

2. 2016年度「池田町観光振興支援業務」活動報告

総合経営学部観光ホスピタリティ学科 山根 宏文

(1) 2016年度 活動報告

1) てるてる坊主アート展への案内と出品依頼

下記小学校（池田町を除く）へ訪問し、展覧会案内と出品を依頼した。 18校（6,798名）

安曇野市11校（5,047名）、大町市6校（1,237名）、松川村1校（494名）

2) てるてる坊主アート展の運営

4日間にのべ42名が運営に携り、展示作業・受付・体験担当・撤去作業を行った。

2016年8月25日（木） 学生8名・教員1名

2016年8月26日（金） 学生11名・教員1名

2016年8月27日（土） 学生10名・教員1名

2016年8月28日（日） 学生9名・教員1名

3) 池田町の地域ブランドを高めるための討議・研究・検討

・ 討議・研究会：2016年10月7日・21日・28日
11月4日・11日・18日・25日

・ 視察：2017年 1月20日

①ハーブを活かした商品開発

・ハーブのお酒

モヒート（ミントの葉）をはじめとしたハーブカクテル

ワインを使うカクテルは池田町のワインを使用

・ハーブティー

シンプルなハーブティー+はちみつ又はレモン香りもよく身体に良い

タイムをシロップにして炭酸水とレモンを加えレモネードにする

| | 施設名称 | 1学年 | 2学年 | 3学年 | 4学年 | 5学年 | 6学年 | 合計 |
|------|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 安曇野市 | 豊科南小学校 | 96 | 105 | 104 | 115 | 108 | 127 | 655 |
| | 豊科北小学校 | 95 | 85 | 83 | 86 | 90 | 91 | 530 |
| | 豊科東小学校 | 30 | 32 | 33 | 41 | 28 | 35 | 199 |
| | 穂高南小学校 | 98 | 92 | 104 | 94 | 83 | 106 | 577 |
| | 穂高北小学校 | 102 | 113 | 126 | 129 | 118 | 126 | 714 |
| | 穂高西小学校 | 62 | 71 | 76 | 80 | 82 | 69 | 440 |
| | 三郷小学校 | 149 | 154 | 149 | 169 | 188 | 173 | 982 |
| | 堀金小学校 | 84 | 95 | 96 | 100 | 107 | 91 | 573 |
| | 明南小学校 | 34 | 49 | 33 | 55 | 50 | 48 | 269 |
| | 明北小学校 | 14 | 25 | 18 | 15 | 17 | 19 | 108 |
| | 県立こども病院ひまわり学級 | | | | | | | |
| 大町市 | 大町東小学校 | 37 | 35 | 37 | 32 | 23 | 43 | 207 |
| | 大町西小学校 | 31 | 47 | 45 | 52 | 47 | 50 | 272 |
| | 大町南小学校 | 39 | 47 | 58 | 46 | 59 | 49 | 298 |
| | 大町北小学校 | 52 | 63 | 54 | 68 | 61 | 69 | 367 |
| | 八坂小学校 | 1 | 5 | 9 | 5 | 9 | 10 | 39 |
| | 美麻小学校 | 13 | 6 | 10 | 5 | 11 | 9 | 54 |
| 松川村 | 松川小学校 | 71 | 86 | 80 | 81 | 84 | 92 | 494 |

・ **ハーブ料理**

ハーブ料理講習と販売

- トマトソースの Pasta 加える
- フェンネルを細かくしてクッキーに混ぜる
- <主婦向けメニュー>
- 挽肉詰め香草パン粉焼き (セージ・イタリアンパセリなど)
- 白身魚のプチトマトソース (バジル)
- ハーブチキン
- サーモンとチーズのハーブコロッケ
- ハーブを使用した鶏むね肉の池田町赤ワイントマト煮 (ローズマリー・バジルなど)
- ズッキーニとガーリック・オリーブ・タイム・塩コショウ炒め

・ **観賞用ハーブ**

カモミール、コモンセージ等の見た目の綺麗で香りの良いハーブを観賞用として、さらにハーブティーや入浴剤、化粧水にも用いる

・ **美容としてのハーブ**

ドライハーブをティーバッグに詰めてリラックス効果、血行促進などの入浴剤として利用
 ハーブに関する美容系のなかで一番手軽
 ダイエットとしてのハーブティー
 人気の「午後の紅茶」のようなハーブティー

・ **猫 (おもちゃ) 用**

キャットニップというハーブを好きな猫が多い

・ **ハーブでリースづくり**

葉草ハーブのリースづくり (駒ヶ根の養命酒工場で実施)

・ **ハーブを使用したパン**

ラスクやアビージョにハーブパンを使用する

② **ハーブセンターについて**

a) **ハーブセンターのホームページを改善する**

良い点

- ・ 池田町のハーブセンターのホームページのトップページはとてもお洒落な雰囲気で見たいくなるホームページである。

課題点

- ・ 通販ページはあるが効能がわかりづらい。
- ・ 風味の特徴なども若干わかりづらく味が想像しにくい (ハーブティーなど)
- ・ ハーブティーの通販ページには効能が書いてある。

b) **既存のパッケージを改善する**

- ・ 特に「桑茶」のパッケージが渋すぎる。リピー

ターはパッケージに関係なく購入するが新規の客を獲得しづらい。

もっとパッケージをお洒落にしたら

若い人に目が留まりやすく、新規のお客が増加する。さらに贈答品としても扱えるようになる。

c) **カモミールを強くアピールする**

- ・ HPにカモミールティーという覧があったので既にお薦めの商品であると思うが、さらに効能を記入すべき。

- ・ カモミールの効能

○カモミールはお肌に良い

アトピー性皮膚炎やアレルギー性皮膚炎の症状緩和。

メラニン色素の生成を抑制する美白効果
 ニキビなどのお肌の炎症を抑える。

保湿効果あり。肌の乾燥を防ぐ。

○ダイエット効果

カモミールに含まれる「カマメロサイド」という成分には糖化予防・防止効能がある。

○その他

身体を温める。

冷え性・生理痛・PMS (月経前緊張症) の緩和。

③ **ハーブを活かした商品開発**

「**ハーブを活かした料理出汁**」の開発 2017年に実施予定

和食が鰹節や昆布で出汁をつくるように、家庭での肉料理、魚料理、イタリアン料理に活かせるハーブ (ミックスされたもの3~4種類) だしの商品開発が目標。

<行動予定>

- ①100種類から利用頻度の高い料理に合うハーブを選ぶ。
- ②選択したハーブを購入し、乾燥する。
- ③ハーブを消毒 ④粉に粉碎 ⑤スティック状のパッケージ化

(2) 「**てるてる坊主アート展**」10年間の活動とその効果

○これまでのゼミ活動等の概要 (アート展の企画・運営・出品増のための促進活動を担当)

2006年にアウトキャンパスにて池田町を訪れ、

- ①童謡「てるてる坊主」を作詞した人が池田町出身であるが知られていない、②田園風景を眺められる丘に公園があり、その施設の利用促進、③池田町の知名度アップの3点を観光協会から依頼さ

れた。3点の課題解決のため美しい田園眺望ができるクラフトパークにて「てるてる坊主アート展」を企画、提案し、開催（池田町と協同）することになった。

（年度別 出品数）

| | | | |
|------|-------|-----|--------|
| 第1回 | 2007年 | 出品数 | 525点 |
| 第2回 | 2008年 | 出品数 | 380点 |
| 第3回 | 2009年 | 出品数 | 475点 |
| 第4回 | 2010年 | 出品数 | 601点 |
| 第5回 | 2011年 | 出品数 | 619点 |
| 第6回 | 2012年 | 出品数 | 480点 |
| 第7回 | 2013年 | 出品数 | 557点 |
| 第8回 | 2014年 | 出品数 | 669点 |
| 第9回 | 2015年 | 出品数 | 884点 |
| 第10回 | 2016年 | 出品数 | 1,100点 |

2015度は安曇野市から大町までの小学校20校（全学生徒数7,601名）を訪問しアート展の趣旨を説明した結果、子供から522点の出品があり、さらに福祉・病院施設からのグループ参加（144点）も多くあった。このアート展による大きな効果は、まちづくりに影響を与える下記の2つの取組みが行われたことである。

①2009年「日本で最も美しい村」連合に加盟

（厳しい審査がある。美しい景観と文化振興の2つを審査）

②2011年 池田町 美しいまちづくり推進計画策定、推進

（これにより様々な美化活動が活発化）

1つの地域文化イベントによって、「日本で最も美しい村」連合に加盟することができ、加盟されたことにより美しいまちづくり推進計画が策定され、町民全員で美しいまちづくり活動（それぞれ活動内容は異なる）が開始された。これがこのイベントの最大の効果であるが、その他のイベント効果としては下記の通りである。

イベントの効果

①メディア効果による知名度の向上 新聞9社、ラジオ・テレビ12社による掲載・放映（2008年調査）

②経済効果（メディアによる経済波及効果・直接販売による経済効果）

メディア効果 1,600万円 直接販売効果 325万円 合計1,925万円（2008年調査）

イベントを活かした商品開発（おみやげ）

③教育効果（子供 522点出品）

④観光資源の有効活用と利用者増（3日間の開催

にて施設年間利用者数の約30%の利用者）

⑤ウォーキングツアーの開催開始（テーマ：日本で最も美しい村連合加盟のまちで田園風景を楽しむ・歩く）

⑥地域住民の郷土愛の向上（メディアによるアート展・池田町への好意的な放映・掲載による郷土愛向上）

⑦地域福祉サービス（福祉施設における工作実習の一環として活用）（福祉施設からの出品144名）

松本大学卒業生が就職している福祉施設なども協力出品（コムハウス・小島館など）

小さなイベントから始まったが、これをきっかけに様々なまちづくり活動が開始された。そして知名度が高まった。池田町の地域としてのブランドが高まったのは10年間の活動の継続の成果である。

今後は池田町のみイベントではなく安曇野市から大町市までの広域の参加型文化イベントとして推進し、上記7つの効果項目をさらに向上させ、イベントによる地域芸術振興・地域貢献を継続していく。



(3) 2017年度の活動予定

1) 「池田町のハーブを活かした商品開発と地域ブランド創出」

①研究及び活動の名称

「池田町産・ハーブ・ミックス」(仮称) 3種類

A: ミックス (多くの種類をブレンド)

B: ミート用 (3~4種類ブレンド)

C: フィッシュ用 (3~4種類ブレンド)

②計画内容

池田町では10年前より観光振興として「てるてる坊主アート展」を企画・運営してきた。当初は認知度が少なかったが、アート展の影響で、県内では知られるようになってきた。しかし、観光による経済効果は充分ではない。

そこで、特産品として販売でき、経済効果を期待できるものとしてハーブによる商品開発を行い、地域に貢献したい。

町内にはハーブセンター(町営)があり、主要産業にすべく約100種類のハーブを育て販売しているが販売は芳しくない。そこでハーブの利用法を考え、商品サンプルを制作しモニタリングを行い、最終的には商品として販売できるような方向性を定める。製品については、入浴剤、芳香剤は様々な企業が開発し、多種多様にわたって販売されていたため、今回開発したいのは料理に使用する粉末ハーブである。家庭での肉料理、魚料理、イタリアン料理にそれぞれ活かせるハーブ(ミックスされたもの3~4種類)の商品開発が目標である。

③行動予定

ア: 100種類から利用頻度(肉類・魚類・ミックス)の高い料理に合うハーブを調合し選ぶ。

肉用・魚用・すべてをミックス

バジル・ローズマリー・オレガノ・タイム・ローリエ・パセリ・イタリアンパセリ・セージなど

イ: 選択したハーブを購入し、乾燥する

ウ: ハーブを消毒 エ: 粉に粉砕

オ: スティック状のパッケージ化あるいは瓶使用
・成果発表の予定: パッケージ化された製品を池田町、メディアにて発表

2) 第11回てるてる坊主アート展の企画・運営

①計画内容

ア: てるてる坊主アート展への案内と出品依頼
下記小学校(池田町の除く)への案内と出品依頼 18校
安曇野市11校 大町市6校 松川村1校

イ: てるてる坊主アート展の運営(4日間)

3) 観光振興策

イルミネーションを活かした地域観光振興策

ハーブの咲く時期である6月とクラフトパークの12月にイルミネーション企画を実施する。

(4) 提言

1) 美しい景観を活かした池田町のまちづくり

①住民が主体的にまちづくりに取り組めるようにする

ブランド認定により住み続ける誇りの向上を醸し出し、住民全体の連帯感を高め町民活動が活発に行われるようにする。

②景観条例などを制定して美しい景観を守る

不動産としての価値があがるため乱開発されないようにする。

最も美しい村としての景観を壊すものについて徹底的に規制する必要がある。

建物の景観だけでなく、クラフトパークからの眺望などについても規制する。さらに、看板、自動販売機なども同様に規制することが必要と思われる。

③自然環境を守るために条例などを制定して規制する

美しい農村景観で有名な京都府南丹市の美山は河鹿(魚)の棲める美しい川であり続けるために河鹿条例を制定して自然環境保護に努めている。池田町もたとえば、ホテル条例などを制定して、町全体にホテルが舞う美しい自然環境にすることは、住民の同意が得られる。

④田園風景をこれから守り続けるために農家、農業従事者に対するために農業振興を図る

農産加工品、農作物の販売促進を図る。道の駅を売れる店舗になるよう経営改革を図る。池田町のオリジナリティあふれる商品の充実と店舗ディスプレイ改修の必要がある。今のままでは無理であるが手を加えることにより農産、加工品直売、地域の特産品の販売場として販売拡大する可能性はある。

グリーンツーリズムとして農家滞在が企画できれば、日本で最も美しい村ということで付加価値が高い。

⑤通過観光とならないように観光による経済効果を高めるための対策を講じる

町内での飲食、土産購入などをしてもら

ための対策と飲食してもらおうためのメニュー、顧客満足度を高めるためホスピタリティ研修などをする。

⑥ 伝統文化催事、てるてる坊主アート展などをさらに充実し継承できるようにする

選定基準に伝統芸能、イベントなどがある。町の伝統文化を継承してくための施策を講じる必要がある。

⑦ 「日本で最も美しい村」選定地という地域ブランドを活かす

池田町産の特産品などに「日本で最も美しい村」のロゴマークをつけることにより商品のイメージアップをはかる。

観光協会での広告類、名刺などに「日本で最も美しい村」のロゴマークを記載することによる観光地としてのイメージアップをはかる。

町内に美しい村の看板を掲示することにより通過していた人たちが滞在してくれるようになる可能性は非常に高い。

旅行会社に対してツアーに訪問先としてアピールすることができる。

その他、効果が期待できることはたくさんある。

⑧ 安曇野を描いた山下大五郎画伯を活かす美術館との連携

山下画伯の画歴は下記の通りである。

山下大五郎画伯の画歴

- 1908 10月2日 神奈川県藤沢市に生まれる
- 1926 東京美術学校入学
- 1928 第9回帝展に「卓上静物」を出品 初入選
- 1929 東京美術学校図画師範科卒業
- 1937 第1回新文展に「中庭の窓」を出品 特選
- 1939 第3回新文展に「おもて」を出品 特選
- 1941 創元会第1回展に「家庭風景」を出品 創元会会員になる
- 1949 官展を離れ、創元会を脱会、同志と共に立軌会を創立
- 1953 第4回選抜秀作美術展に「開墾地風景」が選抜出陳
- 1958 第2回国際具象派展に「工場のある風景」「北海道(白老)風景」を出品

1983 立軌会35周年記念展出品の「安曇野春風」で第7回長谷川仁記念賞受賞

1990 日本経済新聞社・東京セントラル美術館共催「日本の叙事詩 山下大五郎回顧展」
(東京セントラル美術館3/13～25)を開催
5月13日逝去 享年81歳

山下画伯を活かした振興策を提案する

ア：スケッチポイントを巡るウォーキングコースの策定

池田町からの安曇野の田園を描いた山下大五郎画伯は有名である。山下画伯は、池田町から安曇野の田園風景を描いている。2003年に開催された「山下大五郎展」によると池田町内の24カ所で描いている。スケッチ場所も描かれた絵画もあり、歩きながらスケッチのポイントが巡れるルートマップの制作を提言する。尾道市の成功事例もあり、ハイキングコースとしても魅力的である。

イ：ミュージアムグッズのデザインとして絵画を使用

ディズニーランドで人気のあるお土産の一つは、ミッキーマウスなどの絵の描かれた缶に入ったクッキーである。食べ終わった後もペン立てなどで使用され好評である。これと同様に、池田町のハーブのクッキーを入れ、画伯の絵を缶に印刷し、「日本で最も美しい村連合」のロゴを入れて販売する。

ウ：安曇野田園スケッチ展を企画する

「てるてる坊主アート展」だけでなく、山下大五郎記念「安曇野田園スケッチ展」を一般公募して開催する。グランプリを山下大五郎賞とし、池田町を愛した画伯に敬意を払う。

さらに、描いた場所を明記して出品してもらい、地域内の景観の美しい場所、スケッチするにふさわしい場所などをまとめた案内を作成する。安曇野全域の景観のリーダーシップを池田町が率先して行う。

エ：農作物などに山下大五郎の絵画利用

一定の基準を満たした池田町産の農作物に関して、山下大五郎の絵画を印刷した袋などデザインする。山下大五郎画伯の作品を農作物などの包装に活かせれば、販売増は期待できる。