンケートで抽出した、これまでのフルーツ狩りの課題を解決しつつ、自転車とフルーツを掛け合わせることで、河内長野市「ならでは感」をわかりやすく提示できるプランである。さらに、若者やファミリー層、団体ツアーと幅広い層をターゲットとして想定でき、段階的に実施しながらフルーツの街としての河内長野市のイメージ定着に貢献できると考えた。

コンテストでは、実現性の高さが評価され大阪府知事賞を受賞し、その後、学生たちは、大阪観光局から大阪観光特使に任命された。

3.2.2 河内長野市との産官学連携

上記コンテストの経緯がきっかけとなり、2018年度、河内長野市と「産品ブランド等お土産・商品開発事業に関連する情報発信事業」を実施することになった。河内長野市が抱える産業振興の促進や観光客をはじめとする交流人口の増加対策などの課題に対して、コンテストで受賞したプランをベースに学生の視点を生かした取り組みを行うとする連携である。

河内長野市との具体的な連携内容は、下記2点である。

1) 河内長野市の地域資源を活用した新たな情報発信手法の開発。下記2)と関連しながら、河内長野市の地域資源（農産品、事業者、観光資源等）を活用し、河内長野市の魅力を広く伝えることができるような事業を企画し、実施する。

2) 「奥河内フルーツラリー」に関する情報発信の実施。平成30年度「奥河内フルーツラリー」に関連し、河内長野市内外からより多くの人たちに参加してもらうべく、必要な情報発信業務を行う。

河内長野市が本連携事業の目標としたのが、「奥河内フルーツラリー」参加者の増加、なかでも、若年層と市外居住者の参加者増加であった。

河内長野市との事業連携と上記の具体的内容の策定の過程では、学生たちの意志確認に時間をかけた。上述したように、PBLにおいて、学生にとってプロジェクトが付与されたものではなく、自らが主体的に掴み取ったものであると意識して参加することを重視するからである。さらに、プロジェクト遂行のプロセスをシミュレーションさせるために、学生たちにも予算案の作成を求めた。予算案を作成するなかで必然的に、プロジェクトのために費やすことが必要となる時間も概算できるからである。グループワーク型のPBLを学生主体で実践しようとする場合において、学生間の役割分担とスケジュール調整がボトルネックとなるケースが多い。そのため、このプロセスのなかで、あらかじめ全体の作業量と時期ごと

の作業内容を洗い出した。次に参加を希望する学生たち各々が自分がどの時期にどの程度の参加が可能であるのかを表明したうえで、プロジェクトへの参加を決定するという手続きを踏んだ。

3.3 交流人口拡大のための取り組み

3.3.1 プロジェクト目標

今回のPBLの大きな特徴は、学生たちのターゲット地域に対する思い入れの大きさであった。その思いは、上記コンテストにむけたフィールドでの聞き取り調査に由来していることが、学生たちがプロジェクト終了後に作成した報告書の「プロジェクト目標」項の、次の一文から確認することができる。「私たちは大阪まちづくりコンテストで発見した、河内長野市の緑豊かな美しい自然と、地元の方々が質の高い河内長野産品のブランド化に取り組んでいるという2点を、市外の人たちに伝えるということを目標に、プロジェクトに取り組みました。なかでも、フィールドワークのなかで知ることができた、若手の農家の品質へのこだわりと河内長野という土地への愛着を、若い私たちの世代の人になんとか伝えたいと思い、SNSでの発信だけではなく、リアルツアーを実施することにこだわりました」コンテストという外発的動機づけからはじまったPBLであるが、そのプロセスのなかで、プロジェクトへの思いが、次第に外発的なものから内発的なものへと移行したのである。

本プロジェクトでは、若年層の交流人口の拡大を最終目標に、上記の武庫川女子大学の学生たちのターゲット地域への思いをいかしつつ、協働する大阪大学大学院工学研究科の学生たちとの効果的な協働、さらに所属学科での学びを实践できる2つの事業の実現を目標とした。一つ目が、大阪大学大学院工学研究科の学生との協働によるフルーツを中核とした若年層向けリアルツアーの実現、2つ目が、河内長野市市外在住者と若年層をターゲットとした「奥河内フルーツラリー」の認知度向上のためのSNS広報である。

3.3.2 地域資源を活用したモニターツアー実施

本プロジェクトのきっかけとなった、「OSAKA 観光まちづくりコンテスト2017」で提案した観光ツアーの具現化は、武庫川女子大学の学生たちの強い希望であった。大阪大学の学生と協働し、①コンテストで提案した企画案をベースにした地域関係者へのヒアリング ②市役所担当者とのミーティング ③企画案の作成 ④関係施設との実施にむけた具体化交渉 ⑤プレツアーの実施 ⑥モニター募集用チラシ作成と集客 ⑦当日のツアー運営というプロセスをふみ、学生たちが主体となって実現させた。

モニターツアーの実施において、武庫川女子大の学生は、市役所や地域関係者へのコンタクト、ツアーのコンテンツやモニター募集用チラシの作成を担当し、大阪大学の学生はヒアリングシートの作成とヒアリングデータの書き起こしと整理・検討、市役所との打ち合わせの議事録作成を担当した。また、face to faceのヒアリングや打ち合わせ、施設との交渉やロケハン、当日運営は2大学の学生とも参加した。コンテスト参加を通して、河内長野市の人たちとの交流を持っていた武庫川女子大学の学生のアドバンテージを生かしつつ、大阪大学の学生がデータ整理やプロセス検証を行うことにより、本ツアー

プロジェクトの安定的な進行が可能となった。

実現に向けて地域の協力を得るための話し合いにおいて、地域の人たちや市役所担当者と学生たちが意思疎通をはかることは想定以上に困難であった。河内長野市との提携をすることが決まった2018年4月下旬から7月上旬までに、学生たちは農家や飲食店、農林業関係施設などに取材し、実現性のあるツアー企画を考え、その協力者を探した。当初は学生がアポイントメントをとって取材を依頼するかたちをとっていたが、取材先から市役所に問い合わせが入ることがあり、途中から市役所担当者が取材の日程調整を行うこととなった。しかし、市役所担当者のスタンスが、プロジェクトチームの一員であるのか否か、学生にとって不明確であり、学生との信頼関係が構築できなかったことで、市役所担当者と学生間のコミュニケーションが不調に陥った。結果として、参加プレーヤーが増えたことで、学生たちは、地域の人たちに距離を感じるようになり、積極的にコミュニケーションを図ることをためらうようになるという問題が生じた。

地元への取材には教員は同行せず、市役所担当者と学生が取材先に赴いた。このツアー企画のために、学生が河内長野に出向いた取材日数は延べ27人日であった。現地での取材に加えて、学生たちはSNSなどを用いて情報交換の場を持っていたにもかかわらず、当初、なかなか議論が深まらなかった。その背景には、武庫川女子大学の学生たちは「大阪大学の男子学生がプロジェクトを主導するだろう」、大阪大学の学生たちは「現地の人たちとのつながりがある武庫川女子大学の学生たちがプロジェクトを主導するだろう」と互いに相手にプロジェクトの主導を期待していたことがある。そこで、教員を交えて2大学の学生ミーティングを週1〜2回定期的に実施し、性的役割分担などの固定観念や遠慮を取り払い、それぞれがより主体的に議論に参加するように学生に求めた。ミーティングでは、学生たちがまとめた現地取材報告をふまえ、ツアープランを組む作業を行った。このミーティングには河内長野市役所担当者も一か月に数回程度参加した。

学生たちは公募型の商業ツアーの実施を希望していたが、旅行業法の観点から旅行代理店の協力を得る必要が生じることもあり断念した。そこで、参加者の実費負担で企画ルートを一緒にめぐるモニターツアーを行うことにした。ツアー実施の目的は、河内長野市の特産物への興味喚起を図り、河内長野市の農業・林業施設の観光資源としての可能性を検討することとした。河内長野市関連の農業・林業施設が持っている既存の商品も生かしつつ、体験要素を全面に打ち出した周遊型プランを作成した。コンテストでは自転車での移動を提案したが、移動距離やコスト等を考慮し、モニターツアーでの施設間の移動は路線バスを使うことにした。

学生たちがプランの中核としたのが、若手果物農家とのセッションである。自分たちが今回の取材を通して初めて知ったこだわりのフルーツの存在やそれを栽培する農家の思いは、河内長野市の素晴らしい観光資源であり、モノの売買にとどめず体験化することで、より付加価値のある商品になると考えたからである。そこで、若手農家が経営するぶどう園での収穫に、収穫したブドウを詰め合わせる「ぶどうの宝石箱」づくり(写真1)を加えた体験プランを企画した。さらに、ツアーの最後に訪れる酒蔵では当主と相談し、河内長野産のぶどうを使った日本酒カクテルづくりを行うこととなった(写真2)。



写真1 「ぶどうの宝石箱」(学生撮影)



写真2 ブドウを使った日本酒カクテル(学生撮影)

ツアーコースと内容は、2018年7月中旬に、教員と代表学生が市役所担当者とともに、関係施設を訪ねて協力依頼をして確定した。最終的に決定したツアー内容は、河内長野駅を発着とする、ブドウ狩りと木工体験、そして酒蔵見学を行うものである。午前中に、ブドウ農家である垣内農園でのブドウ狩りを行い、道の駅でもある奥河内くろまろの郷で昼食をとり、「ぶどうの宝石箱」づくりをする。午後から、河内長野市立林業総合センター・木根館で木工体験をした後、天野酒蔵元で酒蔵見学を行い、ブドウを使った日本酒カクテルをつくるという行程である。ターゲットは京阪神地区に住む20代前半の男女とし、定員は15名、参加費は3500円(各施設への支払い実費の合計額)、路線バスの日周遊券は補助とした。ツアー実施日はブドウの収穫時期と気候、使用予定施設の状況や大学の学年暦を考慮して2018年9月17日に設定した。

ツアー実施の1か月前の2018年8月17日に学生たちは、自分たちでコースを周り、体験をするプレツアーを実施した。路線バスを利用するツアーであるため、バスの混雑状況や参加者への負担感を事前に把握することと、体験型ツアーであるため体験にかかる時間を正確に把握することは重要であった。また、プレツアーはモニターツアーの宣材写真や動画の撮影、後述する「奥河内フルーツラリー」SNS記事のパイロット版作成の機会とすることも兼ねて行った。

2018年8月下旬にツアーチラシを学生が作成し、教員と学生が大学関係者に声をかけて参加者を募った。大学の夏休み期間中であり、EメールやSNSを通じての呼びかけとなることを想定し、ブドウをテーマにしたツアーであること、多くの体験ができるツアーであることの2点を、視覚的に表現するよう学生に指導した(図1)。また、「奥河内フルーツラリー」のSNS広報との相乗効果を狙い、プレツアーで撮影した動画や静止画を記事にして「奥河内フルーツラリー」公式インスタグラムに投稿した。その結果、募集を始めてから約一週間で参加希望者が30名を超える人気となり、施設側との調整の結果、先着の18名(外国人留学生4名を含む学生10名、社会人8名の20代前半の男女)で催行した。

ツアー当日は、上記の参加者18名のツアーを学生スタッフ8名が中心となって運営し、大学教職員3名、河内長野市役所職員3名が随時アテンドした。



図1 モニターツアー参加者募集用チラシ（学生作成）

ツアー終了後に実施した参加者アンケートの結果、参加者全員がツアーに対して満足もしくは非常に満足したと評価（非常に満足が全体の44%）した。4つの施設等をまわるツアーであったが、各施設に対する満足度は、5段階評価での平均値が、垣内農園が4.5、奥河内くろまろの郷が4.1、木根館が4.6、天野酒が4.7であり、各施設とも高評価であった。なかでも、地域の人たちとかかわり合う体験であった垣内農園、木根館、天野酒の3施設に、特に高い評価が集まっている。

河内長野市への来訪経験があった人は、関西サイクルスポーツセンターを訪れた経験がある1名のみだったが、ツアー後には、89%の人が河内長野市への再訪意欲を示すという結果を得た。さらに、今回は河内長野市内での販売価格の合算で参加費を設定したが、割高感を感じた人は少なく、33%の人はむしろ割安感を感じたと評価している。一方で、路線バスでの移動については、改善の余地があるとするコメントが複数みられた。その他、河内長野産果物や河内材についてのより深い情報の提供を求めるコメントもあった。このことは河内長野市の特産品についての興味喚起を図ることはできたものの、次段階としてリピーター獲得や特産品消費拡大につなげる継承プロセスの用意が必要であることを示唆している。また、今回のツアーのための試行的な試みであった「ぶどうの宝石箱」づくりとブドウの日本酒カクテルづくりは、「インスタ映えがする」「単純な作業であるが、やってみると意外に楽しかった」「インスタ映え写真を撮るのが楽しかった」と、どちらも好評を得た。多品種少量栽培を特徴とする河内長野市のブドウ農家の特性が、「インスタ映え」という観点から、若年層に訴求力のある強みとして発揮されたワークショップであったと評価できる。以上のことから、河内長野市の特産物への興味喚起を図り、河内長野市の農業・林業施設の観光資源としての可能性を検討するという目的にかなうツアーを遂行できたといえる。

さらにツアー後日、モニターツアーの様子を撮影した動画を編集し、「奥河内フルーツラリー」の公式

インスタグラムに投稿したところ、投稿後にフォロワー数や「いいね」数が増加する傾向がみられた。

今回のモニターツアーの実施により、コンセプトを明確に打ち出すことで、既存の枠組みを利用したツアーであっても高い満足度が得られる商品となることが実証されるとともに、SNSとリアルツアーを併用することで、河内長野市広報に相乗的な効果が期待できることが考察された。

3.3.3 「奥河内フルーツラリー」SNS 広報活動

河内長野市から依頼された「奥河内フルーツラリー」の広報活動に取り組むにあたって、学生たちが最初に行ったのが、昨年度までの現状分析である。「奥河内フルーツラリー」は、河内長野市内飲食店や菓子店等が提供する河内長野産フルーツ等を使用した特別メニューを購入してスタンプを集めるイベントで、2016年から河内長野市商工会と河内長野市商店連合会の主催で行われている。

河内長野市から提供された過年度のイベント参加者を対象にしたアンケートのデータを分析し、学生たちは、(1) イベント参加者の8割以上が河内長野市在住者で占められている (2) イベント参加者の年齢別構成は、40代以上が65%以上を占めているのに対し、20代は約7%と若年層が少ない (3) イベントの主たる認知経路は設置パンフレットであり、SNSによる認知は10%に満たない、という若年層の交流人口の拡大という観点から3つの問題点があることを確認した。もちろん河内長野市は、すでにデータ分析と考察を行っており、上記の問題意識を持っていたからこそ今回の連携となったのだが、学生自身がデータ分析することが、プロジェクトの連携先である河内長野市との問題意識の共有プロセスになると考えた。

学生たちが行ったのは、2018年9月1日から10月31日までの「奥河内フルーツラリー」開催期間中の公式インスタグラムの更新である。フルーツラリー参加店37店舗とフルーツ農家3軒を取材し、記事を投稿した。

投稿に先立ち、フォロワー数を倍増させたいうえでエンゲージメントをあげることを、具体的には2018年8月時点で平均30程度であった投稿に対する「いいね」数を倍増させることを目標とした。より明確なエンゲージメント率などのKPI設定を行うことは、公式インスタグラムの権限の共有やプロフィール設定についての調整が、河内長野市とできなかつたため断念した。

インスタグラムの検索法として用いられるのはユーザ名と位置情報、ハッシュタグの3つであるため、フォロワー数の増加のために、戦略にハッシュタグを使うことを考えた。記事につけることが可能な30個のハッシュタグを有効に活用するために次の5つのカテゴリーに分けてハッシュタグを選定した。(1) 土地関連ハッシュタグ。具体的には「大阪」「Osaka」「関西」「難波」「南大阪」「河内長野」「かわちいいね」の7つである。京阪神在住者の日帰り旅行や大阪市内宿泊旅行者のローカル旅行の目的地探し検索の需要を想定したため、「大阪」や「南大阪」など大きな括りでの地域名や河内長野市に直結する大阪市内ターミナル駅である「難波」を加えた。(2) 河内長野市内にある施設等とコンテンツ関連ハッシュタグ。具体的には「関西サイクルスポーツセンター」「木根館」「奥河内くろまるの郷」「奥河内フルーツラリー」「サイクリング」「日本酒」「フルーツ」「Fruit」「ぶどう」の9個である。河内長

野市関連で最も検索数の多いハッシュタグである「関西サイクルスポーツセンター」に、後述する学生たちが企画したモニターツアーに関連する施設やコンテンツを加えた。学生に人気の「てんとう虫パーク」もハッシュタグ候補に入れていたが、河内長野市からの要請（私的施設であるため）でリストから外した。施設名以外のコンテンツハッシュタグは、フルーツや果物の他に、検索時に河内長野市を想定していない人にもリーチできるように、熱心な愛好家がいる「サイクリング」「日本酒」「ぶどう」を選んだ。(3) 旅好きな若年層に人気のハッシュタグ。具体的には「日帰り」「自然」「アウトドア」「旅行好きな人とつながりたい」「写真好きの人とつながりたい」の5つである。学生たち自身が、日帰り旅行に出かける際に検索に使用するハッシュタグを30個抽出し、それぞれの検索数や河内長野市との関連を考えて、上記の5個を選択した。(4) 時事的人気ハッシュタグ。ハッシュタグ選定を行った2018年8月時点で、若年層で話題となっていた人気ハッシュタグである。具体的には「GoPro」「GoProのある生活」「平成最後の夏」の3つである。インスタグラムは視覚的要素で訴求するSNSとして若年層に支持を集め、「インスタ映え」を目的に旅行をする若年層も多いことから、インスタ映えツールとして話題になっていた小型軽量デジタルビデオカメラGoProに関連するハッシュタグを選択した。(5) 投稿写真関連ハッシュタグ。投稿写真にあわせて記事作成者がオリジナルハッシュタグを6個つけることで、より細分化されたニーズに訴求し、実店舗への来店を促し、フルツラリーの参加につなげることを狙った。

当初は、上記のハッシュタグと写真で構成する記事を数多く更新することを目指したが、河内長野市からの要請で、記事数を絞り、インスタグラムとしては長文ではあるが200字程度の店舗紹介の文章と写真とで構成する記事を作成することになった。

記事の作成にあたって必ず現地での取材を行うこと、1店舗につき2本のインスタグラム記事を作成して投稿することを原則にした。現地での取材には教員は同行せず、取材アポイントをとるところから、記事作成後の取材先への記事内容確認までの作業を学生が行った。これらの記事のために学生が河内長野市に出向いた現地取材人日数は延べ24人日であった。

記事は学生たちが作成した後、教員が添削し、添削後に各店舗に内容確認を行うという手続きをふんだ。その後、教員が各記事の投稿日程を決定し、記事を作成した学生が決められたスケジュールに従い投稿を行った。河内長野市には取材店舗の内容確認終了後に確定原稿と投稿日時を通知し、修正が必要な場合には投稿前に教員が連絡を受けるようにした。

投稿を続けるなかで、学生たちは、より多くのエンゲージメント数を獲得するための試行錯誤を重ねた。「インスタ映え」をする写真とは何であるのか、多くの「いいね」を獲得した写真の傾向を分析し、アングルや商品背景などに工夫をした(図2)。また、取材では、商品の河内長野市産ならではのアピールポイントと商品に関わる地域の人たちの思いを、掘り上げるように努めた。短期間に多くの店舗を取材し、記事を作成する必要があること、学生の個性をいかした記事作成をするという観点から、これらの作業はスケジュール管理を教員が行い、マンツーマン指導をベースとした。

2018年9月1日から10月24日まで(台風21号被災による1週間の休止期間を除く)毎日記事投稿を行い、期間中の全投稿数は85本となった。投稿は、インスタグラムの閲覧数が増える通勤・通学時間

と21時前後を中心に行った。

その結果、投稿前(8月9日時点)と全投稿終了後(10月24日時点)を比較すると、フォロワー数が約2倍(187→380)、いいね数の平均も約30から約93へと3倍以上に増加し、投稿前に設定した目標を達成した。



図2 インスタグラム記事(学生作成)

河内長野市が今回の連携事業で目標としていたのは上述した「奥河内フルーツラリー」の参加者増加、なかでも若年層と市外居住者参加の増加であった。河内長野市の集計によると、2018年度「奥河内フルーツラリー」の参加者数は前年度比115%、20歳代参加者数は前年度比211%、市外居住者参加者数は313%となった。台風21号の影響が懸念されたが参加者数を伸ばし、なかでも重点ターゲットとした若年層と市外居住者の参加が大きく増加した。この結果から、今回の連携事業は一定の成果をあげたといえる。

3.3.4 「地方創生・政策アイデアコンテスト2018」

本プロジェクトの総括として参加した「地方創生・政策アイデアコンテスト2018」(内閣府主催)は、大阪大学大学院工学研究科の学生が中心となって取り組んだ。

「地方創生・政策アイデアコンテスト」は、データに基づく地方創生を推進するため、内閣府が主催となり2015年から開催されている。大学生以上一般の部には、学生だけではなく、地方公共団体や民間企業等、実際に地方創生に携わる人たちが参加する。ビッグデータを扱うこのコンテストへの参加は、クロスアポイントメント制度を利用したプロジェクトである強みを生かすことができた取り組みであったと考える。大阪大学大学院工学研究科の学生が中心となり、地域経済分析システム(RESAS)・官民ビッグデータシステムが提供するデータ分析を用い、河内長野市の農業と交流人口の課題を改めて浮き彫りにし、武庫川女子大学学生への振り返りインタビューを行いつつ、本プロジェクトについての考察と次のステップへの展望を「フルーツ農業のネットワーク型第6次産業化への試み」と題してまとめた(図3)。フィールドに出て地域の人たちの思いを肌感覚で捉えることが得意な武庫川女子大学の学生と、デー

タ分析や論理構成を得意とする大阪大学大学院工学研究科の学生の協働の成果となった。



図3 コンテスト用スライド資料(学生作成)

その結果、大学生以上一般の部において、地方予選を通過し、全国審査に進む(一般の部の応募総数604件のうち地方予選通過件数は21件)という評価を受けた。審査員講評において、地域資源(果樹栽培)を産官学の相互連携で最大限活用していくストーリーと、リアルツアーとバーチャルPRを重ね合わせて実施した重層的な地域ブランド化への試みが高く評価された。

4 結論

本プロジェクトに参加した武庫川女子大学の学生たちと大阪大学大学院工学研究科の学生たちの間には、専攻の違いとともに、性差、3~4歳の年齢差があった。当初は、互いの意見を拝聴し合うだけのミーティングが続き、ディスカッションが成立しない状況が続いた。しかし、プロジェクト終了後の振り返りでは、その過程があったことで、武庫川女子大学の学生たちは、自らが潜在的に持っていた性的役割分担を自覚し、社会にどのようなカタチで貢献したいかと考える契機になったとしている。また、大阪大学大学院工学研究科の学生は、本プロジェクトに参加したことでコミュニケーション能力が高まったとしている。本プロジェクトでは、教員の直接的な介入をできるだけ避け、フィールド調査やミーティングは学生が主体となって計画・実施し、教員はその報告を受けるという形式をとった。しかし、プロジェクトが進行するなかで各プロセスの責任の所在が曖昧になったため、協働から3カ月が経過した時期に、教員主導で役割分担を明確化する作業を行った。その結果、学生たちのコミュニケーションが円滑化し、プロジェクトのPDCAサイクルがうまく回るようになった。このことから、異なる背景を持つ学生たちが一緒に行うプロジェクトでは、初動期においては教員がコミュニケーションハブとして機能し、漸次的に学生主体型に移行する必要があると考える。

本稿でみてきたように、本プロジェクトは、武庫川女子大学学生、大阪大学大学院工学研究科学生、教員、河内長野市役所職員、河内長野市関連施設職員、農家、飲食業者と数多くのプレーヤー

が連携するものであった。このプレーヤーの多様性は、地方創生やまちづくりをテーマとしたPBLの一つの特徴である。それぞれに思いの違う多様なプレーヤーと連携し、地域のしがらみにも配慮しつつ、プロジェクトを推進する調整力や対応力が求められる。数々の社会的かかわりにおけるギャップに直面し、そのたびに学生たちは内省的学習を行い、多様な状況に対応する実践力を、プロジェクトを通して身につけた。多様なプレーヤーが存在する「地域」をテーマとしたPBLは、学生にとっては厳しい局面にも直面するが、社会人基礎力を培う有用な場といえよう。その遂行において、重要となってくるのが、学生の自発的な動機付けの有無であることは本プロジェクトにおいて再確認された。また、コンテストの利用は、学生たちのプロジェクトへの動機を、外発的動機から内発的動機へと移行させる場として、地域連携型PBLプロジェクトの効果的な導入であったといえる。

さらに、本プロジェクトに参加した女子学生たちの多くが、将来の働き方を考えるうえで、働く場所として出身地域を意識するようになったとしている。若年女性の都心部への転出は、進学・就職を契機に加速する(みずほ総合研究所, 2018)ことから、就職活動前に学生たちが、地域でフィールドワークを重ね、「地域」について考える社会的意義は大きい。

産官学連携のPBLにおいて、学生が連携先との共創志向性をいかに高めるかが重要となる。その視座において、本プロジェクトは課題が残った。連携の在り方についての共有がないまま始動したことで、様々な場面で齟齬が生じた。上述した学生と自治体職員とのコミュニケーションの不調も、学生にとって自治体職員の立ち位置が不明確であったことに起因する。共創志向性を高めることが、学生だけでなく連携先にとっても有意義であることを、連携締結前に共有することが必要であったと考える。

地域のステークホルダーたちとコミュニケーションをはかり協働するPBLは、学生たちにとっては、これからの働き方を考えるうえで、地域にとっては、交流人口拡大のための新たな価値創造を考えるうえで、視野を広げる大きな契機となる。今後も継続的に地方創生をテーマにしたPBLに取り組むことで、学生と連携先の双方にとって、より効果的な実践方法を検討していきたい。

文献

- 家長千恵子 他(2016)「観光まちづくりに対する若者の意識醸成の可能性-人材育成・人育ての場としての『大学生観光まちづくりコンテスト』を事例に」『観光研究』27(2):34-45.
- 奥貫麻紀(2015)「産学・地域社会連携による課題解決型学習における学習成果-定性的分析による一考察」『関西大学高等教育研究』6:31-44.
- 木村充・河井亨(2012)「サービス・ラーニングにおける学生の経験と学習成果に関する研究-立命館大学『地域活性化ボランティア』を事例として」『日本教育工学会論文誌』36(3):27-238.
- 久保友美(2017)「大学間連携による公共人材育成-先端的強度モデル『地域公共政策士』の現状と課題-」『龍谷政策学論集』6(12):51-61.
- 小磯修二(2018)「地域政策の新たなパラダイムを探る」小磯修二他(編)『地域創生を超えて-これからの地域政策』岩波書店:125-154.

- 下野由貴 他(2016)「産学連携型アクティブラーニングに基づくユーザー・イノベーション」『経営情報学会全国研究発表会要旨集』2016年秋季全国研究発表大会:301-304.
- 須賀由紀子(2018)「地域活性と持続可能な大学と地域の連携 - 都市と農村をつなぐ活動において」『実践女子大学生生活科学部紀要』55:53-62.
- 徳井公樹・大東貢生(2019)「『大学間連携共同教育推進事業』における資格プログラムについて」『佛大社会学』43:51-57.
- みずほ総合研究所(2018)『キーワードで読み解く地方創生』岩波書店.
- 門間由記子(2015)「まちづくりにおけるアクティブラーニングの有効性」『日本地域政策研究』15:104-109.
- 文部科学省(2013)『大学間連携共同推進事業』.

(投稿日:2020年1月30日)

(受理日:2020年7月13日)