

広島経済大学

# 地域経済研究所年報

第22号  
(2019年度)

広島経済大学地域経済研究所

# 目 次

## はしがき

|     |   |    |
|-----|---|----|
| I   | 研究活動  | 1  |
| 1   | 外部研究費助成金事業                                  | 1  |
| (1) | 科学研究費助成一覧                                   | 1  |
| 2   | 外国研修  | 3  |
| (1) | 研修者   | 3  |
| (2) | 研修報告  | 3  |
| II  | 研究所委任事業                                     | 8  |
| 1   | 広島経済大学経済学会                                  | 8  |
| (1) | 『論集』の刊行                                     | 8  |
| (2) | 『磐石』の刊行                                     | 9  |
| (3) | 研究集会の開催                                     | 9  |
| (4) | 経済学会の会則                                     | 11 |
| (5) | 『論集』の投稿及び執筆要項                               | 12 |
| 2   | 中四国商経学会                                     | 16 |
| III | 産学官連携・域学連携                                  | 17 |
| 1   | 令和元年度産学官連携・域学連携に関する調査結果一覧表                  | 17 |
| 2   | 産学官連携推進助成                                   | 20 |
| (1) | 研究助成一覧                                      | 20 |
| (2) | 研究成果報告                                      | 20 |
|     | ・島根県江津市「風の国」活性化調査報告                         | 20 |
|     | ・ビジネスの視点から提案する新しい食育活動と若者へのみそ消費拡大（最終報告）      | 57 |
| 3   | 企業・行政などとの包括連携協定一覧                           | 76 |
| 4   | 規程  | 77 |
| (1) | 広島経済大学産学官連携推進助成金規程及び広島経済大学産学官連携推進助成金に関する取扱い | 77 |
| IV  | その他   | 80 |
| 1   | 委員会   | 80 |
| 2   | 業務日誌  | 81 |
| 3   | 所蔵雑誌リスト                                     | 83 |

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 4   | 既刊行物  | 86 |
| (1) | 広島経済大学研究双書                                      | 86 |
| (2) | 広島経済大学地域経済研究所報告書                                | 87 |
| (3) | Disucussion Papers                              | 88 |
| (4) | モノグラフ   | 90 |
| (5) | 広島経済大学地域開発研究所研究報告                               | 90 |
| (6) | 地域開発研究資料  | 90 |
| (7) | 資料目録  | 90 |
| 5   | 規程  | 91 |
| (1) | 広島経済大学地域経済研究所規程                                 | 91 |
| (2) | 広島経済大学研究双書の刊行に関する要項及び広島経済大学研究双書の刊行に関する<br>申合せ事項 | 92 |
| (3) | 広島経済大学出版会規程及び広島経済大学出版会の事業に関する要項                 | 94 |

---

## は し が き

『地域経済研究所年報』（第22号）をお届けする運びとなりました。ご高覧いただければ幸いです。

地域経済研究所は、研究支援・助成、調査研究成果の刊行、科学研究費助成金事業や一般的な助成に関わる業務並びに産学官連携推進に関する業務に取り組んでおります。その他、広島経済大学経済学会の委任事業として『論集』の刊行、卒業記念誌『磐石』の刊行、教員の研究推進のための研究集会の開催、中四国商経学会の本学の窓口業務などを担当しています。

令和元年度の地域経済研究所の活動の一端を振り返ってみますと、科学研究費の代表新規採択課題及び継続課題11件、また分担者としての新規課題及び継続課題9件に対する研究支援や、産学連携事業は、地元企業2社との新たな包括連携協定を結び、産学官連携による共同研究への助成支援も順調に取り組むことが出来ました。共同研究に関する調査研究成果報告等については、この年報で紹介しておりますので、ご覧いただければ幸いです。

産学官連携推進事業は、全学的な窓口として教員または教員と学生が地元企業と行う共同研究のサポートを行っております。令和元年度には、オタフクソース株式会社、一般財団法人お好み焼アカデミーと包括連携協定を締結し、産学連携の一層の推進に努めているところです。

広島経済大学経済学会の『論集』の刊行については、『経済研究論集』は第42巻第1号から3号の3冊並びに『研究論集』も計画通り3冊刊行されました。『経済研究論集』は、第42巻第2号が川村 健一教授、第42巻第3号を前川 功一教授の退任記念号として刊行しました。論文掲載件数も『経済研究論集』15件、『研究論集』13件が寄せられ、おかげさまで各号とも充実した論集を刊行することができました。

研究集会は、教員の研究推進のために相互の知見を広め、研鑽を積むことを目的に計3回開催されました。委員の先生方のご尽力に感謝いたします。

地域経済研究所は、学内の研究支援業務と共に、本学の産学連携窓口業務を通じて、地域経済発展に全力を尽くす所存ですので、今後ともご協力、ご支援を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

令和2年4月

地域経済研究所長 細井 謙一



# I 研 究 活 動

## 1 外部研究費助成金事業

### (1) 科学研究費助成一覧

#### 【新規】

##### 若手研究

- 研究代表者：角 裕太（経営学科・助教）

研 究 課 題：植民地統治と会計—南洋群島における燐鉱事業管理に焦点を当てて—

課 題 番 号：19K13874                  助成金：65万円

#### 【継続】

##### 基盤研究（C）

- 研究代表者：寺本 康俊（教養教育部・教授）

研究分担者：Yulia Mikhailova（広島市立大学・国際学部・名誉教授）

研 究 課 題：日露の対立から和解への過程の総合的比較研究—現在のための日露戦争後の外交の教訓—

課 題 番 号：16K03518                  助成金：0万円

- 研究代表者：田中 章司郎（ビジネス情報学科・教授）

研究分担者：西井 龍映（長崎大学・教授）

研 究 課 題：時空間統計モデルによる世界森林面積減少がもたらす社会経済的影響

課 題 番 号：17K00064                  助成金：65万円

- 研究代表者：森谷 浩士（教養教育部・講師）

研究分担者：岩井 千秋（広島市立大学・教授）

研 究 課 題：大学英語教育における外国人教師の主観的役割認識とその形成要因に関する研究

課 題 番 号：17K02894                  助成金：52万円

- 研究代表者：宮岡 弥生（教養教育部・教授）

研究分担者：時本 真吾（目白大学・教授）、時本 楠緒子（尚美学園大学・非常勤講師）、  
Verdonschot RG（広島大学・助教）

研 究 課 題：学習場面における人間の存在感の効果

課 題 番 号：18K00857                  助成金：104万円

- 研究代表者：宮畑 加奈子（教養教育部・教授）

研 究 課 題：台湾における「歴史的建築物」のイノベーションによる地域振興の研究

課 題 番 号：18K01403                  助成金：52万円

- 研究代表者：前川 功一（大学院経済学研究科・名誉教授）

研究分担者：得津 康義（経済学科・教授）

研 究 課 題：非ガウス型構造 VAR モデルの統計理論と応用

課 題 番 号：18K01555                  助成金：143万円

---

●研究代表者：高石 哲弥（教養教育部・教授）

研究課題：仮想通貨価格の統計的性質及びマルチフラクタル解析による時系列特性の研究

課題番号：18K01556 助成金：117万円

●研究代表者：渡辺 泰弘（スポーツ経営学科・准教授）

研究分担者：松本 耕二（スポーツ経営学科・教授）

研究課題：保護者の関与と子どものスポーツ習慣形成に関する総合的研究

課題番号：18K10842 助成金：104万円

#### 若手研究（B）

●研究代表者：重野 裕美（教養教育部・准教授）

研究課題：与路島・請島を中心とした奄美大島方言の記述的研究

課題番号：15K16754 助成金：0万円

●研究代表者：石野 亜耶（ビジネス情報学科・准教授）

研究課題：旅行プログエントリを利用した旅行者の観光動機の分析および観光支援システムの構築

課題番号：16K16679 助成金：0万円

#### 【分担金・新規】

##### 基盤研究（B）（補助金）

●研究分担者：宮畑 加奈子（教養教育部・教授）

研究課題：中国の権威主義体制下における法の役割と限界についての比較研究

課題番号：19H01407 助成金：19.5万円

●研究分担者：平下 義記（経済学科・准教授）

研究課題：「原爆報道」に関する基礎的研究

課題番号：19H04422 助成金：20.8万円

##### 基盤研究（C）

●研究分担者：関 隆教（ビジネス情報学科・助教）

研究課題：企業成果をドライブする現場従業員のクリエイティビティの再定位

課題番号：19K01949 助成金：26万円

●研究分担者：石野 亜耶（ビジネス情報学科・准教授）

研究課題：AI支援によるESG情報のテキスト表現評価と裁量的開示行動に関する実証研究

課題番号：19K01991 助成金：104万円

●研究分担者：岡田 斎（経営学科・教授）

研究課題：AI支援によるESG情報のテキスト表現評価と裁量的開示行動に関する実証研究

課題番号：19K01991 助成金：32.5万円

●研究分担者：田中 章司郎（ビジネス情報学科・教授）

研究課題：時空間データのスパースモデリングと実データへの応用による現象理解

課題番号：19K11861 助成金：13万円

## 【分担金・継続】

基盤研究 (B) (補助金)

●研究分担者：重野 裕美 (教養教育部・准教授)

研究課題：『瀬戸内海言語図巻』の追跡調査による音声言語地図の作成と言語変容の研究

課題番号：17H02340 助成金：16.9万円

●研究分担者：宮岡 弥生 (教養教育部・教授)

研究課題：脳波解析による語用論的推理の実時間処理モデル構築ならびに心の理論との関わり の考察

課題番号：18H00669 助成金：19.5万円

●研究分担者：角 裕太 (経営学科・助教)

研究課題：日本羊毛工業史研究の拠点形成を目指して：生産・雇用・会計制度の形成・発展過程

課題番号：18H00877 助成金：26万円

## 2 外国研修

### (1) 研修者

【令和元年度】

研修者：広田 堅志 (経営学部経営学科・教授)

研修期間：平成31年4月1日～令和2年3月23日

研修先：ニューヨーク州立大学 バッファロー州校 (Buffalo State, The State University of New York)、中国研究センター (Center for China Studies)

研修内容：学術調査研究 (「国際価値連鎖の下における付加価値貿易 (Trade in Value Added, TiVA) の理論的、政策的、定量的分析に関する研究」) の推進。特に付加価値貿易の先行理論的、政策的研究、主要な定量化分析手法及び統計データベースの構築に関する一次資料の収集・調査に関わる研究。

### (2) 研修報告

## 在外研究活動報告

経営学部 経営学科 教授 広田 堅志

#### 1. まえがき

2019年 (平成31年) 4月から約12ヶ月間、米国ニューヨーク州のバッファローにあるニューヨーク州立大学 バッファロー州校 (SUNY, Buffalo State) にて1年間の在外研究の機会に恵まれた。本稿は在外研究期間中の研究内容、研究先大学の紹介、さらに在外研究生活について以下に記して報告する。

#### 2. バッファローについて

ニューヨーク州立大学 バッファロー州校の位置するバッファローは、ニューヨーク州西部 (Western New York) に位置し、五大湖のひとつエリー湖 (Lake Erie) の東岸に面している。また、車で北へ



カナダのオンタリオ州とアメリカのニューヨーク州とを分ける国境になっているナイアガラの滝 (Niagara Falls)、対岸はカナダになります。

1時間ほど走ると、オンタリオ湖 (Lake Ontario) に突き当たる。バッファローはニューヨーク州の一

番大きい都市であるニューヨーク・シティ（New York City）に次いで2番目に大きな都市である。同一緯度には北海道の函館が挙げられる。顕著な四季があり、夏季の最高気温は約25℃～30℃弱、冬季は寒冷であり、湖水効果雪による影響から全米有数の降雪地域としても知られている。

バッファローはカナダとの国境に面しており、トロント（Toronto）までは車で2時間弱の距離で、このためカナダとの関係が深く、ショッピングやビジネス、スポーツ観戦目的で、多くの人が毎日カナダ・米国間を行き来している。中規模都市でありながら国際的な雰囲気があるのもバッファローの特徴である。

### 3. ニューヨーク州立大学 バッファロー州校について

ニューヨーク州立大学 バッファロー州校は、ニューヨーク州立大学機構（State University of New York, SUNY system）に所属する大学である。ニューヨーク州立大学機構は1948に創立されており、今現在は、ニューヨーク州全域で64のキャンパス、6,000を超える学科と40万を超える学生を有する全米有数の巨大大学群となっている。バッファロー州校は、SUNY が設立するはるか前の1871年に師範学校として設立され、以来幾度の校名変更を経て、1961年に今の校名となり、今日に至っている<sup>1</sup>。

質の高い学術プログラムや実践的な学習経験、文化都市バッファローという立地を求めて、今現在、8,658人（Fall 2019）の学生が通っている。バッファロー州校では79以上の学士課程プログラムや64もの大学院プログラムを提供している。世界中からの留学生が在籍しており、グローバルな環境で学ぶことができ、教授のもとでの研究のみならず、インターンシップやサービ斯拉ーニングの経験をする学生も



ニューヨーク州立大学 バッファロー州校のランドマークとなる建物—Rockwell Hall

多くいる。バッファロー州校のESLプログラムでは、英語を母国語としない留学生に向けてオリエンテーションの開催、教授陣や大学スタッフによるサポートプログラム、到着時の空港出迎え、多様な国際文化イベントなどの開催を行っている<sup>2</sup>。

### 4. 研究内容

今回の在外研究は、「国際価値連鎖の下における付加価値貿易（Trade in Value Added, TiVA）の理論的、政策的、定量的分析に関する研究」のタイトルで行ってきた。以下、学術的背景と研究成果の二つに分けて報告する。

#### 学術的背景

今日、世界的規模で進行している生産工程の細分化・工程内分業・地理的分散という国際分業の展開は、世界貿易に新たな局面を生み出した。最終財を製造する国は、他国で製造された中間財を輸入し、これら中間財を用いて製造（組立）した最終財を最終消費国へ輸出するという国際価値連鎖（Global Value Chain, GVC）が形成されている。

国際価値連鎖の台頭はいくつかの要因が相まって生じたものであると考えられる。主としては、①大量消費からグローバルなサプライチェーンを形成したこと、②アウトソーシングとオフショアリングを起点とする国際生産ネットワークの形成、③インフラ・サービス業（輸送、通信、金融、保険）の革新的な発展、④関税政策の進化、⑤海外直接投資（FDI）により多国籍企業の生産活動の構造的・地理的多様化を促したことが背景にある<sup>3</sup>。

国際価値連鎖を反映して、一国のある財貨（物）の輸出過程において、多くの国を巻き込んで複雑に関係している。例えば、中国の日本への付加価値輸出は、日本の最終需要で直接日本向け輸出される付加価値分だけではない。中国が第三国向けに輸出した付加価値（中間財・部品など）が当該国で製品の製造に組み込まれて、その製品が日本の最終需要で日本へ輸出される場合の、いわゆる間接的に日本へ輸出される分も含まれる。一方、中国が日本からの付加価値輸入は、中国国内で最終需要されるいわゆる日本から直接輸入される付加価値分だけではない。日本国内で製品に組み込まれて世界（第三国）に輸出されたのち、中国の最終需要により輸入する

分（日本から間接輸入する分）も含まれる。こうした輸出入過程において、付加価値の一部は自国へ再輸出（逆輸入）される場合もある。特に輸出において双方の付加価値が含まれているという事実は、輸出のために相互に中間財・部品を輸入しあって生産活動を行っていることを意味する。

しかし、国際価値連鎖の下で行われている上記のような複雑化になった貿易取引に対して、貿易収支をみる従来の貿易統計指標が、各国が経済のグローバル化にどのように適応しているのかをより正確に把握しきれなくなり、一国の輸出の中に占めるその国の純国内付加価値を正確に測りし切れない状況が現れている。また、従来の貿易統計は国境を越えた取引を総額（gross value）ベースで記録するため、上述のような今日の国際貿易の特質からすれば、貿易フローを2重、3重に計上してしまう可能性が出てくる。さらに、第三国経由で相手国へ輸出される付加価値は当該国への輸出額に含まれていないし、逆に相手国からの輸入と認識されているものの中には自国の付加価値が含まれている可能性も出てくる。そこで登場する新たなアプローチは、付加価値貿易（Trade in Value Added, TiVA）という考え方<sup>4</sup>である。この付加価値貿易の考え方にもとづいて構築された統計（付加価値貿易統計）は、こうした二重計上分を取り除き、各国で創出された付加価値のみを捉えたものである。輸出又は輸入された財・サービス全体ではなく、各々の付加価値部分に着目することにより、GVCの状況を分析することが可能になる。

## 研究成果

研究成果については、国際価値連鎖の下における付加価値貿易の政策的、定量的分析に関する研究に限定して、一部継続中の研究内容も含めて報告を行う。在外研究期間中、主に日米中の3ヵ国を中心に、それぞれの国の付加価値貿易の定量的分析を行ったうえで、日米、米中、日中のそれぞれのGVCの下における2国間関係の分析を試みた。上記3ヵ国を中心に、とりわけ中国に軸足を置いて、定量的分析を進めるための第一次データの収集、分析のためのデータ分解、再構築などの作業を行ってきた。

まず、現段階における中国の国際価値連鎖の下に

おける付加価値貿易に関する分析結果は、以下のようにとまとめられる。

第1に、中国の財貨（物）輸出全体の国内付加価値額（率）はまだ低く、米国、日本などの先進国に及ばない水準で、2017年ではやっと7割に達したところである。しかし、WTO加盟後輸出全体に占める国内付加価値額（率）がずっと上昇傾向にあり、特に16年以降は急上昇してきている。国内付加価値額（率）の創造能力の向上は、加工貿易輸出から一般貿易輸出へ転換することによる国内付加価値創造能力の向上と、一般貿易、加工貿易のそれぞれの貿易形態内部での生産、加工水準の向上による国内付加価値創造能力の向上の2点が注目される。また、加工貿易形態による輸出の割合の低下は、完成品の輸出割合の低下と中間財・部品の輸出割合の急上昇をもたらす。

GVC地位が改善された結果として、高付加価値の財貨（物）を輸入に頼るのではなく、国産化する方向にシフトしている。これに伴って、GVCへの参加も、従来では国外から中間財・部品を輸入し加工・組立したのち輸出する形での参加が主であったが、現在では自らが第三国に中間財・部品を供給する形での参加も活発になっていると推測できる。このことは、先進国やアジア新興国からみても、自国の輸出に含まれる中国に源泉を求める付加価値の割合が上昇していることや中国からの輸入がこれらの国の輸出産業を支えている側面が従来よりも強まっていることを意味する。

一方、貿易形態別輸出構造が変化しているものの、加工貿易形態による輸出の財貨（物）の輸出総額に占める割合は依然として高く（総額統計ベースでの当該割合は34%、付加価値ベースでの当該割合は20%、2017年）、また、加工貿易輸出により創出された国内付加価値額は一般貿易輸出により創出された国内付加価値額の半分以上の産業部門も多く存在していることも明らかになった。

第2に、中国の輸出構造は、従来の労働集約型産業一極集中型輸出構造から労働集約型産業、技術・資本集約型産業多角分散型輸出構造へとシフトしてきていることが確認された。また、中国の輸出を牽引する産業は、繊維、アパレル、靴産業から電気、光学機器、機械産業へと変化していることが分かった。中国の電気、光学機器、機械産業の付加価値統計

ベースでの輸出の伸びは、総額統計ベースの輸出の伸びを上回り、HS分類第84、85、90類を主とする製品の国内付加価値額（率）も高まっており、技術・資本集約型産業を中心とする中間財の国産化・製品の高付加価値化（質への転換）が進展していることが伺える。

第3に、中国の電気、光学機器、機械産業輸出国内付加価値の財貨（物）輸出国内付加価値総額に占める割合が大きい割に、1,000ドル単位当たり輸出の国内付加価値額（率）が低いのが特に注視すべき点である。電気、光学機器、機械産業の1,000ドル単位当たり輸出の国内付加価値額（率）の平均値は6割以下である。特に、米国、EU、日本向け輸出では全国平均よりさらに低いのも見逃されない点である。

日本の貿易・投資戦略との違いという観点でみると、日本では付加価値の低い加工・組立生産工程を新興国に移転し、より付加価値の高い素材産業を強化することによって高付加価値輸出を確保してきた。中国ではこういった傾向がまだみられていない。

次に、日本については、2005～15年の間、ほとんどの輸出産業部門において、輸出先国の国内最終需要による付加価値輸出額と、輸出のための輸入中間財の割合ともに上昇してきている。このことから、日本の輸出産業のGVCへの参加は、より深化し整合された形で進んできていると考えられる。特に最大の輸出産業部門である輸送機械部門のその特徴が顕著に現れている。2015年についていえば、輸出総額ベースでは中国が最大の輸出相手国であるが、付加価値額ベースでは、米国が最大の輸出相手国であるという注目すべき点がある。また、日本の米国向け付加価値輸出額は、米国の最終需要により日本から直接米国へ輸出した付加価値額よりも多くなっていることも明らかになった。このことから、GVCの下において、相当部分の日本に源泉を求める付加価値が中国のような第3国経由で米国へ輸出されているということを意味する。

最後に、米国については、総輸出額に占める国内付加価値率は上昇傾向にあり、2011の87.3%から16年の91%まで上昇してきている。これは米国の輸出総額に占めるサービス輸出の割合が上昇したこと起因するものである。2015年についていえば、輸出

総額ベースではカナダが米国の最大の輸出相手国はであるが、付加価値額ベースでは、中国が米国の最大の輸出相手国となる。また、日本の米国向け付加価値輸出構造と同様に、米国の中国向け付加価値輸出額は、米国が直接中国へ輸出した付加価値額よりも多くなっている。すなわち、相当部分の米国に源泉を求める付加価値がほかの第3国経由で中国へ輸出されているということを意味する。

GVCの下においては、日本から見た3ヵ国関係についていえば、日本にとっての中国の位置づけは、過去10数年の間に輸出拠点から最終需要地へと変化しており、これに伴い、日本への影響の現れ方も変わる。中国の対米輸出に含まれる日本に源泉を求める付加価値は日本のGDPに占める割合が極めて低いため、日本へのマイナス影響は限定的であるといえよう。一方、中国の最終需要による対中付加価値輸出額のGDP比は3%程度まで拡大しており、日本経済の中国国内需要への依存度は上昇しているといえる。

上記の研究成果の一部の内容を、「付加価値貿易から見た中国の貿易構造変化」と題する学術論文として、去る2019年11月に刊行された広島経済大学経済研究論集第42巻第2号に掲載している。継続中の研究内容も含めて、残りの研究課題を今後の教育・研究の場でその成果を残したいと考えている。

## 5. おわりに

一年限定の在外研究期間であったが、実に満ちて充実した研究生活を送ることができた。学びの活気に溢れるキャンパスの中で、様々な研究会への参加、講義を通じての議論、年に一度開催される教職員研究・教育フォーラムでの研究成果パネル展示、



ニューヨーク州立大学 バッファロー州校図書館（E.H. Butler Library）前

授業アシスタントとしての教育サポート体験などの経験が自分にとって大きな財産となった。また、ESL クラスでの語学勉強や、教会が定期的で開催する晩餐会への出席、各種市民イベントへの参加を通じて、米国の多様性社会、文化、宗教への理解が深まった。このような貴重な機会を与えてくださった石田恒夫理事長、小谷幸生学長、石田優子副学長をはじめとして、在外研究に専念できるようにご尽力いただいた経営学科の諸先生方、職員の皆様方のお力添えによる賜物であったこと、ここに改めて心より深謝申し上げます。また、在外研究を受け入れてくださったニューヨーク州立大学 バッファロー州校の中国研究センターの Zhang Jie センター長と

バッファロー州校の関係の皆様方に感謝の言葉を申し上げ、研究報告の結びとする。

---

<sup>1</sup> ニューヨーク州立大学 バッファロー州校公式サイト (<https://suny.buffalostate.edu/history>) より。

<sup>2</sup> ニューヨーク州立大学 バッファロー州校公式サイト (<https://suny.buffalostate.edu/about#mission>) より。

<sup>3</sup> これら背景要因分析の詳細については、拙稿「国際価値連鎖の下における付加価値貿易と中国への影響」、『広島経済大学経済研究論集』第37巻第2号、2014年を参照されたい。

<sup>4</sup> 付加価値貿易の考え方や付加価値貿易の統計データベースの構築に関する詳細については、同上拙稿と拙稿「付加価値貿易から見た日本の輸出競争力」、『広島経済大学創立五十周年記念論文集』（上巻）、2017を合わせて参照されたい。

## Ⅱ 研究所委任事業

### 1 広島経済大学経済学会

#### (1)『論集』の刊行

令和元年度から、論集の刊行は年3回となった。『広島経済大学経済研究論集』、『広島経済大学研究論集』共に、計画どおり刊行した。

#### 『広島経済大学経済研究論集』 第42巻 第1号 (2019年7月)

- |        |   |                   |   |
|--------|---|-------------------|---|
| 論      | 説 | 平本 賢了             | インドネシアの海洋水産政策<br>—リアウ諸島州ナトゥナ県における総合海洋水産センター (SKPT) の開発— |
|        |   | 関 隆教              | 組織のサポートと仕事の自律性が営業担当者のクリエイティビティに与える影響                    |
| 研究集会報告 |   | 貫名 貴洋、宜名眞 勇、早川 和彦 | 地域経済における資本移動の流動性 —韓国の場合—                                |

#### 『広島経済大学研究論集』 第42巻 第1号 (2019年7月)

- |       |   |                           |   |
|-------|---|---------------------------|---|
| 論     | 説 | 嵐森 裕暢、広島市立安佐南中学校道徳教育推進委員会 | 道徳科の指導と評価を改善していく校内研修  |
|       |   | 餅川 正雄                     | 日本の相続法における特別受益制度と相続税法に関する研究   |
|       |   | 柳川 和優、磨井 祥夫               | シャウトによる筋力増強効果 —疲労の有無に着目して—  |
|       |   | Richard A. Forrest        | An Analysis of English-language YouTube Videos Related to Minamata Disease : Prior to the Release of the Hollywood Film “ <i>Minamata</i> ” |
| 研究ノート |   | 松田 亮                      | 広島経済大学におけるスポーツのマネジメントについて<br>—アスレティックデパートメント構想への提案—   |

#### 『広島経済大学経済研究論集』 第42巻 第2号 川村 健一教授 退任記念号 (2019年11月)

- |        |   |                      |   |
|--------|---|----------------------|---|
|        |   | 川村 健一教授              | 写真・略歴・業績  |
|        |   | 木之下 恒雄               | 川村 健一先生のご退任によせて                                   |
| 論      | 説 | 上野 信行                | 自動車産業における内示生産システムの運用<br>—部品サプライヤーからの聞き取り調査等による比較— |
|        |   | 高岡 義幸                | 米国建国期思想の形成とその特徴                                   |
|        |   | 野北 晴子                | 日本の貿易構造の変化にみる国際分業の深化                              |
|        |   | 広田 堅志                | 付加価値貿易からみた中国の貿易構造変化                               |
|        |   | 白 娜仁格日樂              | 欧米小売大手の日本における販売方策の特徴                              |
| 研究集会報告 |   | 藤原 久嗣                | 現場視点から見る経営課題と研究事例                                 |
|        |   | Sini Jokiniemi、細井 謙一 | Understanding Business Interaction in Japan       |

#### 『広島経済大学研究論集』 第42巻 第2号 (2019年11月)

- |   |   |             |   |
|---|---|-------------|---|
| 論 | 説 | 内海 和雄       | 資本主義はなぜ、集団スポーツを産んだのか (1 / 2)                      |
|   |   | 平岡 賢治、野本 純一 | 生徒の数学的活動を促す授業の教材研究に関する研究<br>—教科書の問題理解に関する方略の視点から— |
|   |   | 餅川 正雄       | 日本の相続法における寄与分の法的性質と相続税の課税に関する研究                   |

#### 『広島経済大学経済研究論集』 第42巻 第3号 前川 功一教授 退任記念号 (2020年3月)

- |  |  |         |                 |
|--|--|---------|-----------------|
|  |  | 前川 功一教授 | 写真・略歴・業績        |
|  |  | 一橋 信之   | 前川 功一先生のご退任によせて |

|         |             |  |
|---------|-------------|--|
| 依 頼 論 文 | 渡部 敏明       | Heterogeneous Autoregressive モデル<br>—サーベイと日経225株価指数の実現ボラティリティへの応用— |
| 論 説     | 重本 洋一       | レバレッジド・リキャピタリゼーションによる財務戦略は株式価値を高める<br>のか？ —理論的検討と事例分析—             |
|         | 得津 康義       | 投資主体別における株式需要の分析   |
|         | 丹羽 啓一、上野 信行 | 自動車産業のサプライチェーンにおける複合要因によるブルウィップ効果<br>に関する解析                        |
|         | 馮 萌芸、西脇 廣治  | パーゼル規制の導入と中国商業銀行のリスク管理   |
| 研究集会報告  | 山根 智沙子      | 出生時体重がその後の成果に与える影響   |
| 経済研究論集  | 第42巻 総目次    |  |

『広島経済大学研究論集』 第42巻 第3号 (2020年3月)

|     |                  |   |
|-----|------------------|---|
| 論 説 | 内海 和雄            | 資本主義はなぜ、集団スポーツを産んだのか (2 / 2)  |
|     | 宮畑 加奈子           | 台湾における憲法改正の進展と文化権の交錯  |
|     | 餅川 正雄            | 日本の相続法における自筆証書遺言の諸問題に関する研究  |
|     | Hiroshi Moritani | Exploring the Role Perceptions of University English Teachers:<br>A Comparison Between Japanese and Non-Japanese Teachers                                   |
| 資 料 | 竹林 栄治            | Die militärischen Ruinen um den Hafen Ujina vor dem Zweiten Weltkrieg<br>—Begleitend zur Exkursion des Zentrums der Logistik der Militärstadt<br>Hiroshima— |
|     |                  | 第二次世界大戦前の宇品港周辺の軍事遺構<br>—軍都広島 of 兵站拠点を実地見学するための手引き—  |

研究論集 第42巻 総目次

※ 論集のバックナンバーのタイトル検索は、広島経済大学ホームページをご利用ください。  
広島経済大学経済学会 研究論集：<http://www.hue.ac.jp/info/research/index.html>

※ 掲載論文等の内容は、広島経済大学図書館ホームページよりインターネット公開されています。  
広島県大学共同リポジトリ (HARP)：<http://www.hue.ac.jp/lib/harp.html>

## (2)『磐石』の刊行

本学の学部学生の卒業記念誌として『磐石』(第43号)を刊行し、卒業生全員に配布した。『磐石』の内容は、ゼミ毎の卒業論文題目、ゼミ教員の学生へのコメント及びゼミ生の卒業メッセージ、推薦卒業論文及び卒業制作で構成している。

『磐石』第43号 (2020年3月)

推薦卒業論文

- 石中 優果 (岡田 斎ゼミ) 「女性が活躍する企業とは—企業の施策からの分析—」
- 廣實 元陽 (藤谷 則夫ゼミ) 「下関市を子育てしやすいまちへ」
- 藤井 智史 (福居 信幸ゼミ) 「現行の地方創生政策・事業の評価と展望～人口減少による地方衰退と大都市への人口集中の要因分析を踏まえて～」
- 中村 果菜 (細井 謙一ゼミ) 「バイトテロの発生メカニズム～拒否回避欲求を強化する思考力不足と反情報不足感～」

## (3) 研究集会の開催

第1回 令和元年5月30日(木) 於 プレゼンテーションコート (明德館7階)

司会：野北 晴子 教授

報告：山根 智沙子 准教授

「出生時体重がその後の成果に与える影響」

第2回 令和元年6月27日（木） 於 研修室2（図書館4階）

司会：岡田 斎 教授

報告：藤原 久嗣 准教授

「現場視点から見る経営課題と研究事例」

第3回 令和元年7月4日（木） 於 プレゼンテーションコート（明德館7階）

司会：山本 貴裕 教授

報告：細井 謙一 教授

Sini Jokiniemi, D.Sc.(Econ.&Bus.Adm.), Certified Business Coach

「Understanding business interactions in Japan」

※ 研究集会の報告要旨は、『広島経済大学経済研究論集』及び『広島経済大学研究論集』に掲載されています。



#### (4) 経済学会の会則

### 広島経済大学経済学会会則

**第1条** 本会は、広島経済大学経済学会と称し、事務所を広島経済大学（以下「本学」という。）に置く。

**第2条** 本会は、経済学・経営学及び関連諸学に関する諸問題を研究及び調査することを目的とする。

**第3条** 本会は、前条の目的を達するために次の事業を行う。

- (1) 経済研究論集及び研究論集の編集並びに刊行
- (2) 研究集会及び講演会の開催
- (3) その他、本会の目的を達成するための事業

**第4条** 本会は、次の会員をもって組織する。

- (1) 普通会員は、本学の教員・大学院学生及び学部学生とする。
- (2) 特別会員は、本会に入会を特別に希望する者で、評議員会の承認を得た者とする。
- (3) 賛助会員は、本会のために特別の援助を与える者とする。

**第5条** 本会を円滑に運営するため、次の役員を置く。

- (1) 会長は、学長がこれにあたり、本会を代表して会務を統括する。
- (2) 副会長は、学部長がこれにあたり、会長を補佐する。
- (3) 評議員は、全教員をもって評議員会を組織し、本会の運営を行う。
- (4) 幹事は、地域経済研究所委員会委員をもって幹事会を組織し、本会の事業を推進する。
- (5) 会計は、事務局長とする。
- (6) 会計監査は、評議員2人をもってあてる。

**第6条** 会員は、次の会費を納入する。

- (1) 普通会員の教員は、年額2,000円を納入する。
- (2) 普通会員の大学院学生は、前期入学時に3,000円を納入し、後期入学時に4,500円を納入する。
- (3) 普通会員の学部学生は、入学時に6,000円を納入する。
- (4) 特別会員については、別に定める。

2 納入された会費は、返却しない。

**第7条** 会員は、経済研究論集及び研究論集の配布を受け、講演会、研究集会等に出席することができるほか、研究及び調査の活動を行うに必要な便宜が与えられる。

**第8条** 本会の運営を円滑に行うため、評議員会を年1回開くものとする。

**第9条** 本会に関する事務は、地域経済研究所で取り扱う。

**第10条** 本会則の改正は、評議員会の承認を要する。

附 則

この会則は、昭和42年4月1日から施行する。

附 則

この会則は、昭和52年4月1日から施行する。

附 則

この会則は、昭和63年4月1日から施行する。

附 則

この会則は、平成3年4月1日から施行する。

附 則

この会則は、平成9年4月1日から施行する。

附 則

この会則は、平成9年12月1日から施行する。

附 則

この会則は、平成11年4月1日から施行する。

附 則

この会則は、平成12年6月8日から施行する。

附 則

この会則は、平成16年6月10日から施行する。

#### 広島経済大学経済学会申合せ事項

1 幹事会の長は、地域経済研究所委員会委員長がこれにあたる。

2 幹事会に論集編集委員会を置き、編集委員会は幹事が兼務し、第3条第1項第1号の事業を行う。

(平成12年6月8日 経済学会評議員会で決定)

(平成16年6月10日改正)

## (5) 『論集』の投稿及び執筆要項

### 広島経済大学『経済研究論集』・『研究論集』投稿要項

〔平成22年6月10日 制定〕

#### I 趣 旨

この要項は、広島経済大学経済学会会則第3条1項（以下、会則という）に基づき『経済研究論集』及び『研究論集』（以下、論集という）の投稿について必要事項を定める。

なお、執筆要項は別に定める。

#### II 論文内容・投稿資格等について

##### (1) 投稿資格

論集の投稿資格は次の各号のいずれかに該当する者とする。

- ① 広島経済大学に在職する教員
- ② 大学院博士課程後期課程に在籍する者

但し、指導教員の推薦を得なければならない。

##### ③ 名誉教授

なお、多年にわたり本学の教育・研究に貢献し、定年退職した者は、名誉教授に準ずる。

##### ④ 編集委員会（以下、委員会という）が執筆を依頼した者、あるいは特に認めた者

##### ⑤ 本学非常勤講師

但し、当該学科に掲載の可否について検討を依頼した上で、委員会で了解を得、年会費相当額を収めた者

##### ⑥ 学外者との共著は、本学教員が代表者で、かつ当該論文作成に相当な貢献をした者に限る。

##### (2) 投稿者の責任

提出された原稿に関するすべての責任は、執筆者が負うものとする。翻訳についても、翻訳者が責任をもって原著者の承認を得ておくものとする。

##### (3) 投稿原稿の区分

投稿原稿は、原則として未発表のものとし、その区分及び内容は以下のとおりとする。

##### ① 論説

理論的または実証的な研究成果、あるいはそれらを統合した知見を示すものであり、独自性があり、論文として完結した体裁を整えているもの。

##### ② 研究ノート

論説に準じるもので、研究の新たな動向などをまとめたもの。

##### ③ 翻訳

##### ④ 書評

##### ⑤ その他（資料、調査、研究集会報告、博士論文要旨ほか）

##### (4) 著作権・編集権について

投稿された原稿の著作権は執筆者に属し、当学会は編集権を持つものとする。但し、論集の電子化・公開に関連して、執筆者は著作権の行使を当学会に委任するものとする。

##### (5) 使用言語

投稿原稿で使用する言語は、原則として日本語及び英語とする。

(6) 投稿の受付

投稿を希望する者は、所定の投稿申込書を、原稿締切日の2週間前までに地域経済研究所に提出する。  
「投稿申込書」の様式は別途定める。なお、投稿論文数は、原則として当該号に一人1編とする。

(7) 原稿の長さ

原稿の長さは、論説の場合、スペース込みで24,000字を上限とする。欧文の場合もこれに準ずる（約8,000語）。連載は、特別な場合を除き4回までとする。

(8) 文字数の厳守

投稿原稿の文字数を厳守すること。超過した際は、刷り上り1頁に付き6千円のページチャージを徴収する。但し、当分の間5頁超過までは徴収しない。

(9) 原稿の受付及び刊行時期

論集の刊行は年3回とする。原稿の受付及び刊行時期は下表のとおりとする。

| 原稿の受付 | 刊行時期 |
|-------|------|
| 4月末   | 7月末  |
| 8月末   | 11月末 |
| 12月末  | 3月末  |

(10) 刊行の中止

本要項Ⅱ(3)のうち①論説、②研究ノート、③翻訳の投稿原稿総数が少数の場合は、刊行を延期する事がある。その場合、投稿原稿は次号に掲載する。

(11) 論文掲載の採否および区分

- ① 論文掲載の採否は、編集委員会が決定する。また、原稿区分は投稿者の意を受け編集委員会で審査のうえ決定する。
- ② 掲載が決定した後は、原則として原稿内容の大幅な修正・変更は認めない。

(12) 原稿料

原稿料は、支払わない。但し、学外者への依頼原稿（論説）は3万円を支払う。

(13) 校正

掲載原稿の校正は原則として2回までとし、校正ミスに関する責任は執筆者がそのすべてを負うものとする。原稿内容の大幅な修正・変更は認めない。

なお、校正の期間は、原則として初校が7日、再校が5日とする。

(14) 抜き刷り

抜き刷りは、30部までは無料とし、これを超える部数についての料金は、執筆者が相当分の実費を負担する。

附 則

- 1 この要項は、平成22年6月10日から施行する。
- 2 広島経済大学『経済研究論集』・『研究論集』投稿についての申合せ（平成12年6月8日制定）は、廃止する。

附 則

この要項は、平成31年4月1日から施行する。

## 広島経済大学『経済研究論集』・『研究論集』執筆要項

〔平成22年6月10日 制定〕

### 趣 旨

この要項は、『経済研究論集』及び『研究論集』（以下、論集という）の投稿要項に基づき、原稿執筆について必要な事柄を定める。原則としてこの執筆要項に記載の無い事柄は、(独) 科学技術振興機構（JST）が策定する科学技術情報流通技術基準（SIST）の「学術論文の執筆と構成」に準拠する。

#### (1) 原稿

提出原稿は、完成原稿とし、執筆要項に従って執筆したもので、原則として Microsoft Word で作成した電子原稿（以下原稿とする）とし、印刷したものを1部提出する。

#### (2) 論文の構成要素

論文を構成する必須要素は、以下のとおりとする。

- ① 標題
- ② 著者名
- ③ 著者の所属機関名等
- ④ 本文
- ⑤ 注記
- ⑥ 参考文献

#### (3) 原稿の標準的作成方法は、以下のとおりとする。

- ① 用紙サイズは、A 4判縦長とし、横書き1段組とする。但し、刷り上りは、2段組となる。  
Microsoft Word の42文字×38行を基準とし、余白は、上25mm、下25mm、左25mm、右25mmとする。
- ② フォントは、和文においては明朝、欧文は TimesNewRoman を基本とする。
- ③ 文字ポイントは、和文は10.5pt、欧文は12pt とし、和文はひらがな、カタカナ、漢字を全角とし、欧文英数字は半角を使用する。
- ④ 論文の構成要素の掲載順序は、以下のとおりとする。

(1)標題、(2)副題名、(3)著者名、(4)本文、(5)注記、(6)参考文献

#### (4) 1 ページの体裁

- ① 標題は、中央揃えで記載する。
- ② 副題名は、行を改める。
- ③ 著者名は、標題から1行開けて中央揃えで記載する。名前の後には、著者の所属を参照するために、上付きで記号を付記し、脚注（後述）で所属を記載する。なお、著者が複数の場合、中黒点で区切る。欧文の場合は、最後の著者名とその直前名の間は and で区切る。
- ④ 著者の所属は、脚注に次のとおり記載する。

和文の場合

\* 広島経済大学経済学部教授

欧文の場合

\* Professor, Hiroshima University of Economics, Hiroshima, Japan

#### (5) 本文の体裁

- ① 章・節・項は、原則として次のとおりとする。本文は、それぞれから1行改行して記載する。

|   | 表記                | 表示位置       |
|---|-------------------|------------|
| 章 | 1. 2. 3.          | 行の左端       |
| 節 | 1.1 1.2 1.3       |            |
| 項 | 1.1.1 1.1.2 1.1.3 | 行の左端から1文字目 |

## ② 数字

- (1) 原則として算用数字（アラビア文字）（半角）を使用する。
- (2) 熟語、成句、固有名詞は和数字を使用する。

## ③ 図・写真と表

- (1) 図・写真及び表は、A 4判用紙で縮尺を考慮した完全な図面として提出する。オリジナルは一つごとに別紙として原稿の最後にまとめる。本文原稿の右欄外に朱書きで「図1. 入る」、「表1. 入る」と記入し、それらの掲載箇所を指定する。
- (2) 図（グラフ、説明図、写真等）は、図1、図2として、その次に図の表題を記載する。図の番号及び表題は、図の下に記載することを原則とする。
- (3) 表は、表1、表2としてその次に表の表題を記載する。表の番号及び表題は、表の上に記載することを原則とする。
- (4) 図表等を他の文献から転載する場合は、著者の責任において転載許可を得て、その出典を明記すること。

## ④ 注記・参考文献

注記については、原則として、次の(1)または(2)によるものとする。

- (1) 注記と文献引用を区別しない場合は、1)、2) …の通し番号を参照箇所の右肩に、章節に関係なく付け、注記・文献引用そのものは、本文末尾に番号順にまとめて記載する。  
〔例1〕 ……もっとも賢明な選択であると考え<sup>12)</sup>。  
〔例2〕 ……土地領主権を基礎とする関係が原則となった<sup>23)</sup>。

<文末に>

注記 12) Keohane, R. O. *After Hegemony*, Princeton University Press, 1984.

猪口邦子「パックス・アメリカナを越えて」『世界』, 1987, 1月号.

23) 肥前栄一氏が、ロシア貢納制における……を、ヒトーヒトーヒトの展開と規定していることは興味深い（肥前栄一「家族史から見たロシアとヨーロッパ」『ユーラシア研究』第3号, 1994年, 17-18ページ）。

- (2) 注記と文献引用を区別する場合、注記については上記(1)の様式によるが、文献引用については、下記の例のように著者名、発行年で示し、本文末尾に参考文献を著者名順に掲載する。欧文の著者名はアルファベット順、和文の著者名は五十音順に、それぞれ列記する。なお、同一著者の同一年の著書・論文を複数引用する場合は、発行年の次に a, b…を付ける。

〔例3〕 Bencivenga, Smith and Starr (1995) は、金融市場の発達が……

〔例4〕 ……金融市場への政府介入が不可欠であったと考えられている（寺西, 1995a）。

<文末に>

参考文献

Bencivenga Valerie R., Bruce D. Smith, and Ross M. Starr (1995): “Transactions Costs, Technological Choice, and Endogenous Growth,” *Journal of Economic Theory* 67, pp.153-177.

寺西重郎 (1995a) 『経済発展と途上国援助』 東京大学出版会

- (3) 注記・文献引用の他に参考文献がある場合は、(2)と同様に著者名順に列記する。
- (4) 学問分野によって、上記(1)または(2)により難しい場合は、適切と思われる様式とする。ただし、本誌の体裁を著しく損ねると予想される場合は、編集委員会がその修正・変更を求めることもある。

## 附 則

- 1 この要項は、平成22年6月10日から施行する。
- 2 広島経済大学『経済研究論集』・『研究論集』投稿についての申合せ（平成12年6月8日制定）は、廃止する。

## 2 中四国商経学会

本学会は、日本学術会議協力学術研究団体であり、1959年に「中国・四国地方における経済学、商学及び経営学の研究者間において、研究の交流と相互の親睦をはかること」を目的に発足された。既に半世紀以上にわたって、当該分野の研究発表とともに地域が抱える課題の研究発表の場として、毎年12月に研究大会を開催している。

2018年度から中四国商経学会の事務局は下関市立大学に移り、2019年度第60回大会は同校で実施された。本学の中四国商経学会会員は27名である。

### ◎参考：中四国商経学会会則

## 中四国商経学会会則

（1962年12月1日）

- 第1条（名称） 本会の中四国商経学会と称する。
- 第2条（目的） 本会は、中国・四国地方における経済学、商学及び経営学の研究者間において、研究の交流と相互の親睦を図ることを目的とする。
- 第3条（事業） 本会はその目的を達成するため、研究会の開催、その他適当な事業を行う。
- 第4条（会員） 本会の会員は、中国および四国地方において、経済学、商学および経営学の研究に従事するものとする。
- 第5条（会費） 本会の会員は、総会の定めるところに従い、会費を納めるものとする。
- 第6条（運営） 本会はその運営のため、総会と理事会をおく。
- 総会は年に1回開催し、会則の変更および本会の運営に必要な事項を決定する。
- 理事会は理事若干名をもって構成し、総会の定めるところに従い、会務を処理する。

## 細 則

（2018年9月改正）

1. 会員は大学に所属する研究者であることを原則とするが、これに準ずるその他の研究者も、理事会の承諾を得て会員となることができる。
2. 会費は、各会員につき年額千円とし、各大学等を単位として一括して徴収する。
3. 会長を1名おく。
4. 理事は、原則として5名以上の会員を有する各大学が推薦した会員（各大学より各1名）がなるものとする。但し、次回当番校より理事が出ていない場合には、その都度当該当番校の会員に理事を委託する。
5. 大学院の学生の研究報告にあたっては、本人が会員（報告年次の入会予定を含む）、または会員との連名報告であることを要件とする。
6. 本会の連絡、会計事務は本会事務所においてこれを行う。
7. 本会の事務所は下関市大学町二丁目1番1号下関市立大学難波研究室内におく。

### Ⅲ 産学官連携・域学連携

#### 1 令和元年度産学官連携・域学連携に関する調査結果一覧表

| 教員名   | 内 容   |
|-------|---|
| 石川 明美 | <p>【研究調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスの視点から提案する新しい食育活動と若者へのみそ消費拡大</li> </ul> <p>【メディア関係】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食育に関心を持つ学生有志による商品開発（商品名：ゼロから始めるみそ life !!）を行い、新庄みそ本社で記者発表を行った。（2019年5月9日付『中国新聞』に掲載）</li> </ul>   |
| 尾方 剛  | <p>【著作】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・雑誌「月刊ランナーズ5月号」執筆</li> <li>・雑誌「第96回箱根駅伝速報号」執筆</li> </ul> <p>【学会発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第34回日本体力医学会近畿地方会「大学陸上競技部長距離選手のコンディションを反映するバイタルサイン」新型コロナウイルスのため中止のため、学会ホームページにおける予稿集の誌上開催となった。</li> </ul> <p>【委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広島県生涯学習審議会委員</li> <li>・広島県社会教育分科会委員</li> <li>・広島県スポーツ推進審議会委員</li> <li>・NPO 法人熊野健康スポーツ振興会 理事</li> </ul> <p>【講演会・シンポジウム】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・やるき応援プロジェクト（東京オリンピック）</li> <li>・シティカレッジ（生涯学習講座）</li> <li>・広島県オリパラ教育推進事業（尾道商業）</li> <li>・走り方教室（広島県教育委員会主催）江田島市立三高中学校・大柿中学校、東広島市福富中学校・高屋中学校</li> <li>・第47回熊野駅伝大会 表彰式プレゼンター（来賓として）広島県安芸郡熊野町</li> </ul> <p>【メディア関係】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全力応援 スポーツ LOVERS TV 出演 テレビ新広島</li> <li>・TOYOTA SOCIAL FES !! in 2019 宮島清掃活動</li> <li>・「お好みワイドひろしま」ニュース番組インタビュー NHK 広島</li> <li>・明日号砲！レース直前スペシャルトーク NHK 第25回全国男子駅伝関連イベント「Run（ラン）ナビ！ひろしま男子駅伝」</li> <li>・「マイあさ」電話出演 NHK ラジオ「全日本大学駅伝」見どころ R1.10.29<br/>「福岡国際マラソン」の見どころ R1.11.29<br/>「全日本実業団駅伝」見どころ R1.12.25<br/>「箱根駅伝」見どころ R1.12.27<br/>「東京マラソン」見どころ R2.2.28<br/>「びわこ毎日マラソン」の見どころ R2.3.5</li> <li>・「熱戦凝縮！全国高校駅伝2019」NHK-BS1</li> <li>・「news23」電話出演 TBSテレビ</li> <li>・「ミント！」電話出演 MBS 毎日放送</li> <li>・マラソングランドチャンピオンシップ TBSテレビ 2号車解説</li> <li>・第17回世界陸上競技選手権大会（カタール・ドーハ）TBSテレビ TV解説</li> <li>・東京マラソン2020 フジテレビ 2号車解説</li> <li>・第96回箱根駅伝 NHK ラジオ解説</li> <li>・男子第70回全国高校駅伝 NHK TV解説</li> <li>・第25回全国男子駅伝 NHK TV解説</li> <li>・第64回全日本実業団対抗駅伝競走大会 TBSテレビ 2号車解説</li> <li>・第75回びわ湖毎日マラソン大会 NHK ラジオ解説</li> <li>・第58回中国実業団陸上競技選手権大会 RCC中国放送 TV解説</li> </ul> |
| 木本 一成 | <p>【講演会・シンポジウム】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三原市立沼北小学校 校内研修会 講師</li> </ul>   |
| 幸田圭一郎 | <p>【委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国経済連合会 人材育成専門部会（分科会2）メンバー</li> <li>・日本ベンチャー学会 第22回全国大会実行委員</li> </ul> <p>【講演会・シンポジウム】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスアイデア創出・プラン作成セミナー 講師 主催：中国地域産学官コラボレーション会議・日刊工業新聞社 共催：広島経済大学（2019.5.18～19）</li> </ul>   |

|       |  |
|-------|--|
| 澤 滋久  | <b>【研究調査】</b><br>・科研「介護・看護労働への外国人労働者の参入と地域労働市場」・特養施設案友会「川内の里」協力  |
| 瀬戸 正則 | <b>【論文】</b><br>・「アントレプレナーシップ創出とベンチャービジネス新展開への期待 ―中国地域におけるイノベーション政策と企業家の取組みから―」『VENTURE REVIEW』（日本ベンチャー学会誌）、No.35、pp.3-18、2020.3発刊。<br><b>【研究調査】</b><br>・「中国生産性本部」幹部対象の役員研修事前ヒアリング、2019.4.8、（於）広島市。<br>・「中国経済連合会」とのベンチャー支援施策に係るヒアリング、2019.4.8、（於）広島市。<br>・「広島県（商工労働局イノベーション推進チーム）」との、中国地域内ベンチャー企業に係るヒアリング・情報交換、2019.4.16、10.23、12.3、2020.1.28、（於）広島県庁。<br>・「ローツェ(株)」創業者（崎谷文雄取締役相談役）に対する、日本ベンチャー学会第22回全国大会における企業事例報告依頼・意見聴取、2019.5.8、（於）同社福山本社。<br>・福山市立大学都市経営学部（玉井由樹教授）との、備後地域内ベンチャー企業対象調査に係る意見交換・情報収集、2019.5.8、12.25、（於）福山市立大学。<br>・「(株)コーポレーションパールスター」経営者対象ヒアリング調査、2019.5.22、（於）広島県安芸津町。<br>・「産業保健法学会」幹部（近畿大学法学部：三柴丈典教授）との、資格認定講座方針に係る情報交換等、2019.5.29、（於）近畿大学。<br>・「(株)フジサワ・コーポレーション」経営者対象ヒアリング調査・工場見学、2019.6.7、（於）東京都。<br>・中部大学経営学部（辻村宏和教授）との、経営理念研究等に係る意見交換・情報収集、2019.6.22、（於）名古屋市。<br>・「デリカウイング(株)」創業者（細川匡会長）に対する、日本ベンチャー学会第22回全国大会における企業事例報告依頼・意見聴取、2019.6.25、（於）同社広島本社。<br>・「(株)大創産業」創業者（矢野博丈会長）に対する、日本ベンチャー学会第22回全国大会における企業事例報告依頼・意見聴取、2019.6.26、（於）同社広島本社。<br>・「(株)内海機械」経営者対象ヒアリング調査・工場見学、2019.7.3、（於）福山市。<br>・「(株)八天堂」経営者対象ヒアリング調査、2019.7.3、（於）三原市。<br>・「(一社) 日本能率協会」KAIKA 研究所長等との、経営理念研究に係る意見交換・情報収集等、2019.7.5、12.20、（於）東京都。<br>・「全日本空輸(株)（人財戦略室人事部）」幹部との、経営理念研究に係る意見交換・情報収集等、2019.9.6、（於）東京都。<br>・「中国経済産業局（経営支援課）」及び「(一社) 中国地域ニュービジネス協議会」幹部との、中国地域内ベンチャー企業に係るヒアリング・情報交換、2019.10.21、（於）広島市。<br>・「日本リーダーシップ学会」新井敏夫副会長等幹部ヒアリング・情報交換、2019.12.20、（於）工学院大学。<br>・「ローツェ(株)」創業者（崎谷文雄取締役相談役）との中国地域内ベンチャー企業に係るヒアリング・情報交換、2019.12.25、（於）同社広島本社。<br>・「(一社) 中国地域ニュービジネス協議会」細川匡会長等幹部との、中国地域内ベンチャー企業に係るヒアリング・情報交換、2020.1.23、（於）広島市。<br>・「(株)ウイング」「シバセ工業(株)」経営者との「人を大切にする経営」に係る意見交換・情報収集、2020.3.6-7、（於）中小企業大学校広島校。<br><b>【学会発表】</b><br>・経営哲学学会 第36回全国大会「理念主導型経営と制度的リーダーシップに関する一考察 ―原点思考の経営者言行から―」、2019.8.31、（於）立命館大学。<br>・日本ベンチャー学会「第22回全国大会」実施（大会実行委員長）、2019.12.7-8、（於）広島経済大学。<br><b>【委員会】</b><br>・「日本マネジメント学会」第1回理事会、2019.6.8、（於）立教大学。<br>・「日本ベンチャー学会」第22回全国大会 自由論題報告審査会、2019.8.27、（於）広島経済大学。<br>・「日本ベンチャー学会」第50回理事会、2019.9.3、（於）東京都。<br>・「(公財) ひろしま産業振興機構」令和元年度 第1回経営委員会、2019.10.17、（於）広島市。<br><b>【講演会・シンポジウム】</b><br>・「中国生産性本部」主催『中国労組生産性会議役員研修会』講師、2019.4.25、（於）広島市。<br>・「(一社) 産業保健法学会」主催第8期『メンタルヘルス法務主任者・産業保健法務主任者資格講座』『リーダーシップ論とメンタルヘルス ―理念主導型経営のカギはリーダーにあり―』講師、2019.9.7、（於）東京都。<br>・「法政大学大学院政策創造研究科」主催「中小企業論」（社会人対象）講師、2020.1.10、（於）法政大学。<br>・「広島県労働協会」主催『人材育成セミナー』『個（人・組織）を活かす戦略経営セミナー』講師、2020.1.29、（於）広島市。<br>・「広島経済大学」主催『キャリアアップ・プログラム（社会人対象講座）2019』『現代中小企業経営論の基礎』講師、2020.1.16～3.5、（於）広島市。<br><b>【メディア関係】</b><br>・テレビ番組取材対応<br>広島ホームテレビ『5 up!』『徹底ツイキュウ！なるほどニュース』、2019.5.16、（於）広島市。<br><b>【ゼミ活動】</b><br>・「(株)総合センター」経営者及び幹部社員との懇談会（演習Ⅰ「夏期合宿」にて）2019.8.9-10、（於）呉市 |

|       |   |
|-------|---|
| 田中章司郎 | <p>【学会発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ Analysis of Regional Economic Growth against Crisis: US-Japan Statistical Comparative Study Before-After Lehman's Shock, ISI World Statistics Congress 2019 (Kuala Lumpur), by Gigih Fitrianto, Shojiro Tanaka, and Ryuei Nishii</li> </ul> <p>【委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報処理学会情報規格調査会 SC32委員会委員 (ISO/IEC JTC 1 ソフトウェア国際標準化活動)</li> </ul>   |
| 胤森 裕暢 | <p>【論文】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 胤森裕暢・広島市立安佐南中学校道徳教育推進委員会「道徳科の指導と評価を改善していく校内研修」『広島経済大学研究論集』第42号第1号</li> </ul> <p>【学会発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第68回全国社会科教育学会全国研究大会のフォーラム（学会企画型）発表者 他</li> </ul> <p>【委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 全国社会科教育学会理事</li> <li>・ 教育ネットワーク中国「大学間・高大連携委員会」委員</li> <li>・ 広島市教育委員会「平和教育プログラム検証会議」構成員（学識経験者）</li> <li>・ 広島市教育委員会「広島市教員等育成に関する協議会」構成員</li> <li>・ 広島県立三原東高等学校「学校運営協議会」委員（委員長）</li> <li>・ 広島市立美鈴が丘高等学校「学校協力者会議」委員（評価部会）</li> <li>・ 東京書籍「編集協力者」</li> </ul> <p>【講演会・シンポジウム】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 独立行政法人教員研修センター主催の中央研修指導者、ブロック別研修講師</li> <li>・ 教育ネットワーク中国公開講座「これからの教師像」コーディネーター</li> <li>・ 広島市教育委員会主催の各研修講師</li> <li>・ 広島県内小学校、中学校、高等学校主催の校内研修講師</li> <li>・ 広島市中学校教育研究会第Ⅱ部門「全体会」講師</li> <li>・ 広島市立高等学校公開授業連絡協議会「公開研究授業」指導・助言者</li> <li>・ 広島県公立高等学校教頭会「部会別研修会」講師</li> </ul> <p>【ゼミ活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広島県児童虐待防止推進企業連合 Team ひろしまオレンジリボン・広島県・広島市主催「オレンジリボン AWARD」優秀賞受賞</li> </ul> |
| 糠谷 英輝 | <p>【論文】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 単著「産業面から見たインド経済とインドビジネス～IT産業を中心に」公益財団法人資本市場研究会『月刊資本市場』No.412 2019年12月号（pp.48～57）</li> </ul>  |
| 藤谷 則夫 | <p>【研究調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 島根県江津市「風の国」活性化調査</li> </ul> <p>【委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広島市総合計画審議会（委員）</li> <li>・ 備北丘陵公園北エリア運営協議会（会長）（国交省社会実験事業）</li> </ul> <p>【ゼミ活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 夏季ゼミ合宿（島根県江津市「風の国」活性化調査）</li> </ul>   |
| 細井 謙一 | <p>【研究調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 営業活動の実態調査（広島市内の複数企業に所属する営業担当者にインタビュー調査。フィンランド、トゥルク大学 Sini Jokiniemi 氏と共同調査）</li> </ul> <p>【委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アスカネット（株）、社外取締役</li> <li>・ （公財）広島市産業振興センター、理事</li> <li>・ いい店広島顕彰事業、審査委員（審査委員長）（広島市、広島商工会議所、広島市内8商工会の共同事業）</li> <li>・ テレビ新広島（株）、番組審議会委員（副委員長）</li> <li>・ （一財）お好み焼アカデミー、理事</li> <li>・ 教育ネットワーク中国、運営委員</li> </ul> <p>【メディア関係】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ RCC「イマなま」のお好み焼き特集コーナー「われらお好み探偵団」の企画・出演（計16回）</li> <li>・ その他、新聞・テレビ多数</li> </ul> <p>【ゼミ活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ オタフクソースへのマーケティング活動改善提案（オープンキャンパスで「リアル授業ライブ」と称して成果発表会を開催し、高校生、保護者にも紹介）</li> <li>・ カゴメ、執行役員を招いての研究会</li> </ul>   |

## 2 産学官連携推進助成

### (1) 研究助成一覧

【令和元年度】

■藤谷 則夫教授及びゼミ生と株式会社第一ビルサービス

■石川 明美教授及び食育に興味を持った学生と新庄みそ(株)

### (2) 研究成果報告

#### 島根県江津市「風の国」活性化調査

2019年11月

＜調査者＞ 経済学科 教授 藤谷 則夫

藤谷ゼミ 藤井まなみ 三浦美菜子 大森 達也 和田 龍磨  
内野 大樹 小野 航 菅 明日香 杉田 千愛  
西村 元晴 溝上 葉月 漆本 友翔 三上 亮太  
荒川 拓哉 廣田 純也 井上明日香 尾川 直

#### 要 旨

島根県江津市「風の国」活性化調査は、広島経済大学と株式会社第一ビルサービスの2019年度産学連携事業として実施されたものである。

「温泉リゾート風の国」は1995年に開業して以来第3セクターが運営していたが、2019年4月に株式会社第一ビルサービスに譲渡され、現在同社が運営している。「風の国」の特長は、豊富な自然環境と充実した施設を有していることであるが、年間利用者は、開業時（1997年度）の149千人から、2017年度は54千人まで低下し、1997年度の約3分の1にとどまっている。本報告書は、若者（学生）の視点から「風の国」を見直し、課題に対する解決案と今後の方向性を提言した。

短期的課題への対応として、「施設」や「サービス」、「情報発信」、「イベント」の改善策と新たな提案を行った。特に、利用されていない施設の改善や活用策を考えることが優先課題である。

また、長期的課題への対応として、露天風呂の設置と遊歩道の整備が必要であり、それらが、「風の国」の強みである温泉と自然の非日常空間の創出に資すると考える。そのほか、猫カフェの設置や徐々にイルミネーションを拡大していくことや、「水の国」などの地域資源を活用した地域との連携強化を図ることが必要である。

#### はじめに

島根県江津市「風の国」活性化調査は、広島経済

大学と株式会社第一ビルサービスの2019年度産学連携事業として実施されたものである。

「温泉リゾート風の国」（以下「風の国」という）は1989年に竹下内閣のふるさと創生1億円事業を契機として、滞在型宿泊施設の建設に至り、1997年に全体オープンした。開業後、主要幹線道路の新設改良や住宅団地など町へのインフラ整備やピクニックランや温泉、スポーツなど県内外へ地域のPR素材として活用するに貢献した。しかし、近年来場者が減少し、2019年4月に株式会社第一ビルサービスに譲渡された。

温泉と豊かな自然を享受できるという「風の国」の強みを集客に活かせていないことが課題となっている。本報告書は、若者（学生）の視点から「風の国」を見直し、活性化のための具体的方策を提言する。

本報告書の具体的な構成は、第1章で「風の国」の現状と課題を述べる。「風の国」の既存施設の有効活用や情報発信の不足、イベントの少なさ、サービスの課題について述べる。

第2章では、島根県江津市の現状と課題について述べる。江津市は、人口減少と少子高齢化が進展し、観光客数も減少傾向にあり、まちの活性化が喫緊の課題となっている。「風の国」と周辺の観光地あるいは地域資源とは遠くない距離にあり、ハブ機能を持つ観光拠点の1つとして位置づけられる。また、近隣にこのようなレクリエーションや保養機能のある施設がないので、地元住民の利用の期待は高

いものと推察される。

第3章では、藤谷ゼミが夏休みの3日間の合宿で行った現地調査をまとめている。視察と「風の国」に関係されている人達へのインタビューを通して、改めて「風の国」の課題を整理し、活性化の方向を検討している。

また、来訪者のアンケート調査から、来客数のニーズ分析を行い、どの地域の年齢層をターゲットに対策を立てればよいかを示す。

第4章では、先進事例を紹介し、今後の方向性を検討する上での材料を提供する。ここでは、三朝館（鳥取県）、国立山口徳地青少年自然の家（山口県）、なばなの里（三重県）、伊賀の里モクモク手づくりファーム（三重県）を取り上げる。これらの先進事例から、「温泉」は、アンケート調査や現地調査の中で指摘のあった事項を改善して、顧客ニーズに応えること、「自然」は、遊歩道を整備して、自然を学ぶことや癒しを感じられる環境にすること、「体験」は、今ある「風の工房」の体験メニューのほかに、新たなイベントを加え、ファミリー層や地元の人たちを集客することの示唆が得られた。

第5章では、「風の国」の活性化の具体的方策を述べる。江津市の人口が減少し、観光客数も減少することが予測される中で、地域の拠点としての役割を果たすために必要な施設であるという認識のもと、「短期的課題への対応」と「長期的課題への対応」として、改善策と新たな提言を行う。

具体的には、「短期的課題への対応」では、「施設」については、改修すべきところを指摘し、施設の新たな活用方法を提案する。その場合、施設の拡充や増設も必要になる。「情報発信」では、ホームページは訪問者が最初に見るサイトなので定期的更新をすることやドローンによる空撮動画を提案している。「イベント」では、20代及び30～40代のファミリー層を中心とした来訪者に対して、パンマルシェなどの定期開催や体験企画を提案している。「サービス」では、案内板やWi-Fi利用、食事メニューの改善のほか、オリジナル土産物などの提案を行っている。

「長期的課題への対応」への対応では、露天風呂の設置と遊歩道の整備を挙げ、それらが、「風の国」の強みである温泉と自然の非日常空間の創出に必要であることを述べる。

そのほかの提案として、猫カフェの設置や「水の国」などの地域資源との連携強化を述べている。

こうした課題への対応によって、「風の国」だけでなく、江津市全体の活性化の一助になると考える。

## 第1章「風の国」の現状と課題

### 第1節 「温泉リゾート風の国」の位置と成り立ち

「温泉リゾート風の国」（以下「風の国」という）は、島根県江津市に位置しており、広島市内から車で約1時間30分の場所にある（図1）。

図1 温泉リゾート風の国の位置図（島根県内）



出所：Google map「温泉リゾート風の国」<https://www.google.co.jp/maps/place/>（2019年7月10日現在）

「風の国」は、1989年に竹下内閣のふるさと創生1億円事業を契機として、滞在型宿泊施設の建設に至り、1995年から開業し1997年に全体オープンした。第三セクター方式で運営を続けてきたが、来訪者数の減少から民間の運営に切り替えることになり、2019年4月に株式会社第一ビルサービスに譲渡され、現在は、同社が運営している。

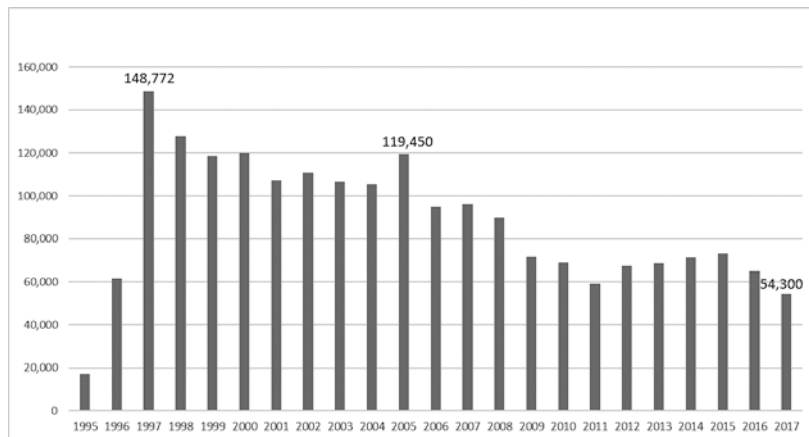
最盛期は開業年度（1997年度）で、年間利用者は148千人、直近（2017年度）の年間利用者は54千人である。「風の国」は、豊富な自然環境と充実した施設を有していることが特長である。「風の国」の主な施設として、「風の館」、「森の小舎（コテージ）」、「レストラン風化」、「全天候型テニスコート」、「グラウンドゴルフ場」、「ドッグラン」、「風の舞台（能舞台）」、「風の工房」などがある。しかし、施設は老朽化が進み、全てが開場・修復されているわけではない。

## 第2節 「風の国」の訪問客数

「風の国」訪問客数は1997年の148,772人が最も多かった。そこから、年々減少してきたが、2005年には119,450人と若干の増加が見られた。

しかし、2017年には54,300人となり、1997年のピーク時に比べ約3分の1にとどまっている（図2）。

図2 「風の国」訪問客数推移



出所：島根県観光動態調査

[https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko\\_dotai\\_chosa/report\\_h27.data/5\\_report\\_all.pdf](https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko_dotai_chosa/report_h27.data/5_report_all.pdf) (2019年6月26日現在)

江津市HP <https://www.city.gotsu.lg.jp/uploaded/attachment/4603.pdf> (2019年6月26日現在)

これより作成。

## 第3節 「風の国」の施設の利用状況

「風の国」の施設は、①宿泊用ホテル及び温泉、レストラン、会議室とコテージ（風の小

舎）、③スポーツ施設、④風の舞台、④風の工房に分かれている。①～④の利用条件、利用客数は下記の通りである（表1）。

表1 施設の利用説明及び利用状況

| 施設             | 施設説明   |
|----------------|--|
| 森の広場（テニス）      | 受付時間：9：00～21：00<br>ラケット・ボールレンタルあり<br>17時以降は照明代がかかる   |
| 森の広場（ゲートボール）   | 受付時間：9：00～21：00<br>スコアカード・バインダー・時計あり<br>ステック・ボールのレンタルあり<br>17時以降は照明代がかかる   |
| グラウンドゴルフ       | 受付時間：9：00～日没まで<br>大人・小人 プレー費500円、クラブレンタル100円（税別）<br>スコアカード・バインダーあり   |
| 風のガーデン（バーベキュー） | 受付期間：4月～10月<br>昼の部：3,240円/区画<br>夜の部：4,320円/区画<br>炭・網・コンロ：大3,200円 小1,600円<br>炭・網：540円<br>コンロ：1,080円<br>ビールサーバーレンタル：7L 7,800円 15L 15,600 |
| 会議・研究室         | 受付時間：9：00～17：00<br>大会議場：43,200/日 21,600/3時間 延長3,240/時<br>中会議場：21,600/日 10,800/3時間 延長1,620/時<br>研修室：8,640/日 3,240/3時間 延長1,620/時         |
| 風の舞台           | 受付時間：9：00～21：00<br>4時間まで 5,000円 追加1,050/時間   |

| 施設            | 施設説明  |
|---------------|---|
| 風の国温泉         | 日帰り入浴料：中学生以上650円 小学生250円 幼児無料<br>受付時間：11：00～21：00（受付終了20：00）<br>宿泊時の入力時間：チェックイン～23：00<br>翌朝6：00～9：00<br>備付品：ボディーソープ・シャンプー・リンス<br>タオル販売一枚200円 バスタオルレンタル一枚250円  |
| レストラン風花-かぜはな- | 昼の部：11：00～14：30（LO14：00）<br>夜の部：17：00～21：00（LO20：00）  |
| 風の館（ホテル）      | 和室：1名10,000円～（1泊2食付/税別）<br>洋室：1名11,000円～（1泊2食付/税別）<br>特別室：1名15,000円～（1泊2食付/税別）<br>チェックイン15：00～/チェックアウト10：00まで<br>客室備品：浴衣・バスタオル・タオル・歯ブラシ・石鹸<br>髭剃り・ドライヤー・テレビ・冷蔵庫・ウォシュレット完備   |
| 森の小舎（コテージ）    | コテージ：（C2～C5）4人棟 17,000円～/税別 6人棟 20,000円～/税別<br>特別室（C1）1名 15,000円（1泊2食付/税別）<br>ペット宿泊料金 ※1匹1泊あたり<br>小型犬（8kg未満）1,500円～/税別 大型犬（8kg以上）2,000円～/税別<br>チェックイン16：00～/チェックアウト10：00<br>棟内設備：ミニキッチン・シャワールーム・トイレ・テレビ・冷蔵庫・冷暖房完備<br>棟内備品：寝具・調理器具・食器類 |

定休日：木曜（GW・夏休み・年末年始を除く）

出所：「風の国」ホームページ「館内施設」<http://www.kazenokuni.jp/facility>（2019年11月30日現在）

#### 第4節 「風の国」のイベント

風の工房（体験施設）では以下の内容で体験ができる。

木工体験では、活動中の写真が少なくどのような工程で作業を行っているのかがホームページからではわかりにくい。工房には、木工体験のほかに看板猫をモチーフにしたグッズ販売や歴史的価値のある作業道具があるが、そのことについての説明なども一切書かれていない。

期間限定のイベントとしては、5月3日に今

年で23回目を迎えた長谷デーが行われた。

長谷デーとは、江津市のfacebook<sup>1</sup>によると、長谷地区郷土芸能保存会による田植えばやし、地元の神楽社中による神楽など披露する日のことである。今年は、広島県から和太鼓の演奏グループ「和恩」も出演し、力強い音色を響かせていた。また、6月7日～7月14日までホテル観賞プランが行われている。しかし、ホームページなどを見てもイベントが少なく、イベントや行事の予定が分かりにくい。

表2 「風の工房」体験内容

| 木工体験メニュー（同メニューから2名より）        | 所要時間 | 料金           |
|------------------------------|------|--------------|
| 木の時計作り                       | 1時間  | 2,800円/人     |
| スーパー竹とんぼ作り                   | 1時間  | 700円/人       |
| 桜の枝の小さなランプシェード作り             | 2時間  | 3,200円/人     |
| 桑の木 箸作り                      | 1時間  | 1,500円/人     |
| ガラスの風鈴絵付け                    | 30分  | 1,100円/人     |
| 石州勝地半紙紙漉き体験メニュー（同メニューから2名より） |      |              |
| 花のハガキ作り                      | 1時間  | 1,000円/人（2枚） |
| 花の色紙作り                       | 1時間  | 1,300円/人     |
| 本格流し漉き体験（B4版・3名より）           | 1時間  | 2,200円/人     |
| 花のうちわ作り                      | 1時間  | 2,000円/人     |

営業時間は、午前10：00～12：00 午後13：00～15：30

定休日 水曜日と木曜日（GW・夏休みを除く）2名から受付で、予約制

出所：「風の国」ホームページ「工房体験メニュー」<https://www.kazenokuni.jp/page3>（2019年11月30日現在）

## 第5節 「風の国」の新たな取り組み

「風の国」は、2019年9月20日から中国地方初のグランピングの営業を開始した。グランピング（Glamping）とは、グラマラス（魅力的な）とキャンプを掛け合わせた造語で、テント設営や食事の準備などの煩わしさから旅行者を解放した「良い所取りの自然体験」に与えられた名称である<sup>2</sup>。

図3 グランピング



出所：「風の国」ホームページ「グランピング」  
[https://www.kazenokuni.jp/page\\_1](https://www.kazenokuni.jp/page_1)（2019年11月30日現在）

グランピングを利用する人は、今までに見られなかった客層も多く、家族連れやカップル、女性2人など若者が多くみられるようになった。また、若者以外にも高齢者が新しいもの見たさで、夫婦で訪れることもあり、広い年代に亘って非常に好評である。さらに、グランピングは森の中にあるため、夜になるとグランピングの光で幻想的な世界をつくりだすことができる。そのため、週末になると利用客以外に幻想的な世界を見るために訪れる人も多く、グランピング自体が観光目的化している。また、グランピングには、中から景色を見ることが出来る窓がついており、夜になると都会では見られない星空を観察することができる。グランピングを利用する客は、昼に風の工房で体験するなど楽しんだあと、グランピング専用の特別食を堪能できる。

加えて、コテージのリニューアルも継続中である。合宿の際に内装を視察したが、きれいに整えられていた。飼い犬と宿泊できるようにもなっている。グランピングと差別化されてお

り、今後、この施設も人気が出そうである。

しかし、コテージにはハウスダストやカビの対策、エアコンの不調などの改善が残されている。

## 第6節 「風の国」の課題

### 第1項 施設

来訪者の減少から縮小営業を行っていたため、園内には利用されていない施設が多くある。例えば、「風の舞台」では、神楽を舞うことができるが、ほとんど利用されていない。また、「森の館」は老朽化が進んでおり、現在は使われていない。このような施設を再稼働させることによって、これまではできなかったサービスの提供が行えるのではないかと考える。また、「ドッグラン」は体重が15kgまでの小型犬のみしか利用できない。実際に筆者たちが訪れていた際にも、大型犬を連れて来園した人が、ドッグランを利用できていなかった。

ほかにも、整備が不十分な施設も残っている。まず、「テニスコート」は蜘蛛の巣が多く、人工芝の張替えが一部しか行われていないなどテニスをするにはよい環境とはいえない。また、「コテージ」の前は、段差や地面の凹凸が多く、足元が悪いなど整備が整っているとは言いがたい。さらに、ハチの巣も多く確認され、コテージ内にムカデが侵入するといったように害虫対策が進んでおらず、このままでは宿泊客が怪我をしてしまう危険性がある。

また、園内は一面を森に囲まれており、自然豊かな環境は当施設の売りの1つであるが、自然は手を入れなければ、その良さを伝えることが難しい。自然があるだけでは訪れた人々を感動させることはできない。例えば、遊歩道は過去に何度か整備を行ったが、維持ができていない。そのほかにも、来園した時にすぐ目に入る中央の池は、どこからでも眺めることのできるスポットであるが、ほとんど装飾がされておらず、華やかさが感じられない。過去には結婚式が行われるなど、活用されていたが、現在は利用されていない。面積も広く目立つ場所にあるため、より魅力的な池になる可能性を秘めている。

## 第2項 サービス

園内の Wi-Fi 環境は本館のように快適に利用できる場所とつながりにくい場所がある。特に、コテージの一部や「風の工房」では利用できなかったため、通信の電波状況は改善課題である。

また、園内を散策していると多くの案内板があるが、そのほとんどが朽ち果てて読むことが困難になっていた。そのため、手元に案内図がないと近くにどんな施設があるのかわからなかった。また、日本語のみでしか書かれていなかったのも、最低でも英語での案内は入れるべきだと考える。

同じように、レストランのメニューにはほとんど写真が添付されておらず、料理のイメージをつかみにくいため、改善すべきと考える。

## 第3項 情報発信

「風の国」の公式ホームページは、訪問客が最初に見る情報ツールである。筆者たちが訪問する前は、とても見にくく、「風の国」と検索しても検索欄の一番上に出ないなど、探しにくいものであった。現在はリニューアルされており非常に見やすくなっているが、ホームページは9月以降ほとんど更新されていない。

また、ホームページには「風の国」の SNS に飛べるリンクがあるが、それらの一部は、更新頻度が低く自然豊かな風景の写真が少ない。その上、媒体によって、発信している情報に違いがあるため、一つの媒体を見ただけでは最新の情報をすべて知ることができない。より多くの人に見てもらい、幅広い年齢層を呼び込むためには、情報を統一する必要がある。

## 第4項 イベント

目につくのはイベントの少なさである。夏にはホテル観賞会のイベントを宿泊客向けに行っていたが、秋・冬のイベントは何も行われていない。園内はグリーンテラスという広大な芝生があり、イベントを行うスペースは十分にあると考える。また、グリーンテラス

内には遊具で遊べる場所があり、家族連れにとっては好ましい環境である。しかし、遊具以外の遊べる場所は、「風の工房」しかなく、ファミリー層が来るには物足りない内容となっている。ファミリー客を増加させるためには、多くのイベントを開催し、訪れてもらいやすくする必要がある。

## 第5項 文化

「風の国」には「風の工房」という木工体験や紙漉き体験ができる施設があるが、他の施設との連携が不足している。「風の工房」では島根県桜江町の伝統工芸品である石州勝地半紙を継承している。しかし、温泉やキャンプ、グランピングなどの施設と「風の工房」は連携ができておらず、利用者に「風の国」全てを楽しんでもらうことができない。キャンプを目的に来た来客者に対しても、文化を知ってもらう機会をつくるべきである。

また、「風の舞台」の利用率が低いことも課題である。「風の舞台」は地元の祭りなどで利用されているものの、十分に活用されているとはいえない。桜江町には国の重要無形民俗文化財に指定されている大元神楽がある。他のイベントなどでも定期的に使用し、地元の神楽文化の発信と連携に力を入れる必要がある。

## 第6項 地域連携

現在「風の国」に訪れる客は広島県からが多く、地元からの来客者は少ない。来客者を増加させるためには、広島県からだけではなく、地元の利用者も視野に入れるべきであると考え。そのために、地元住民が気軽に集まれるような、交流の場の提供が望まれる。

また、本館1階に土産売り場があるが、目立ちやすいところに配置されているものが島根県の特産品が少なく、「風の国」のオリジナル商品もないため、「風の国」に行ったという印象が残りにくい。レストランで地元の食材を使用しているように、産直市風に土産物として販売することも一つの案である。

## 第7項 長期的な課題

温泉は、温泉リゾートと謳っているにもかかわらず露天風呂がなく、せっかくの広大な自然の景色を楽しみながら風呂に入ることができない。

また、林道の整備が必要だと考える。広大な山があり、山遊びや森探検などのイベントに利用できそうな場所だが、遊歩道は整備が行き届いておらず、人が楽しんで散策できるような状態ではない。また、施設内を移動する手段も少なく遊歩道が整備された際にも移動が課題になると予想されるので、その対策も必要である。

図4 島根県地図



出所：島根県の白地図、都道府県コード32  
[https://technocco.jp/n\\_map/0320shimane.html](https://technocco.jp/n_map/0320shimane.html)  
(2019年7月10日現在)

## 第2章 島根県江津市の現状と課題

### 第1節 島根県江津市の概要

島根県ホームページ<sup>3</sup>によると、島根県では、2009年度までの平成の大合併により、59市町村から21市町村となった。江津市は、2004年10月1日に桜江町と合併し、現在の市域となった。総土地面積は268.24km<sup>2</sup>であり、県内8市のなかでは最小である。耕地面積は6.31km<sup>2</sup>、このうち田耕地面積は4.93km<sup>2</sup>、畑耕地面積は1.38km<sup>2</sup>。また、林野面積は211.20km<sup>2</sup>である。

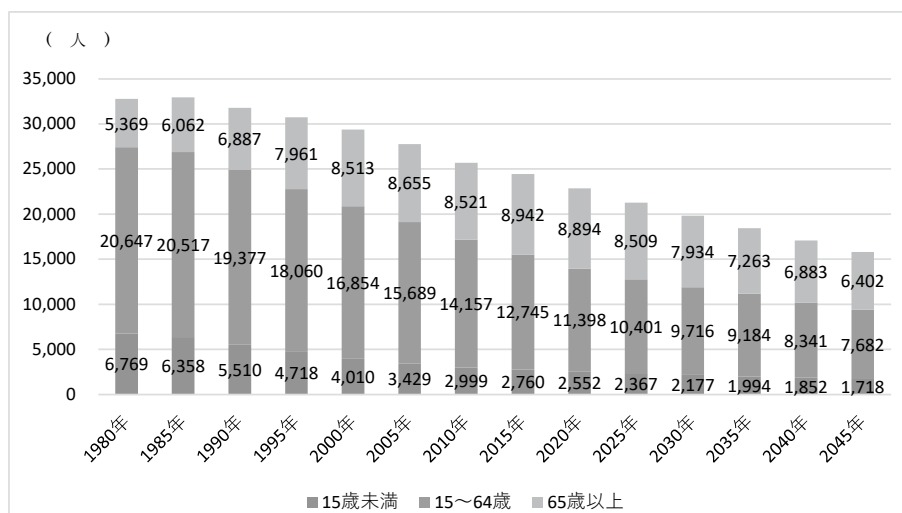
江津市は、島根県の中で西部に位置する。県庁所在地の松江市から西へ約100km、広島市からは北へ約110kmの距離である。広島からは、

車で約1時間40分、高速バスで約2時間20分である。また、岡山・出雲市経由のJRでは約6時間かかる<sup>4</sup>。車でのアクセスが一番速く、JRでのアクセスは不便である。また、江津市の江津駅と広島県三次市の三次駅を結んでいたJR三江線が2018年3月31日をもって廃線となった。

### 第2節 江津市の人口

江津市の人口は、2015年の国勢調査によれば、24,468人である。ピークは1985年の32,937人で、この年を境に減少に転じた。30年間で約8,500人減少している。年齢層別にみると、15歳未満の年少人口は2,760人、15～64歳の生産年齢人口は12,745人と減少を続けている。一方、

図5 江津市の人口推移



出所：総務省「国勢調査」<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/>  
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」  
<http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson18/t-page.asp> (2019年6月19日現在) より作成

65歳以上の老年人口は8,942人と増加傾向にある。全体に占める割合は1985年に18.4%だったが、2015年には36.5%まで上昇している。

人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口」によれば、今後も人口は減少を続け、少子高齢化が進展する見込みである。2045年の総人口は15,802人になるとされており、2015年と比べて2/3以下になる。年齢層別では、年少人口が1,718人、生産年齢人口が7,682人、老年人口が6,402人になると予測されている。さらに、増加傾向にあった老年人口が2015年を境に減少

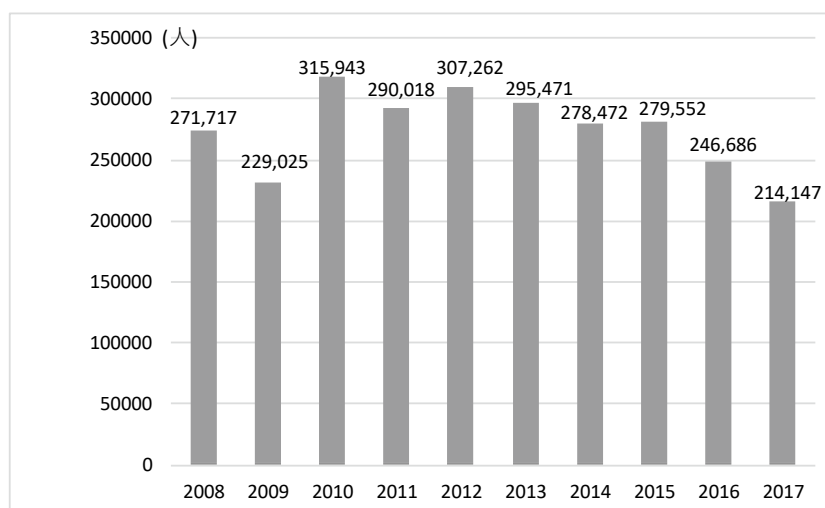
し始めたことにより、人口減少は加速すると推測される。

### 第3節 江津市の観光

#### 第1項 江津市の観光客数

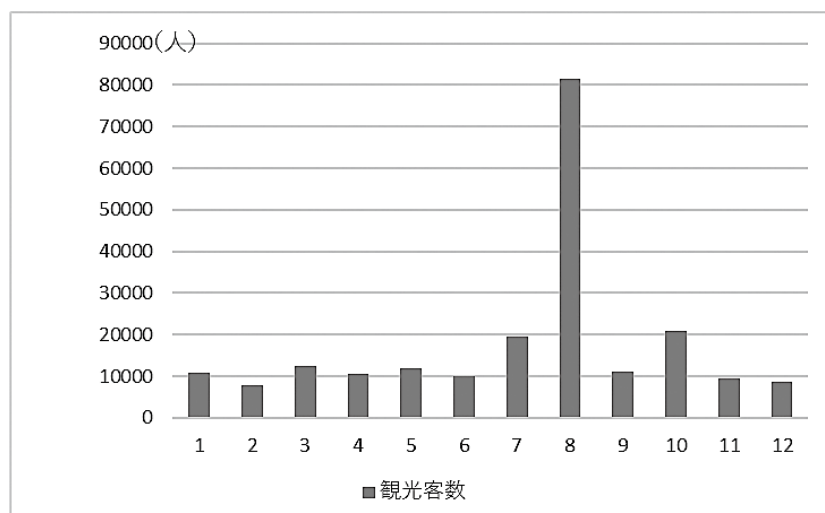
島根県観光動態調査結果<sup>5</sup>によると、2017年までの10年間の江津市観光客数は、2012年以降、2015年を除いて減少傾向にある（図5）。また、月別に見ると8月が極めて多く、秋から冬にかけては特に観光客が少ないことが分かる（図6）。

図6 江津市観光客数の推移



出所：島根県ホームページ「島根県観光動態調査結果（2008年～2017年）」[https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko\\_dotai\\_chosa/](https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko_dotai_chosa/)（2019年11月20日現在）より作成

図7 2017年江津市月別観光客数



出所：島根県ホームページ「島根県観光動態調査結果（2008年～2017年）」[https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko\\_dotai\\_chosa/](https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko_dotai_chosa/)（2019年11月20日現在）より作成

## 第2項 島根県の観光消費額

島根県観光動態調査結果<sup>6</sup>によると、島根県の1人当たり観光消費額は、県内の宿泊客

は微増だが、日帰り客は県内・県外ともに減少傾向である。また、全体の観光消費額も近年減少していることが分かる（表4）。

表4 島根県における一人あたり観光消費額

|                   | 種別      | 2016年   | 2017年   | 2018年   |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|
| 観光消費額（百万円）        | 県内客・宿泊  | 2,187   | 2,240   | 2,297   |
|                   | 県外客・宿泊  | 67,998  | 69,197  | 68,473  |
|                   | 県内客・日帰り | 15,430  | 15,210  | 14,505  |
|                   | 県外客・日帰り | 51,590  | 48,219  | 42,957  |
|                   | 計       | 137,205 | 134,866 | 128,232 |
| 1人当たり<br>観光消費額（円） | 県内客・宿泊  | 18,438  | 18,813  | 19,209  |
|                   | 県外客・宿泊  | 27,321  | 28,034  | 29,420  |
|                   | 県内客・日帰り | 3,825   | 3,806   | 3,693   |
|                   | 県外客・日帰り | 7,206   | 7,098   | 6,661   |

出所：島根県ホームページ「島根県観光動態調査結果（2016年～2018年）」[https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko\\_dotai\\_chosa/](https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko_dotai_chosa/)（2019年11月20日現在）より作成

## 第3項 江津市の観光地

江津市の観光サイト<sup>7</sup>により、江津市の主な観光地をジャンルごとに挙げていく。

### (1) 温泉

江津市の主な温泉に、有福温泉と上津井温泉がある。有福温泉は、聖徳太子の時代に、天竺より入朝した法道仙人が山奥で見つけた温泉で、1,350年以上の歴史がある。滾々と湧き出る無色透明な単純アルカリ泉は透き通るような美しい白肌をつくる「美人の湯」として有名である。上津井温泉には、里山のコミュニティの中で利用される地元の秘湯がある。木造平屋建ての「森の

銀座」は、隣の上津井温泉の泉源を利用したバリアフリーの浴室や談話室、台所などが完備され、立ち寄るひとに里山の魅力を伝える場として開放されている。

### (2) 自然

江津市のほぼ中心に位置する島の星山（別名：高角山）は、山頂の展望台から日本海や江の川などが一望できる。また、中腹には椿の里がある。世界中の椿を求めて、早咲き・中咲き・遅咲き等7ヵ月間は花を楽しめるように、変化のある品種の栽培をめざしている。全長1,000mの健康園路や延べ250段に及ぶ健康階段の他、休憩

図8 有福温泉



出所：江津市観光サイト  
<https://gotsu-kanko.jp/gotsuonsen/arifuku>  
（2019年6月1日現在）

図9 島の星山



出所：江津市観光サイト  
<https://gotsu-kanko.jp/kankou/shizen/shimanohoshi>  
（2019年6月1日現在）

所やベンチ、展望台があり、ミニハイキングに最適である。椿祭りを毎年3月下旬の土曜日・日曜日の2日間開催し、野点や銘柄椿の販売、お楽しみ抽選等が行われる。

岩瀧寺の滝は、古刹熊野山岩瀧寺の背後に延長121m、幅18mで3段に連なる滝である。一帯はハイキングに最適で、滝から吹き降ろす風は清涼をよび、夏には来遊者が多い。また、観音滝は、県立自然公園の一つである。石英斑岩と安山岩の岩幅8mの間に、白布をかけたようにかかり、落差50mあまりのところを3段に分かれて落下する。水量も豊かで、一度増水すると落水は中段を越えて一躍50mの断崖を落ちる。壮大さは中国地方屈指である。

図 10 岩瀧寺の滝



出所：江津市観光サイト  
<https://gotsu-kanko.jp/kankou/shizen/ganryuji>  
(2019年6月1日現在)

#### (3) 歴史・文化

江津市和木町にある小川家雪舟庭園は、書院から観賞できるよう構成されており、上下2段の池泉鑑賞式庭園は、山の斜面を巧に利用している。水墨画の世界のようなこの庭園は、山陰地方屈指のものとして、島根県指定文化財に認定されている。

#### (4) 神社・仏閣

多鳩神社は、社殿は大社造りの変形の本殿をはじめ、幣殿・神饌所・拝殿・随神門がある。多くの奉納額があるが、特に目に付くものが、縦121cm・幅151cmの大額絵馬であり、五穀成就を祈願したもので、絵馬の筆者は平景隆（邑智郡石見町）の画工、

祈願者は浜田藩跡市代官の寺井嘉藤次維尚と記されている。境内の社務所玄関前には「ナギ」の木が植えられており、享保年間に地元の叶松助左衛門が航海安全を祈願し植樹奉獻したと伝わっている。現在の高さは約15m、胸高周囲約1.72mにもなり、この木の2世も育っている。このほかにも神社を取り巻く自然林は、シイ・タブ・ケヤキ・クス・ツバキ・スギ・ヒノキなど大樹古木で構成されており、先に紹介した大額絵馬とともに江津市の指定文化財となっている。

山辺神社は、江津市江津本町の鶴山の南麓にある古い神社で式内社でもある。毎年7月に行われる例祭は江津の祇園祭または、ホーランエーと呼ばれ石見三大祭の一つに数えられている。甘南備寺は、746年に開基された古刹である。819年には弘法大師が巡遊し、その際、真言宗に改宗した

図 11 多鳩神社



出所：江津市観光サイト  
<https://gotsu-kanko.jp/kankou/temple/tabato>  
(2019年6月1日現在)

図 12 山辺神社



出所：江津市観光サイト  
<https://gotsu-kanko.jp/kankou/temple/yamanobe>  
(2019年6月1日現在)

と伝えられている。平安以降、山岳仏教として真言宗が広まっていたようだが、七堂伽藍を完備した甘南備寺はその中心的存在だったといわれる。平安末期のものと思われる寺宝の黄檀句威大鎧残闕は、国の重要文化財に指定されている。都野津には、町内の遠見山と山ノ内を一回りする新四国八十八箇所がつくられている。毎年、弘法大師の命日である旧暦3月20日の早朝から、導師を先頭に御詠歌を唱えながら世話人や町内外の人達が八十八箇所を巡拝している。巡拝をする人達は、おにぎりや菓子などで各寺の人たちから接待を受けながら巡拝の楽しい一日を過ごしている。

#### (5) 美術館

今井美術館は、島根ゆかりの作家の絵画作品から韓国を代表する陶芸家まで多彩なコレクションを展示している。その折々に応じて日本画、洋画、屏風絵、掛け軸などの作品を展示している。

また、恵未童画館は、アトリエのある佐々木恵未の生家を改築し、2016年4月に開館した。館内には、生前描き続けた作品の中から、代表作やカレンダー、絵本、原画など常時70点が展示され、季節に合わせた作品を中心に年5～6回の展示替えが行われている。

図13 今井美術館



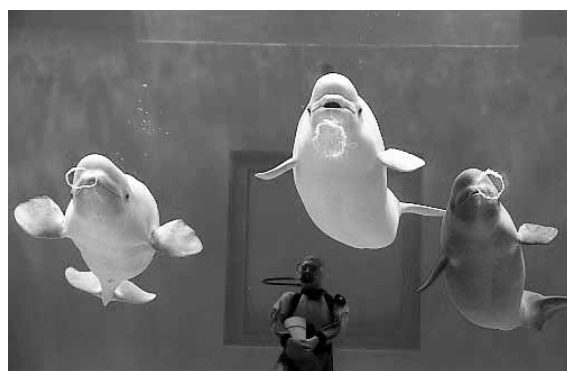
出所：江津市観光サイト  
<https://gotsu-kanko.jp/kankou/museum/imaibijutsukan>  
 (2019年6月1日現在)

#### (6) 公園

アクアスは、「しまねの海から日本海、

そして世界の海へ」をコンセプトにしている水族館である。大手携帯会社のCMに起用され全国的にも有名になったシロイルカの「幸せのバブルリング」が観覧できる「シロイルカパフォーマンスプール」が人気である。

図 14 アクアス



出所：アクアスホームページ  
<https://aquas.or.jp/friends/dolphin-performance-pool/>  
 (2019年6月26日現在)

#### 第4項 「風の国」からの主な観光地への周遊

これまで挙げてきた観光地は、「風の国」から自動車ですら15分～30分、遠い所でも約50分で行くことができる。すなわち、これらの観光地を結ぶ周遊ルートをつくれば、訪問客増加に繋げることができると言える（表5）。

表5 「風の国」からの主な観光地への距離と所要時間

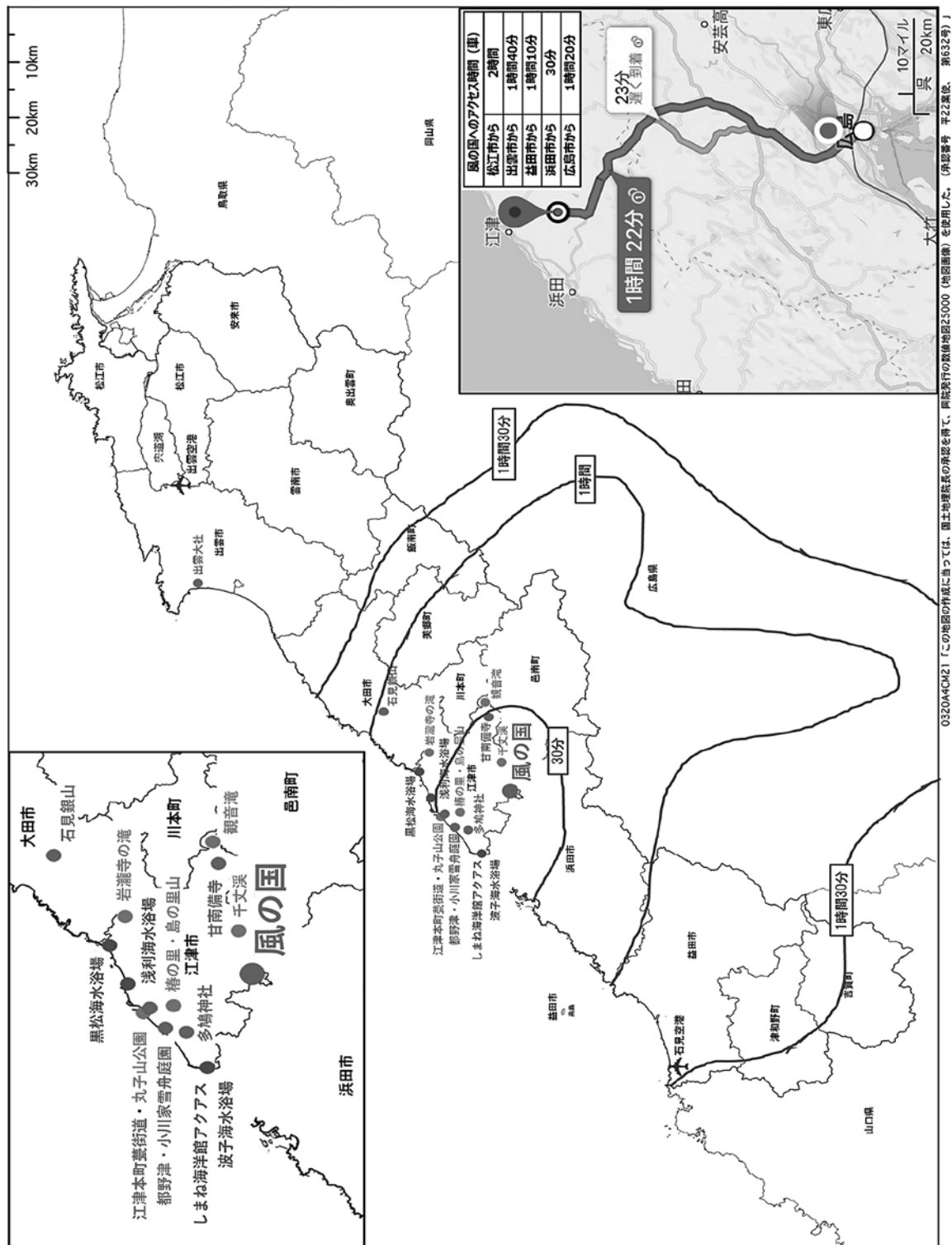
| 観光施設名   | 風の国からの距離 | 風の国からの所要時間（自動車利用） |
|---------|----------|-------------------|
| 有福温泉    | 11km     | 18分               |
| 上津井温泉   | 21km     | 31分               |
| 島の星山    | 17km     | 26分               |
| 岩瀧寺の滝   | 31km     | 48分               |
| 観音滝     | 26km     | 35分               |
| 小川家雪舟庭園 | 15km     | 25分               |
| 多鳩神社    | 13km     | 22分               |
| 山辺神社    | 16km     | 26分               |
| 甘南備寺    | 20km     | 26分               |
| 都野津     | 14km     | 22分               |
| 今井美術館   | 11km     | 15分               |
| 恵未童画館   | 13km     | 20分               |
| アクアス    | 16km     | 26分               |

出 所：Google map <https://www.google.co.jp/maps> (2019年6月1日現在) より作成

江津市は、人口減少と少子高齢化が進展し、観光客数も減少傾向にあり、まちの活性化が喫緊の課題となっている。「風の国」と周辺の観光地あるいは地域資源とは遠くない

また、近隣にこのようなレクリエーション  
や保養機能のある施設がないので、地元住民  
の利用の期待は高いものと推察される。

図15 江津市の観光施設および周辺の主な観光施設



出所：テクノコ白地図「島根県」[https://technocco.jp/n-map\\_0320shimane\\_2\\_cm.png](https://technocco.jp/n-map_0320shimane_2_cm.png) (2019年6月1日現在) より作成

### 第3章 現地調査

#### 第1節 藤谷ゼミ夏季合宿

藤谷ゼミは、2019年8月21日～23日にかけて、2泊3日の現地調査を行った。事前に「風の国」への訪問者に対しアンケートを実施する

とともに、現地を確認し、「風の国」に関与されている人達や江津市の人達にインタビューを実施した。

スケジュールは表6の通りである。

表6 ゼミ合宿スケジュール

|    | 第1日 [8月21日(水)]  | 第2日 [8月22日(木)]   | 第3日 [8月23日(金)]  |
|----|---|--|---|
| 午前 | 8:00 広島バスセンター集合<br>8:15 広島バスセンター～(高速バス:いさりび号)～10:00 旭インター マイクロバス<br>10:15 風の国到着<br>10:45～11:45 施設案内                             | 7:00 起床<br>(朝食) 風の国 レストラン<br>9:00～11:20 関係者インタビュー<br>9:00～9:45 今井聖造氏(江津町まちづくり株式会社)<br>9:50～10:35 佐々木誠氏(風の工房)<br>10:40～11:20 釜淵隆司氏(江津市役所) | 7:00 起床<br>(朝食) 風の国 レストラン<br>9:00～12:00<br>『風の国』の課題と今後の方向性<br>調査まとめ及びゼミ内協議  |
| 午後 | (昼食) 風の国 レストラン<br>13:00～14:30 風の国の概要説明(第一ビルサービス)<br>14:00～16:20 関係者インタビュー<br>14:30～15:30 山口巖雄氏(岩見麦酒)<br>15:40～16:20 石井裕介氏(羊の放牧) | (昼食) 風の国 レストラン<br>13:00～16:00<br>風の国の魅力と課題の発見<br>・グループ協議<br>・来訪者アンケートまとめ   | (昼食) 風の国 レストラン<br>13:00～14:00<br>『風の国』の課題と今後の方向性 概要発表<br>14:45 移動(マイクロバス)<br>15:10 旭センター～(高速バス:いさりび号)～16:55 広島A'ビル<br>到着後解散 |
| 夜  | 18:00～19:00 (夕食) 風の国 レストラン<br>20:00～21:00 各グループによる本日のまとめ  | 18:00～20:00 懇親会<br>20:00～21:00 各グループによる本日のまとめ  |   |
| 宿泊 | 風の国コテージ   | 風の国コテージ  |   |

#### 第2節 インタビュー

##### 第1項 本岡孝一(「温泉リゾート風の国」主任)

##### (1) 「風の国」の紹介

「風の国」は1995年に開業して以来第3セクターが運営していたが、2019年4月に株式会社第一ビルサービスに譲渡され、同社が運営している。第一ビルサービスが認識している「風の国」の特徴及び強みは、豊富な自然環境と充実した施設を有しかつ築年数の割に良好な状態が維持されていることである。

##### (2) 「風の国」の課題と改善点

現状の課題及び改善点については、ホームページの更新・情報が少ないことや団体客の営業、広島からの誘客不足、施設の有効活用、料金設定、地域との連携不足などが挙げられる。

これらの課題に対する第一ビルサービスの運営方針は、新たな利活用の提案(施設のリニューアル・体験型メニューの開発など)やPR活動、地域連携(羊放牧・農業

体験・和紙・シャインマスカットやイチゴなどの農作物・加工品果実酒)を図ることである。

具体的実施事業については、3つのステップを中心に、既存の資源を活かしつつ新たな文化に結び付けた魅力づくりを目指し、森の館の改修案やコテージの増築とリニューアル化、新たなドックランの設置、ペットステイ、蘭舎の活用、グランピングの設置といった動きがみられている。短期的な事業としては、森に泊まるテントサイトやグランピング、ペットステイ、中期的な事業としてはコテージの増築(ドックラン付きコテージ、コンテナハウスとトレーラーハウス)を検討である。長期的な事業としては、風の工房付近の活動エリアの拡張とCCRC(多世代型住居)で働く場所と住居の提供や趣味で訪れるアクティブシニアの受け皿としようと考えていると述べられた。

利用客については、普段はゲートボー

ル・グランドゴルフ・日帰りの入浴などを利用される人が多く、土日にはサークルの合宿や子供連れでテニスコートを利用される人もいるということである。今後は、集客がある程度見込めているところは今まで通りでの営業を行いつつ、上記で述べたコテージリニューアルやグランピングなどの仕掛けをし、高齢者だけでなくペット連れやインスタ映え客層などの若者（20～30代）などターゲットを拡大していこうとしていると述べられた。

今回のインタビューから、豊かな自然を享受できるという「風の国」の強みを集客に生かすためには、既存施設の活用方法の見直しと新事業に向けた費用や人手と見込まれる収益との関係を料金設定といった部分を含め検討していく必要がある。

## 第2項 山口巖雄（株式会社石見麦酒 工場長）

### (1) 現在の活動

山口巖雄工場長は社長である妻と2人で鳥根県江津市に9坪のクラフトビールの醸造所を立ち上げた。石見麦酒は、江の川の恵みを受けた大麦や柚子などの農産物を最大限に活かし様々な種類のクラフトビールをつくっている。年間に300～400回ほどの醸造を行う小ロット製造で、11種類のクラフトビールを醸造している。

インターネット等で揃う安価な機材で醸造設備を整え、できた麦酒を主にインターネット通販で販売している。他にも、無料の醸造体験やビールサーバーの無料設置サービス、イベント時の移動販売も行っている。

石見麦酒は石見式醸造方式という独自の醸造方式でクラフトビールを醸造している。この石見式醸造方式を取得したいと全国から人が集まるため、石見麦酒は年間約200人に3日間ほどの研修を行っている。現在では、全国に約30カ所の醸造所が石見式醸造方式を用いている。

### (2) 今後の課題と方向性

石見麦酒は、「温泉リゾート風の国」の

施設の一部である「森の蘭舎」に移転する案が出ている。森の蘭舎はかつて蘭の栽培が行われていた施設で、現在は使われていない。森の蘭舎に石見麦酒が移転することで、「風の国」、石見麦酒の両社共に様々なメリットが見込まれると予想される。具体的には、蘭の栽培に使われていた設備や現在よりも広いスペースを有効活用でき、ブドウを使った果実酒の製造等も行うことができる。アイデアとしては、森の蘭舎に隣接し蘭の栽培に使用されていたビニールハウスで、農家がブドウの栽培を行い、その農家と連携することで、クラフトビールのほかにブドウ酒を販売することができる。また、全国から石見式醸造方式を取得するために研修を受けに来る人は「風の国」に宿泊してもらえると述べられた。

今回のインタビューから、石見麦酒と森の蘭舎を上手く組み合わせて活用していかなければならないと考える。

## 第3項 石井裕介（羊牧場経営）

### (1) 石井裕介の紹介

石井裕介牧場主は、岡山県総社市出身で、大学では、北海道で自然環境学を学び、卒業後は北海道の牧場で研修をした後、羊の放牧を始めた。数年前に鳥根県川本町へ移住し、そこでは牧場経営だけでなく、羊毛作家として東京で作品展を開いたり、ワークショップや販売を行うなど幅広く活動してきた。

### (2) 日本の羊の現状と工夫

日本の羊は、1万7,000頭で数が少ないといわれている。石井牧場主が飼っている羊は、11頭であるが将来は50頭を目標にしている。

彼が現在飼育する羊は、肉用ではなく全羊を収穫するために育てており、飼育する羊のほとんどは羊毛専用種である。1頭から1年に約3kgの羊毛がとれるが、羊の原毛（加工してない毛）だけの販売ではなく、洗浄・染色加工して消費者がすぐに見えるような商品に加工するなど工夫して

いる。江津市の牧場では自然放牧を行っており、羊に負担がかからないように飼育している。今後は羊を増やし、放牧や毛刈り、羊毛加工・羊毛フェルト体験など様々な体験企画を行っていききたいと述べられた。

### (3) 現状と課題

羊は北海道でも飼育しているが、羊毛の販路・販売額が少ないことが課題とされている。その理由として、国産羊毛の認知度が低く、用途が限定的だからである。

石井牧場主は羊毛への興味を持ってもらうように、牧場で生産した国産羊毛を使って江津周辺でワークショップを複数行っている。ワークショップの参加者は、若い人たちが中心で、トートバックへの刺繍やフェイクスイーツ、キーホルダーの作成等の体験を行っている。このようなワークショップが珍しいと人気になっている。

## 第4項 今井聖造（株式会社石州あかがわら代表取締役）

### (1) 今井聖造の紹介

今井聖造社長は、江津市桜江町で今井産業株式会社の会長を経て、石見ケーブルビジョン株式会社の会長の傍ら、地元の活性化支援を行っている。その他に、江津市のまちづくりのための会社として株式会社石州あかがわらを立ち上げ、木造赤瓦の街並みづくりに注力し、地域づくりにつなげようと考えている。

### (2) 江津市の歴史的産業

江戸時代天領であった江津市は、北前船の寄港地であり水運の街であった。また、瓦の産地として石州赤瓦を生産する赤瓦の街でもあった。後に石見銀山の廃鉱や洋風の家の増加で瓦産業の需要減少により、主要産業である石州赤瓦の生産は衰退していった。

### (3) 課題と取り組み

2018年3月31日に、広島県三次市と島根県江津市を結ぶJR三江線が廃線となった。ほとんどの自治体は旧三江線跡地を利用し

ていない状況にある。しかし、宇都井駅を観光地としたり、NPO 江の川鉄道がトロッコ列車やレールバイクを走らせたり、石見ワイナリーと美郷町が連携してトンネルをワインの貯蔵庫として利用している例もある。

旧三江線は約108kmもあり、それぞれの施設は離れている。このため、江の川流域の観光施設は点となっており、これを面へと変える必要がある。そこで、地域に人を呼ぶための企画をするDMO（Destination Management Organization）組織を設立し、旧三江線をサイクリングロードとして整備する計画をしている。「風の国」がDMOとして参加すれば、「風の国」単体ではなく、江の川流域の施設とセットで観光できるようになる。こうすることで、施設も活性化すると考えられると述べられた。

しかし、JRから廃線跡地を譲渡できるのは自治体だけであるという問題がある。これは、民間企業に譲渡してしまうと、撤去費用を企業の財源とし、鉄道施設の整備が行われない恐れがあるからである。そのため、DMOを設立しても廃線跡地はJRから譲渡されない。この計画を成功させるには、広島県や島根県といった自治体を説得させる必要がある。各自治体の連携により、計画が実行されていくと考えている。そのために、準備室を立ち上げ、経済波及効果の調査を銀行に依頼している。

また、江津駅前を中心として再開発計画が行われている。計画内容は石州赤瓦を利用した、瓦と木造による江津らしい町並みをつくることである。例として、バレット江津に赤瓦や壁面に江津のタイルを利用したり、山陰合同銀行江津支店にも赤瓦が使われたりしている。さらに、古いビルのリノベーションも行っている。

今回のインタビューから、「風の国」単体による集客だけでなく、周辺地域や観光ゾーンに仕掛けづくりを行い観光客の周遊を狙うことによって、観光客に観光プランとして定着させていくことが重要であると

考える。

ていくことが必要である。

#### 第5項 佐々木誠（「風の工房」代表責任者）

##### （1）佐々木誠の紹介

佐々木誠代表は、島根県出身で、愛知県立芸術大学にてデザインを学んだ。その後、1995年、原田宏伯父に師事し、手漉き和紙の世界へ入った。現在は「風の工房」で6代目として、和紙を漉くだけではなく、新たな商品製作も手掛けている。佐々木が手掛ける石州勝地半紙は、幽玄な風合いを持つ強靱な和紙である。「勝地半紙」とそどり作業をする「甑<sup>こしき</sup>」は日本遺産に登録されている。

##### （2）開業当時の「風の国」

1997年に開業した当初はとても繁盛しており、10キロ先まで渋滞ができるほどであったが、2年目以降は部屋数が少ないなどの課題があり、赤字であった。そのため日帰りで利益幅の大きい婚礼事業に力を入れていた。具体的には、かねぎウェスタン牧場から馬車を借り、馬車を使った結婚式を風の池で行った。年間10数組が利用し、売上に貢献したが、スタッフが変わるなど、クオリティを維持できずに、次第にその数は縮小していった。

##### （3）今後の課題と方向性

「風の国」には広葉樹が多く、豊かな自然に恵まれている。さらに、絶滅危惧種であるアカショウビンやサンコウチョウも生息しているため、バードウォッチングができる。豊かな自然公園として総合的に楽しんでもらうために、「風の国」がメインとした目的地になるように工夫する必要がある。例えば、風をテーマにしたオブジェクトの設置である。来客者に風車をつくってもらい、それを園内に飾り付けるといったことである。こうすることで、来客者のつくったものが形として残る。そして、その映像をSNS等で発信したり、自分がつくったのだと近くにいる人達に伝えることで、誘客に繋がると考える。1日では体験しきれない位の魅力づくりと情報発信をし

#### 第6項 釜瀬隆司（江津市産業振興担当顧問）・大地本江美（同商工観光課観光振興係長）

##### （1）「風の国」開業までの経緯

江津市には「風の国」開業まで、建設業しか主な産業がなかった。そこで、1989年に竹下内閣のふるさと創生1億円事業を契機として、滞在型宿泊施設の建設に至った。旧桜江町は、1988年に「桜江町総合振興計画」を策定し、1991年度に温泉開発整備構想によって泉源開発を行った。湧き出た温泉は、29℃でアルカリ性の単純泉であった。次年度に「風の国」整備構想を立て、1995年度には森の館が完成して部分オープンを果たした。1997年度に風の館が完成し、全体オープンした。総事業費は32億円であった。

##### （2）運営と課題

桜江町としては、行政が自ら施設を設置し、第三セクター方式で運営するしかなかった。

「風の国」のコンセプトは、非日常的な演出を行うことであり、都市部の人を呼び込むことが目的であった。開業後には延べ239万人が来場し、売上高は41億8千万円となり、地域経済への波及は大きかった。また、年間に平均30人の雇用の場を生み出すことができた。さらに、主要幹線道路の新設改良や住宅団地など町へのインフラ整備に貢献したほか、ピクニックランや温泉、スポーツなど、県内外へ地域のPR素材として活用することができた。

しかし、問題点もあった。1つ目は、閑散期の赤字を補填するだけの客室がなく、繁忙期の利益で損失を埋めることができなかったことである。2つ目は、市として新たな投資をすることができなかったことである。3つ目は、従業員の給料を上げることができず、人材確保ができなかったことである。その結果、全体オープンした1997年が売上高最大となり、その後は回復することもあったものの、概ね売上高は減少傾

向で推移した。

### (3) 「風の国」の今後について

江津市には大きな観光施設がなく、「風の国」、「アクアス」、「有福温泉」の3施設を主な観光拠点として各施設の連携を目指している。また、江津市ではビジネスプランコンテストを開催し、大賞の人には賞金を贈っている。受賞者の商品展示や観光農園を「風の国」に参入させ、起業したクラフトビール及びワインの製造事業者や農家を「風の国」に誘致したいと考えていると述べられた。

江津市としては、「風の国」を地域活性化に活用したいと考えている。5月や8月に開催される地元の祭りを「風の国」で開催したり、約1500人が参加するマラソン大会のゴールを「風の国」に設定するなどしている。風の国は県外からの交流人口確保のための核になる施設であり、自然豊かであるからこそ、鳥や植物を活用し、非日常的な空間を演出していきたいと考えている。

今回のインタビューから、今後は観光拠点として3施設が連携を密にし、魅力を周知させることが江津市の交流人口増加、「風の国」の集客増加へ波及させることになると考える。

訪者に対し、アンケート調査を行った。

アンケートの有効回答数は237で、男女の割合はほぼ同じであった（図16）。

来訪者の年齢に関しては高齢者が多く、一番多かったのが70代で30%近くを占める結果となり、その後に60代、40代、50代が続いた。30代から50代に関しては全体の約40%が訪れており、家族連れの利用者が少なからず見られた。これに対して、若年層の来訪者は10代が25%、20代が21%と少ない。SNSによる発信等で10代・20代の来訪を促すことで、さらなる来訪者の獲得を期待できる（図17）。

来訪者の発地先をみると、広島市が34%、広島市以外の広島県内観光客が15.2%と全体でみると約半数が広島から訪れていた。次いで江津市からの来訪者で13.5%であった（図18）。

年代別に見てもほとんどの年代で広島市から訪れた人が多かった。ただ、この中にはツアー客も交じっており、個人で訪れた人たちがすべてではないことが分かった。また、江津市内の利用者も多く、地元へ愛されていることも伺えた。

一方、鳥取からの来訪者はゼロであった。アンケート調査中にたまたま来訪者がいなかった可能性があるが、鳥取県は東西に長く、移動に時間がかかるため来訪が見られないと考えられる。将来的には、遠方者対策も必要である。また、海外からの来訪者は0.4%に過ぎなかった。今後は、外国人の来訪を想定した対応が必要である。

## 第3節 アンケート調査

2019年7月～8月において、「風の国」の来

図16 男女別来訪割合

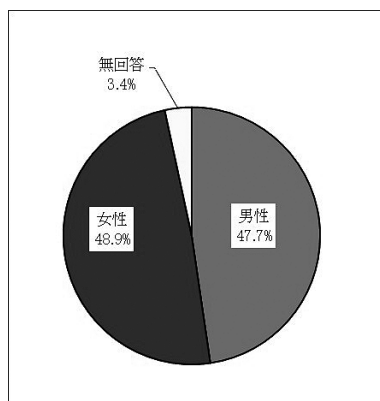


図17 年齢別来訪者割合

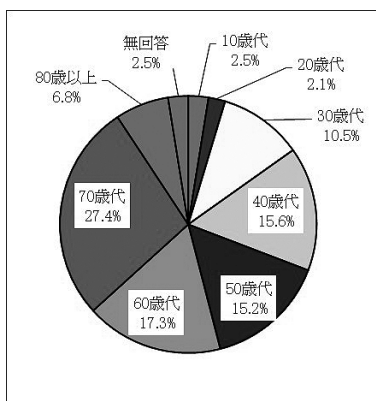
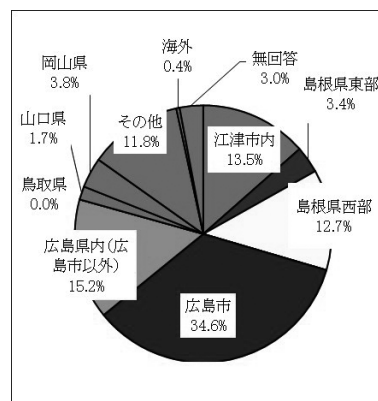


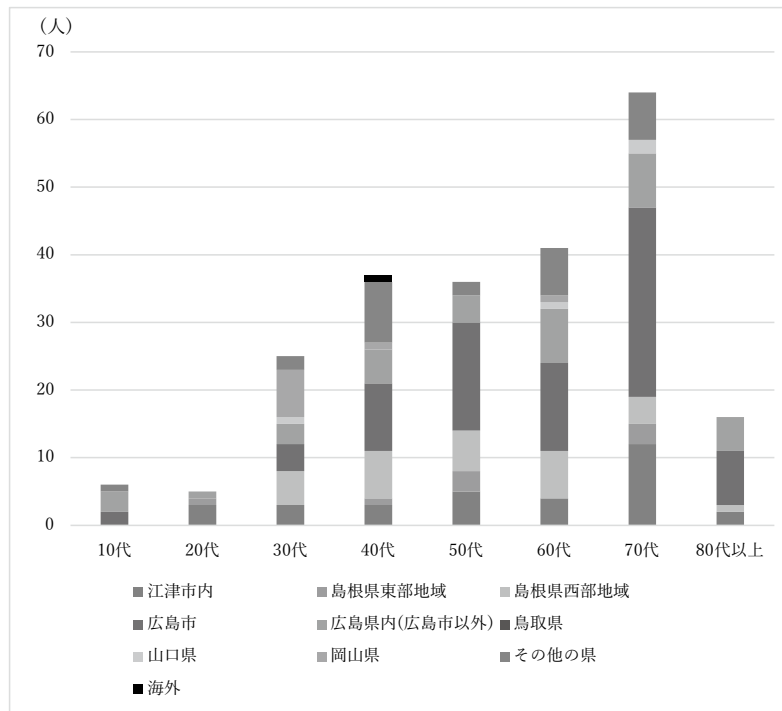
図18 来訪者の発地先割合



「風の国」来訪者の年代別出身地域をみると、30代以上の世代では、広島市及び広島県

内から訪れた割合が高い。地元の江津からの来訪者は70代が多い（図19）。

図19 「風の国」来訪者の年代別出身地域



来訪者が「風の国」を知るきっかけは、知人の紹介とインターネットという回答が同数あり、約50%を占めた。知人から紹介があったということは、ある程度「風の国」が認知されていると考えられる。知人の紹介による来訪者の50%が広島市からであり、江津市からの来訪者は約10%であった（図20）。

集計結果から、インターネットが普及している現在では、観光情報などは Web サイトから

得る場合が多いので、ネットで情報を発信する重要性は高まっていると考えられる。テレビや新聞などのマスメディアから「風の国」を知った人は少なかった。テレビCMなどの広告は情報発信力が高いため、より多くの媒体での宣伝を試みて、「風の国」の認知度を上げていくべきだと考える。また、今回地元ケーブルテレビの取材を受け放映されたが、こうした機会を増やしていくことも必要である。

図20 風の国を知ったきっかけ

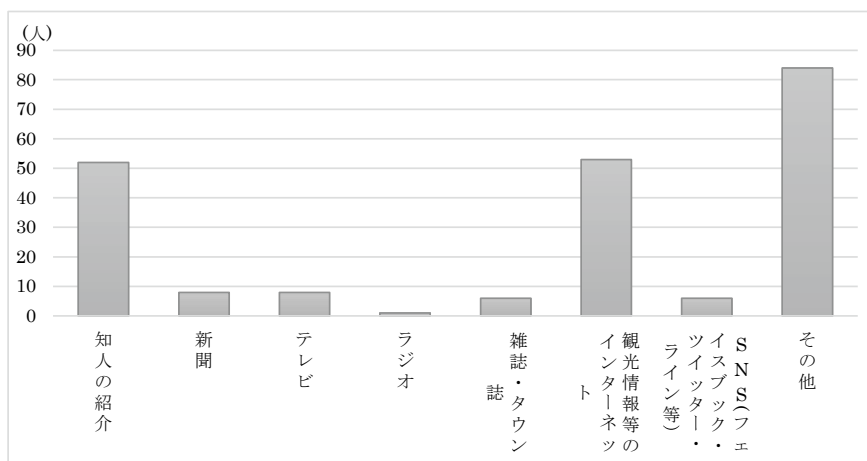
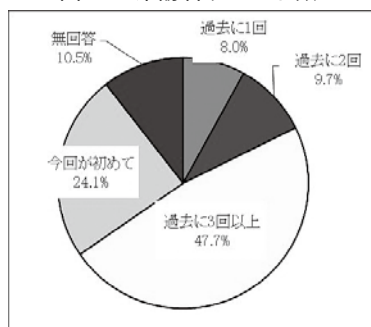


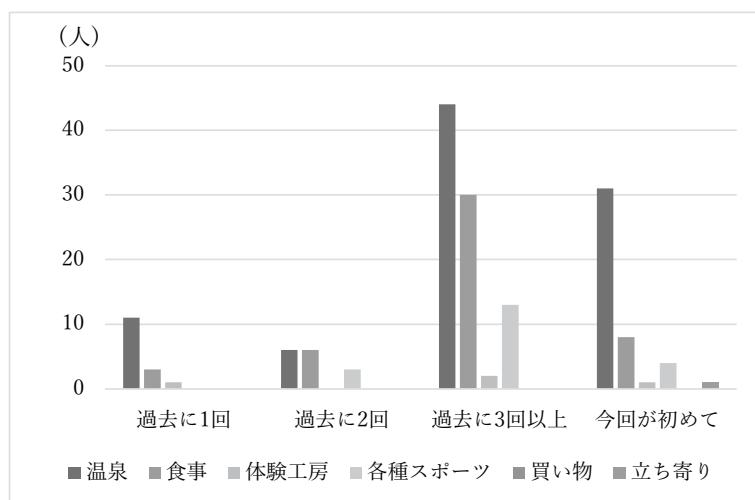
図21 来訪者リピート数



「風の国」のリピート率をみてみると、過去に3回以上または初めての来訪者が多かった。その約40%が広島市からの来訪者であり、広島県全体だと約50%を占めた。江津市からの来訪者は約30%であった（図21）。

目的別にみてみると温泉、食事を目的とした来訪者が多い。温泉に来ればリピーターとなる可能性が高いといえる（図22）。

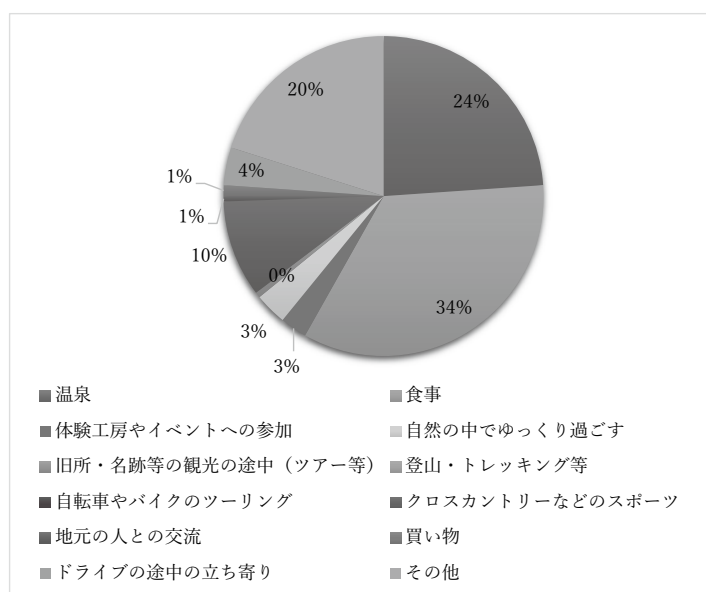
図22 リピート数と来訪目的の関係



また、過去3回以上の来訪者の目的では食事も多い。実際、アンケートの自由記述においても「レストラン風花」を評価する声が多数見られた。その他にもグランドゴルフ等各種スポー

ツを目的とした来訪は過去3回以上に多く見られ、リピーターをつくることには成功していると言える（図23）。

図23 3回以上の来訪者の目的



しかし、テニスを目的に初めて来訪した方にはテニスコートの整備や料金に不満を持つ声があった。体験工房や買い物については回答がほとんど見られなかった。体験工房「風の工房」は、筆者たちが見学した際、とても魅力的に感じられただけにもったいないと言える。また、買い物に関しても、今後石見麦酒が「風の国」に施設を構えるということなので、これを目当てに来訪者が来ることが期待できる。加えて、土産売り場に「風の国」オリジナルの商品を置くことによって売上を伸ばすことができると考えられる。

ほかに、ドライブ中の立ち寄りが1名見られた。立地の都合上、他の観光地の行き帰りに立ち寄らせることは困難だが、道の駅のような機能を持つことで休憩の際に来訪する者が現れると考える。その他、自然とのふれあいを目的に来訪する方も少数であるが確認できた。今回のグランピングサイトオープンはもちろん、遊歩道の整備や、アンケートで寄せられた池の管理が実現できれば自然との触れ合いを目的とした来訪者が増えるはずである。

さらに3回以上来訪したことのある人を対象に「風の国」の来訪目的を細かくみてみると、温泉や食事が多く、合わせると全体の約60%を占めた。

それ以外で目立ったのがスポーツで、その多くがグランドゴルフあるいはゲートボールであった。複数回にわたって利用がされているので少なからず需要はあるとみえる。

「風の国」を来訪する目的が多かった温泉とレストラン風花の満足度を表してみると、温泉については、満足、やや満足合わせて60%を超える結果となった(図24)。無回答も目立つが、不満は0%、やや不満が1.7%と少なく、温泉の満足度はかなりの人が満足していると考えられる。

やや不満の理由としてはやはり露天風呂がないことに対する回答が多かった。露天風呂の説明を受けた際に管理が大変かつコストが高いなどの要因があり、実現は難しそうであるが、露天風呂設置のメリットはかなりあると考える。その他の要望としては、無料のタオルが欲しい、卓球台があるとよい、外を見ながら入浴がしたいなどがあった。

い、卓球台があるとよい、外を見ながら入浴がしたいなどがあった。

レストラン風花の満足度は、満足と答えた割合は51.5%で、やや満足も13.9%と高い評価だった(図25)。レストラン風花への要望として、寿司、デザートが欲しい、ペットと食事がしたい、高齢者のために量を選べるようにして欲しい、1,000円以上の食事でコーヒーを提供することや季節ごとに変わるメニューの追加、あるいは地元のゴボウを使った料理の提供などの要望があった。

図24 温泉の満足度

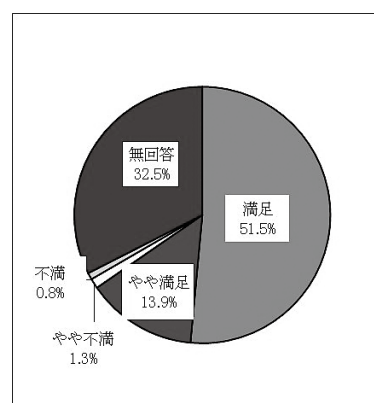
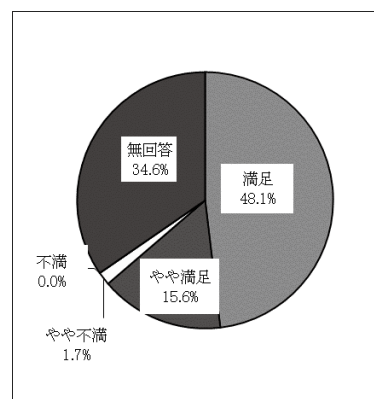


図25 レストラン「風花」の満足度



年代別に「風の国」に訪れた目的をみると、全年代を通して温泉や食事を目的とした人がほとんどであることが分かった。

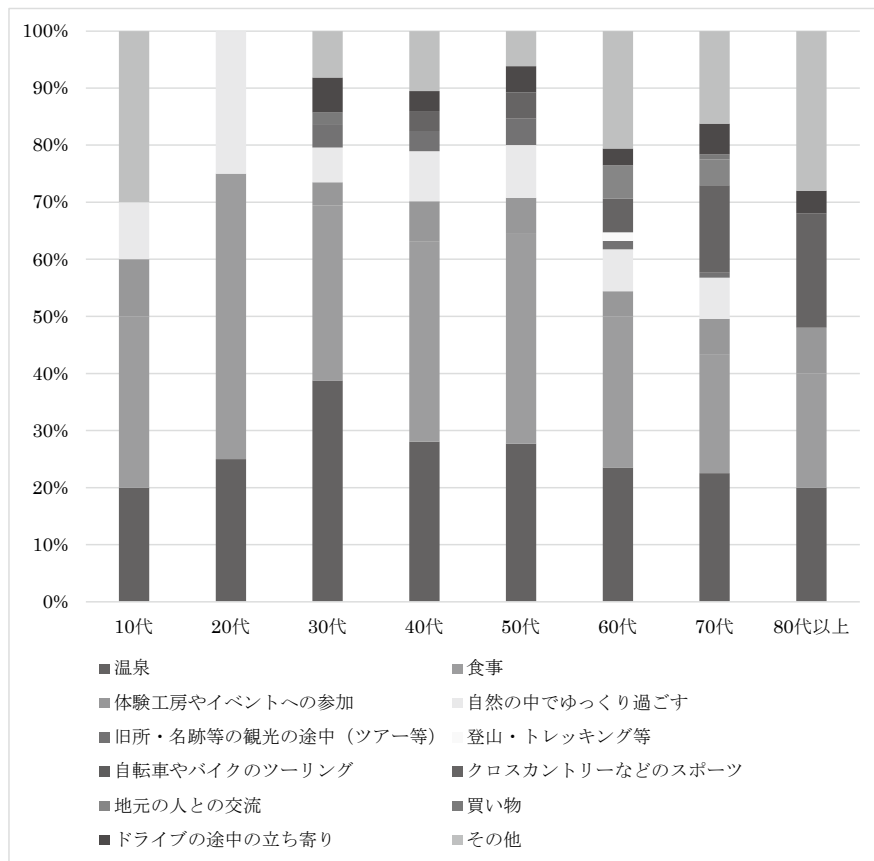
また、40代以上ではスポーツを目的とした人たちがおり、その中の60歳以上の人は、ほとんどがグランドゴルフまたはゲートボールをするために訪れていることが分かった。グランドゴルフは、敷地面積が広く、公認競技場であるこ

とが大きな要因と考えられる。

「風の国」の利用者の半数は60代以上であるため、この世代のニーズに合わせた環境づくりが必要である。一方、若い世代のニーズにも対応する必要があるため、温泉や食事以外の来訪目的を創り出すことが必要である。

また、買い物を目的とした人たちもあり、より多くの商品を買ってもらうようにするために、商品の価格設定の見直しや品ぞろえ、商品の種類の増加などを検討して購入意欲の湧く売り場づくりも必要である（図26）。

図26 年代別来訪者の来館目的



次に、地域ごとに「風の国」に訪れた目的をみてみると、温泉と食事を目的とした利用者が多数を占め、わずかな差ではあるが食事の割合が温泉よりも高かった（図27）。

スポーツをするために訪れたという回答に注目すると、そのほとんどが広島からの利用者で

あり、江津市内からの利用者はスポーツを目的としていないことが分かった。主に広島県からの利用者は自然の中で行う運動を求めている可能性がある。

最後に「風の国」利用者の自由記述意見を項目ごとに掲載する（表7）。

図27 地域別来訪者の来館目的

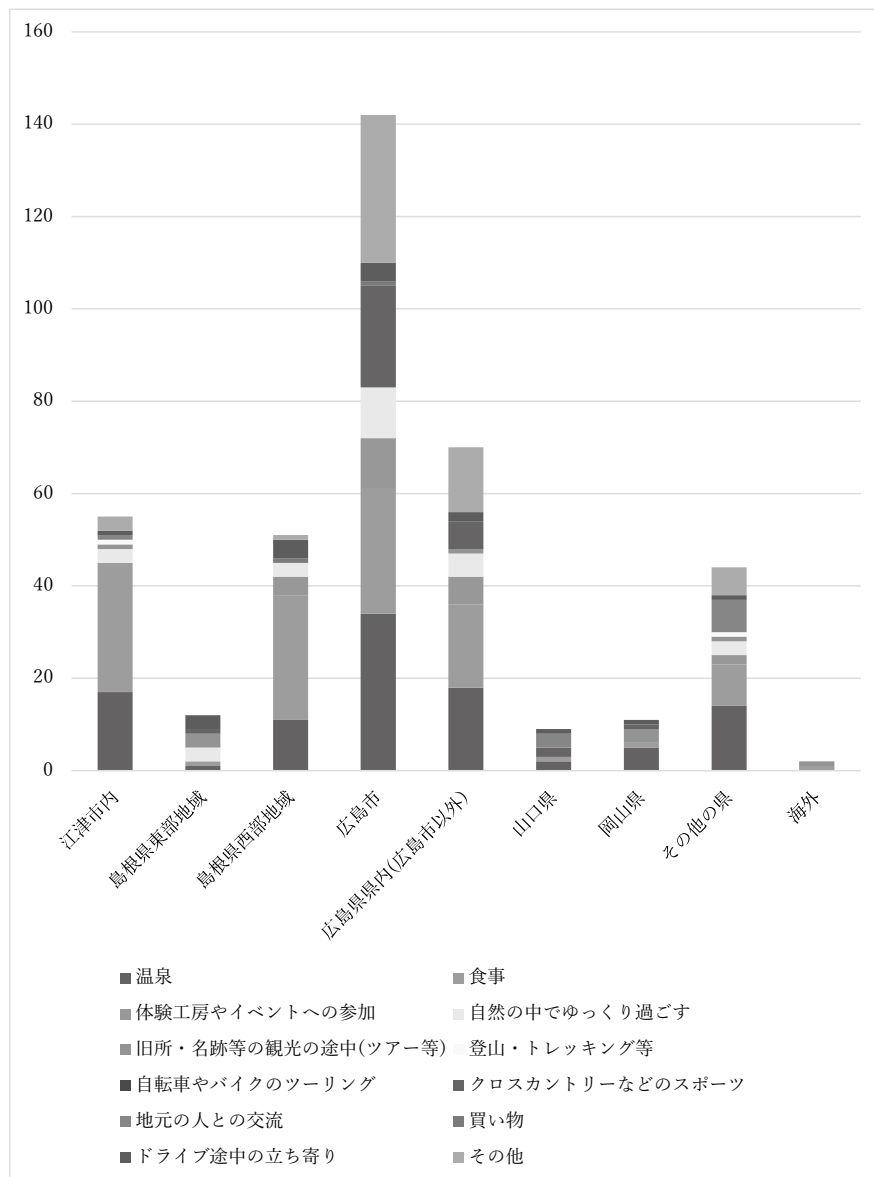


表7 アンケート自由記述

1. レストラン風花

|  |
|--|
| ・小人用としてでもいいのでアイスがあればいい。                  |
| ・1000円以上の食事をしたらコーヒーをつけてほしい。(前の風の国ではあった。) |
| ・ご飯は高齢者には多いので、量を選べばうれしいです。               |
| ・この地域ならではの食材、料理(季節の食材)を楽しみたいです。          |
| ・料理とてもおいしくいただきました                        |
| ・冷房が少し効きすぎのように思いました。                     |
| ・寿司類・デザートがあればうれしいです。ごちそうさまでした。           |
| ・料理はすべておいしくいただきました。                      |
| ・折角高級魚ののどぐろ自身の味付けで塩が多くて残念だった。            |
| ・デザートが欲しい。(連れの息子)                        |
| ・地元のごぼうを使った料理を出す。                        |
| ・法事料理。                                   |

表7 アンケート自由記述（続き）

2. テニスコート

|                                       |
|---------------------------------------|
| ・室内競技場は夏場使用するとき大きな扇風機が用意してあればありがたいです。 |
| ・テニスコートは蜘蛛の巣と虫の死骸だらけで気持ち悪い。           |

3. 宣伝方法

|   |
|---|
| ・若者が利用できるように若者のターゲットを絞る。経済大学から発信してみてもいい。      |
| ・情報発信をしていただくといいと思います。久しぶりに来ていいなと思いました。また来ます   |
| ・SNS・キャンペーンなど。                                |
| ・県外で知らない人がいるので宣伝を強化したら？                       |
| ・県外にテレビのCMで流せば？                               |
| ・新聞広告・CM等を流してください。（山の美しさ・水の清らかさ・人のやさしさ）を放映する。 |
| ・集客を見込めるイベントが必要。                              |

4. 温泉施設

|   |
|---|
| ・温泉（休憩室）の雰囲気向上の工夫があればいいと思います。                                 |
| ・シャワーの出が悪い。   |
| ・温泉にも無料タオルがあるといいと思います。  |
| ・男温泉の外木を切って外が見えるようにしてほしい。                                     |
| ・サウナに持ってはいれる座布団みたいなものがあれば、洗って使えるので、前の人が使ったことへの抵抗感が低くなると思いました。 |
| ・温泉の温度管理を季節に合わせる。   |
| ・露天風呂が必要。   |
| ・温泉と他のサービスのセットがあればいいと思う。                                      |

5. 要望

|  |
|--|
| ・（毎月）人を集めてください。                          |
| ・往復の道がよくなると来やすいです。また来ます。                 |
| ・往復の道楽しませてもらってありがとう。また来ます。               |
| ・犬・猫・ヒツジ・ヤギなど動物を飼うといいと思う。広い場所を有効活用できる。   |
| ・レストランの窓をきれいにする。                         |
| ・ペットと食事ができるとよい。                          |
| ・コテージの調理の備品不足。大皿・小スプーン金たわし・フライ返し。        |
| ・滞在中の体験メニューの開発。                          |
| ・明るく楽しい施設に！！                             |
| ・専用のバックがあればと思います。                        |
| ・遊具がだいぶ傷んでました。遊具のメンテナンスをしたほうがいいと思います。    |
| ・新しい遊具がほしいです。                            |
| ・欠員が出た時にはサポートして下さるシステムなど、あればより楽しいなと思います。 |

6. 感想等

|  |
|--|
| ・本日は風の国御膳をいただきました。美味しく、甘みのさわやかさが良かったと思います。         |
| ・宿泊してテニスのできる場所がいい環境だと思います。                         |
| ・食事美味しくいただきましたし、温泉もGOODでした。ありがとうございました。            |
| ・なくなると寂しいので、いつまでも今まで通りでよろしいので頑張ってください、よろしく願いいたします。 |
| ・風の国がなくなると寂しく思っていたが、また来れることになってうれしく思います。           |
| ・今日初めて来まして男性の方も若々しく楽しく過ごすことができました。                 |
| ・スタッフの皆様がとても親切で安心して過ごせました。                         |
| ・夕食もとても美味しく量も多くて満足でした。また来たいです。                     |

【参考】 アンケート票

「温泉リゾート風の国」に対する意識調査

- 問1 あなたの性別は、次のうちどちらですか。 1. 男性 2. 女性
- 問2 あなたの年齢は、次のうちどれにあたりますか。  
1. 10歳代 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代  
5. 50歳代 6. 60歳代 7. 70歳代 8. 80歳以上
- 問3 あなたはどちらから来られましたか。  
1. 江津市内 2. 島根県東部地域（松江市・出雲市・雲南市等）  
3. 島根県西部地域（浜田市・益田市・大田市等） 4. 1～3以外の島根県内  
5. 広島市 6. 広島県内（広島市以外） 7. 鳥取県  
8. 山口県 9. 岡山県 10. 1～9以外の県（ ）  
11. 海外（ ）
- 問4 あなたは何人で来られましたか？  
1. 1人 2. 2人（家族） 3. 2人（友人・恋人）  
4. 3人以上（家族） 4. 3人以上（友人）  
5. その他（ツアー）
- 問5 あなたはどのような方法で「温泉リゾート風の国」へ来られましたか。当てはまる番号 1つだけ に○をつけてください。  
1. 自家用車 2. バス（迎えを含む）  
3. JR＋レンタカー（または迎え） 4. バイク 5. 自転車  
6. その他（ ）
- 問6 「温泉リゾート風の国」をどうやって知りましたか。あてはまる番号 1つだけ に○をつけてください。  
1. 知人の紹介 2. 新聞 3. テレビ 4. ラジオ  
5. 雑誌・タウン誌 6. 観光情報等のインターネット  
7. SNS（フェイスブック・ツイッター・ライン・等）  
8. その他（ ）
- 問7 「温泉リゾート風の国」を訪れた目的は何ですか？あてはまる番号を 3つ以内 で選んでください。  
1. 温泉 2. 食事 3. 体験工房やイベントへの参加  
4. 自然の中でゆっくり過ごす 5. 旧所・名跡等の観光の途中（ツアー等）  
6. 登山・トレッキング等 7. 自転車やバイクのツーリング  
8. クロスカントリーなどのスポーツ 9. 地元の人との交流  
10. 買い物 11. ドライブの途中の立ち寄り  
12. その他（ ）

問8 あなたは過去に「温泉リゾート風の国」へ何回来たことがありますか。

当てはまる番号 1つだけ に○をつけてください。

1. 過去に1回      2. 過去に2回      3. 過去に3回以上  
4. 今回が初めて

問9 あなたがこれから訪れたい、あるいは、すでに訪れた観光地はありますか？

あてはまる番号に○をつけてください。※複数回答可

1. しまね海洋館アクアス      2. 石見銀山      3. 宍道湖  
4. 出雲大社      5. 松江（城等）      6. 玉造温泉      7. 旭温泉  
8. 今井美術館      9. 小川家雪舟庭園  
10. 海水浴場（      ）      11. その他（      ）  
12. ほかに訪れる予定はない

問10 あなたが、今回の訪問で、「温泉リゾート風の国」に使う予算はおおよそどのくらいですか。当てはまる番号 1つだけ に○をつけてください。※宿泊費は除く

1. ほとんど使わない      2. 千円未満      3. 千円以上3千円未満  
4. 3千円以上5千円未満      5. 5千円以上1万円未満  
6. 1万円以上

問11 あなたが「温泉リゾート風の国」で利用した施設について、満足度を選んで○をつけてください。

| 施設・サービス     | 満足 | やや満足 | やや不満 | 不満 |
|-------------|----|------|------|----|
| 風の国温泉       |    |      |      |    |
| 宴会場         |    |      |      |    |
| レストラン風花     |    |      |      |    |
| 風の工房        |    |      |      |    |
| テニス         |    |      |      |    |
| ゲートボール      |    |      |      |    |
| グランドゴルフ     |    |      |      |    |
| バーベキュー      |    |      |      |    |
| 会議室         |    |      |      |    |
| 風の舞台        |    |      |      |    |
| コテージ        |    |      |      |    |
| その他（      ） |    |      |      |    |

問12 「温泉リゾート風の国」をもっと良くするためにどんなことに取り組むべきだと思いますか。ご自由に記入ください。

以上で質問はすべて終わりです。ご協力ありがとうございました。

## 第4章 先進事例

### 第1節 三朝館（鳥取県三朝町）<sup>8</sup>

三朝館は、鳥取県三朝町にある温泉旅館である。ここには、バラ風呂、露天檜風呂、貸し切り風呂などさまざまな温泉がある。さらに、病院、街、旅館が提携して、現代人に適した新しいスタイルの湯治を提案している。また、ラヂムリエという入浴アトバイザーに温泉の効能や効果的な入り方を聞くことができる。

三朝館は自然を感じることでできる温泉であり、幅広い年齢層、利用目的に合わせたプランを実施している。具体的には、温泉と料理を楽しむことができる日帰りプランやファミリー向けやカップル向けあるいは父の日、母の日、ホテル祭りなどの期間限定の宿泊プランがある。そのほか、夏季限定で屋外プールを開放するなどファミリー層に向けた催しを行っている。

また、女子旅プランやカップルプランをつくり、女性のSNS、口コミによる情報発信を促している。施設内の情報を単にホームページに載せるのではなく、旅のプランを提案することによって、観光客の集客に繋がっている。

### 第2節 国立山口徳地青少年自然の家（山口県山口市）<sup>9</sup>

1989年に国立青少年自然の家として設立され、2001年に独立行政法人化された施設である。その中に、野外活動プログラムが16もある。特に、「徳地アドベンチャーコース」は、丸太やワイヤーなどで構成されている障害物コースを安全な状況下でアドベンチャー体験ができる。班毎での問題解決や全員による意思決定、協調性や信頼感の醸成に効果的である。

また、大自然を利用した体験メニューが豊富である。火おこしや薪割りから始める野外炊飯、ドラム缶でつくられたピザ窯でのピザづくりがある。植物や野鳥を観察することによって自然の知識を身につける自然観察や山口県最大級の望遠鏡を使って観察できる天体観測もある。そのほかには、自然の家施設周辺マップにある自然物や構造物を探し出し、ビンゴをつくりながら得点を競うフィールドビンゴなどがある。こうした活動により、自然を感じながら生

活し感性や知的好奇心を育むことができる。

### 第3節 なばなの里（三重県桑名市）<sup>10</sup>

三重県桑名市の「なばなの里」は、四季折々の美しい花々が咲き誇る日本最大の花のテーマパークである。

ここでは、様々な花を楽しめるだけでなく、食事やショッピング、日帰り温泉も堪能できる。さらに、展望台からは、360度のパノラマで、ナガシマスパーランドや名古屋中心部、壮大な山々までも一望できる。また、フラワーエリアには、花ひろばやあじさい・しょうぶ園、梅苑、ベゴニアガーデン、バラ園があり、2月から7月までいろいろな花木の祭りが開催されている。2月～3月上旬には、約3,000坪の梅苑に約330本のしだれ梅、河津桜が咲き、池の周囲の遊歩道には桜並木のトンネルが楽しめる桜祭りがある。3月下旬～4月下旬には、花ひろば南側にある約2,200㎡のエリアに、色鮮やかなチューリップやビオラ、ハーブなど約35,000株を使用した様々なイラストが描かれ、展望台からの景色が一層彩られるチューリップ祭りがある。5月初旬～6月下旬にかけては、夜にライトアップされるバラ祭りがある。また、専属の園芸スタッフによるガイドツアーやフォトサービス、カフェなどのサービスがある。

図28 フラワーエリア



出所：なばなの里ホームページ  
<https://www.nagashimaonsen.co.jp/nabana/flower/index.html> (2019年11月22日現在)

#### 第4節 伊賀の里モクモク手づくりファーム（三重県伊賀市）<sup>11</sup>

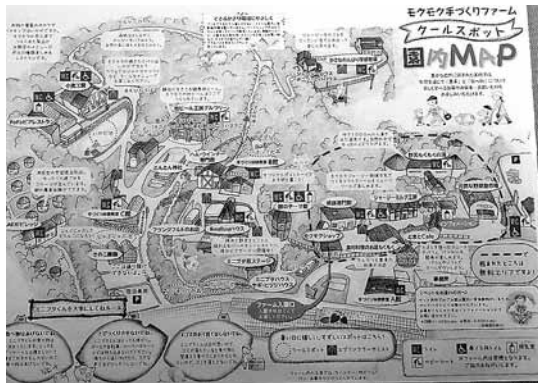
モクモク手づくりファームは、1983年、忍者の里として有名な三重県伊賀地方の阿山町で産声をあげた。手づくりのおいしいハム・ウインナーが売りであったが、肝心の客がつかず、初年度の夏から大赤字であった。地元は人口8,000人の町である上、山の中の分かりづらい場所にあるため、1日頑張っても数万円という日が続いた。

そうした中、偶然のきっかけではじめたウインナーの手づくり体験教室（日本初）の成功をきっかけにして、次第に「モクモク」の知名度が上がっていった。

現在では、基盤となる直営農場と農産加工の各工房の運営のほか、年間50万人の来園者を誇るファクトリーファーム（農業公園）の運営、会員制の農産物の通信販売なども行っている。

訪れたのは9月の3連休中であつたが、体験教室は、10時開園前の9時半時点で、15時まで予約で満席となっていた。施設には、直営販売所のほか、温泉、4つの食事場所、動物ふれあい広場、宿泊施設、体験・見学施設等がある。

図29 伊賀の里モクモク手づくりファーム地図



出所：同所パンフレット

図30 伊賀の里モクモク手づくりファーム入口



図31 体験教室の空席状況



図30・31：2019年9月15日撮影

#### 第5節 先進事例の示唆すること

4つの先進事例は、それぞれの強みを活かした戦略で、大勢の集客に成功している。「三朝館」は、顧客ニーズに応じた様々な湯治スタイルを提供し、温泉の特長をアピールしている。さらに、宿泊と料理のプランなどで客を引きつけている。それが口コミで広まり、相乗効果を生んでいる。「国立山口徳地青少年自然の家」は、自然の中で体験することを中心に据え、数多くの野外活動メニューを提示している。特に、アドベンチャーコースは人気が高く、楽しみながら自然を学ぶ工夫がされている。「なばなの里」は、広大な敷地を活かし、フラワーパークを造り上げている。花の種類も株数も観る人を圧倒する規模で感動を与え、訪問者の心を掴んでいる。四季の変化を楽しめることも魅力である。「伊賀の里モクモク手づくりファーム」は、安心・安全な製品づくりのほかに、食を楽しみ、学ぶことができる施設となっている。特に、体験施設は常時満席になるほどの人気である。

「風の国」の強み（売り）とすべき目玉は、温泉・自然・体験であり、上記の先進事例は、今後の「風の国」の方向性を考える上で、大きなヒントになると考える。具体的には、温泉は、アンケート調査や現地調査の中で指摘のあった事項を改善して、顧客ニーズに応えることである。自然は、遊歩道を整備して、自然を

学ぶことや癒しを感じられる環境にすることである。体験は、今ある「風の工房」の体験メニューのほかに、新たなイベントを加え、ファミリー層や地元の人たちを集客することである。

これらの対策は、短期的、長期的対応に分類し、ターゲット別に立案していくことが必要である。

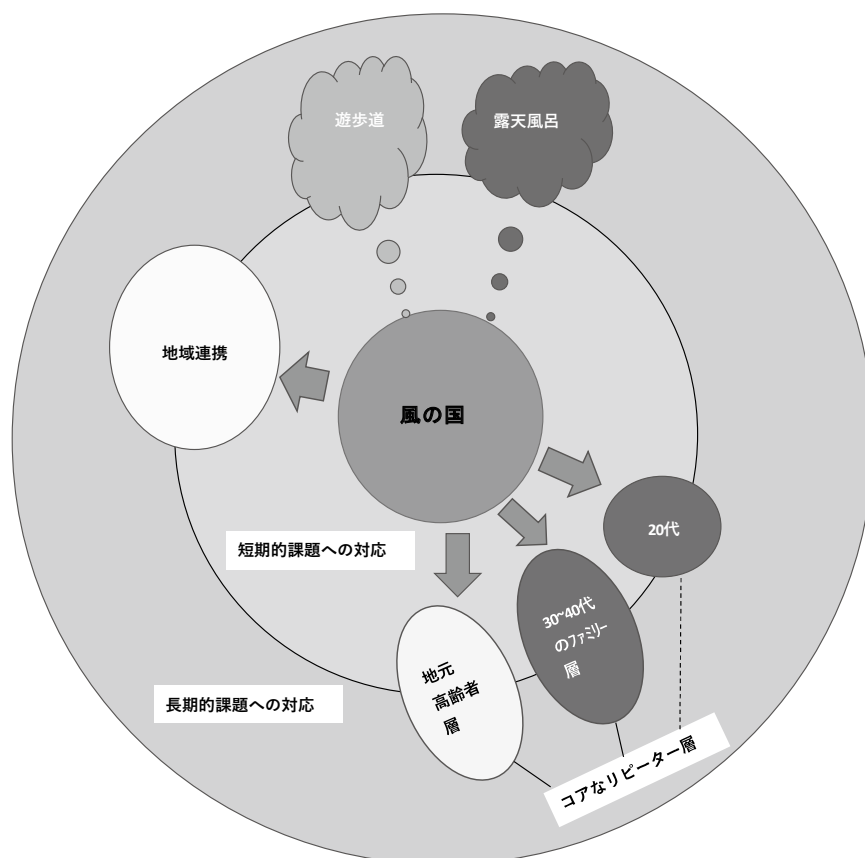
## 第5章 「風の国」の今後の方向性

### 第1節 今後の方向性の考え方

これまでのアンケート、インタビュー、先進事例を踏まえ、今後の「風の国」の方向性を探る。

第1章で述べた課題を費用や時間の負担を考慮して、短期的対応と長期的対応に分け、また、想定するターゲットのニーズとのマトリックスを考え、方向性について述べていく（図32）。

図32 今後の方向性のイメージ図



### 第2節 短期的課題への対応策

第1章第5節「風の国の課題」で取り上げた、「施設」「情報発信」「イベント」「サービス」の4つについて改善案を述べる。

#### 第1項 施設の改善について

##### (1) 虫対策

コテージ前の蜂の巣を早急に駆除する必要がある。虫がいることは自然が豊かなことを表しているが、害虫が多すぎると宿泊したくないという気持ちになるため、リピーターが増えない原因となる。

##### (2) テニスコートの改修

テニスコートを実際に見学した時に、蜘蛛の巣が多いことや人工芝の張替えが一部しか行われておらず、テニスをするには良い環境とは言えないと感じた。これを受け、まずはテニスコートの改修を提案する。

##### (3) 風呂場のシャワーの改善

女湯のシャワーでお湯が出にくいところがあった。水圧の調整の早い対応を望む。

##### (4) 遊具の清掃・改修

ピクニックに来るのは子ども連れが多い。しかし、実際に遊具を見学した際に、

蜘蛛の巣がついていたり、汚れていたりしている箇所があり、子どもたちが遊ぶ施設としては適切ではないように感じた。そのため、遊具の改修、清掃を行うことを提案する。

## 第2項 施設の増設・新設

### (1) ドッグラン施設の拡充

現在、ドッグランは体重制限がかかっており大型犬は利用できない状況である。筆者たちが宿泊した際に、大型犬を連れて散歩している人がいた。つまり、大型犬を連れてくる人はいるのにドッグランを使用できていないのが現状である。ドッグランを大型犬でも利用できるようにすることで、ドッグランを有効活用できるようになる。例えば、現在利用していないキャンプ場に柵を設置して、大型犬のドッグランとしてのリニューアルを提案する。

### (2) フットサル場としての活用

テニスコート場をフットサル場として活用できるようにする。現在のままでは、稼働率が低いままテニスの試合や練習等で使用しないときにフットサルを行うことで稼働率が上がると考える。テニスコートのサイズは横が約11m、縦が約24mである。フットサルコートのサイズは横が約40m、縦が約20mであるため、テニスコートが4面ある「風の国」では、フットサル場として活用することができる。これにより、テニスコートの稼働率が上がり、収益増加の効果が得られる。

### (3) デジタルデトックス

「風の国」にただ宿泊するだけでなく、一部の施設ではスマートフォンやゲーム機を使わない非日常の時間を提供することを提案する。デジタル化が進んだ近年では、スマートフォンが手放せない世の中になった。そこで、スマートフォンをはじめとした携帯電話やゲーム機などを宿泊中は預かり、自然やイベントを楽しんでもらう。このデジタルデトックスは、中国地方では実施している施設がないため、人を呼び込む

大きな効果を生み出すと考えられる。

### (4) 自然アート

現在は放置してある池の中洲に、ハートのオブジェを設置したり、季節の花を植えたりする自然アートの実施を提案する。こうすることで、インスタ映えするスポットになり、池の有効活用が期待できる。

### (5) 大元神楽の定期上演

立派な神楽の舞台（「風の舞台」）があるため、月に1回程度、昼間に地元の神楽である大元神楽を定期的に行うことを提案する。上演を行うことで、宿泊客だけでなく、江津に立ち寄った観光客や広島からの観光客を呼び込むことができる。上演日は、「第2日曜日」のように固定することで上演日がわかりやすくなり、観光客もタイミングを狙って訪れることができるようになる。団体客が泊まる際には、夜に上演する。

### (6) 林間遊具の増設

さらに、子どもが多く訪れるためには、遊具の増設も必要であると考えられる。山を切り開き、そこで出た材木を使用し遊具をつくる。例えば、アスレチックやジップラインである。特に、ジップラインは遊びながら自然を体で感じるができるため子供には人気の遊具である。

## 第3項 情報発信の改善・提案

情報発信の源についてである。旅行者は、ホームページを見て、行き先を決めることが多い。ホームページはこまめに更新していないと過去の状況しかわからないため旅行先の候補から外す可能性がある。そうならないために、いつ誰が見ても、行ってみたいと思うようにアピールすることが大切である。そして、地域の人から県外の人まで様々な人を誘致につなげる必要がある。

ホームページを見せる方法として、ドローンによる空撮動画を流すことを提案する。空撮は立体的な動きが見られるので、施設全体を俯瞰できると同時に、動画として迫力ある映像がサイトを見る人を引き付けると考える。

#### 第4項 イベントの提案

##### (1) テント・キャンプ用品の展示会

これは、「風の国」の本岡主任の意見である。広い芝生があるにも関わらず、現在あるものは小さな子供向けの遊具のみである。テント・キャンプ用品の展示会を現在何も活用されていない芝生を活用して行う。芝生の上でテントを販売するからこそ、実際にキャンプをする際のような感じか具体的に感じることができる。併せて、飯盒炊爨やバーベキューグリル、テーブルや椅子など、キャンプに必要なものを一緒に展示する。現在のキャンプ道具店のほとんどは、店内かネットショッピングである。「外」で「芝生の上」というキャンプをする姿を想像しながら買うことができる珍しい場となる。従って、キャンプ初心者の人を呼び込むことができると考える。

##### (2) ウォークラリー

ウォークラリーとは、グループによる、歩く楽しさを基にした野外レクリエーションゲームである<sup>12</sup>。「風の国」は、敷地が広く開催しやすい。具体的には、敷地内の至るところにクイズやスタンプを用意する。問題は、その場に行かなければ答えられないようにしておく。ラリー用の地図は、簡単なものと難しいものの2パターンを用意する。達成後には、アイスクリームなどクールダウンに適した景品を準備しておくといよい。ウォークラリーをすることで、グループ内でのコミュニケーションを図ることができる。加えて、歩くことを通しての健康づくりにも取り組める。現在荒れ放題の山を整備してコースの一部に加える。そうすることで、山を有効活用することができる。「風の国」がより自然を感じることができる施設となる。初めての人に、こんな施設があったと気づいてもらえる機会になると考える。

##### (3) フィールドビンゴ

さまざまな感覚を使って自然の中のポイントを探すゲームである<sup>13</sup>。ビンゴカードを準備し、「風の国」の施設内を歩いて、

カードの絵と合うものを見つけ、縦・横・斜めのマスが揃えばビンゴとなって商品を獲得できるネイチャーゲームである。大人と子どもが自然の中で一緒に楽しめるゲームなので、ファミリー層にはヒットすると考える。

##### (4) パンマルシェ

地元や江津市内のパン屋の人にパンをつくってもらい、「風の国」でパンマルシェとして販売してもらおう。このイベントによりパン好きの人が訪れるだけでなく、偶然訪れた人も楽しめると考えられる。

##### (5) フリーマーケット

地元の人が気軽に売り買いできる場をつくる。年齢問わずだれでも簡単に参加できる場にする。例えば、小学生でも売る側として参加できるようにすると、お小遣い稼ぎに加えて、小さいころからお金の大切さを学ぶ機会を得られる。

##### (6) ビールイベント

これは、株式会社石見麦酒の山口工場長の意見である。「風の国」では石見麦酒を施設内に誘致することから、地ビールなどの飲み比べができるイベントを行うことができるようになる。イベント開催時には、ビールを飲むため宿泊者の増加につながると考える。さらに、日帰りツアーを組んで、江津市内や広島市内向けに送迎バスを運行する。このように日帰り客と宿泊客どちらにもビールが飲める環境を整えることで飲酒運転による事故を防ぎ、車の運転を気にすることなく飲むことができる。

##### (7) イリュージョン大会

有名イリュージョニストでなくても手品の愛好家は多いので、そうしたアマチュアの育成大会としてもよい。見せるだけでなく、子どもたちを交えて楽しませることができれば、参加者は増えると考えられる。

##### (8) ハロウィーンイベント

10月末に、ハロウィーンイベントを実施する。仮装してきた子どもにはお菓子の詰め合わせをプレゼントし、大人には施設内の割引券をプレゼントする。割引券がある

ことで気軽に何か体験してみようという気持ちになる。一度体験してもらい、これはよかったと思っていただけたらリピーターにつながると考えられる。また、USJのようなゾンビが現れるエリアをつくるとよい。怖いものが好きな人が楽しめる状況をつくると、初めての人も訪れたいと思うきっかけになると考える。

#### (9) 羊の活用

羊牧場経営の石井牧場主の意見を3つ紹介する。

##### ① Sheep run (シープ・ラン)

シープ・ランを施設内にあるドッグランで行えば、普段、羊を見る機会は少ないため、県外からも来訪客が訪れることが期待できる。また、羊と触れ合う機会を設ければ、ふれあいを目的に来訪者が増えると考えられる。

##### ②羊毛刈り体験

羊毛刈り体験ができる施設は、国内でも少ない。「風の国」で開催することができれば、非常に珍しい体験をできる。加えて、子供でも大人でも年齢関係なく体験できるイベントである。

##### ③羊毛フェルトづくり体験

石井牧場主は羊毛フェルトをつくっている。そこで、小さな子供でも「羊毛フェルトづくり」を体験できるようにすると喜ばれると考える。第2土曜日というように限定してもよい。子供たちが「風の国」で羊毛フェルトづくりを体験したあと、レストランでごはんを食べ、遊具や芝生の上で遊んで帰るシステムをつくることができる。毎月「風の国」に行くのが楽しみという子供たちが増え、地元の来訪者も増える。そうすることで、子供たちが大きくなっても「風の国」に遊びに行こうという気持ちになると考える。加えて、かわいらしい人形をつくることができると、一生の宝物にもなる。

#### (10) 自然を活用した体験

「風の国」はキャンプ場やバーベキュー

場はあるが、材料などは自ら購入しなければならない。しかし、スーパーマーケットまでの距離が遠く行くまでに約30分かかる。従って、施設内で買えるようにした方がよい。あるいは、セットで購入できるようにする。敷地内に野菜畑をつくり販売すれば、食材の提供のほか、野菜の直接販売もできる。さらに、農業体験を行えるようにすれば都会の子供たちにとって貴重な体験ができる場となる。加えて、日々の食事のありがたさが分かるようになるので、教育的にもよいと考えられる。いずれ、幼稚園や小学校と提携して子供のころから食材の大切さを学べる場となる。長期的な視点でみると、いずれ収益が見込めるようになる。

#### (11) 虫取り体験と夏休み宿題合宿

前日の夜、カブトムシやクワガタを捕まえる仕掛けをする。「風の国」に泊まり、翌朝昆虫を捕まえるのである。これは、夏休みの自由研究課題にもなる。会議室を開放して、集まった子供たちみんなで宿題をすることで、苦手な自由研究を早く終わらせることができる。ほかにも、小学生を対象として夏休み宿題合宿を開催する。一人で宿題をしているとなかなか終わらず、家だと集中できないため、「風の国」で1泊2日の開催を提案する。夜は、バーベキューをして勉強と遊びのメリハリをつけると自然の家のように楽しめる。様々な小学校に案内を出せば、日常では関わらない友人ができる機会となる。

#### (12) 星空観察教室

「風の国」は、山の中にあることもあり空気がきれいで星がよく見える。現在は、スマートフォンアプリで星座を教えてくれる。ダウンロード方法を紹介して、宿泊者が自由に観察できるようにする。加えて、この場所からなら特にきれいに見える場所を探し、案内することでより効果的である。

#### (13) 熱気球体験

熱気球は子どもに人気のアトラクション

である。晴天で無風という条件があるが、20～30mの高さとはいえ、360度のパノラマは言葉にならない感動体験となるので、いつも行列ができる。有料で行えば、十分採算はとれる。

#### 第5項 サービスの改善について

##### (1) 案内板の改善

「風の国」の案内板は老朽化しており見えにくいものが多々あるため、それらの案内板を修理する必要がある。また、修理するにあたり、日本語だけでなく外国語を併記したり音声案内を導入したりすることで、海外からの来訪客を呼ぶこともできる。

##### (2) Wi-Fi の設置

多くの人がスマートフォンを持つようになった現在では、Wi-Fiは必要不可欠である。そのため、施設内を快適で楽しく過ごすためにはWi-Fiの通信状況を良くする必要がある。

##### (3) お子様メニューの追加・メニューのリニューアル

ターゲットをファミリー層に設定しているため子供のメニューを増やす必要もある。年齢によって食べられない食材もあるため、年齢によって子供のメニューを作っておくと良いと考える。加えて、お子様定食の写真がメニューに載っていなかったので、写真を載せる方がよい。写真を載せることで、保護者はどんな料理が出てくるのか把握ができ安心して訪れることができる。

#### 第6項 新サービスの提案

##### (1) Welcome かざぐるま 風車

これは、「風の工房」の佐々木代表の意見である。風車を来訪者に渡し、「風の国」の看板など指定の場所に設置してもらう。自分で設置することで「風の国」に来たという実感が持てる。そして、インスタ映えスポットとしてSNSに来訪者に投稿してもらう。

##### (2) スタンプカードの導入

リピーターを増やすために、スタンプカードの導入を提案する。さまざまな店舗であるように5回買ってくれたら500円割引など来てくれた回数に応じてサービスを提供する。そうすることで、「風の国」に訪れる楽しみが増えリピーターが増えると考えられる。

##### (3) 自転車の無料貸し出し

筆者たちが宿泊して感じたことは、施設内のアクセスの悪さである。建物同士の距離が離れており、食事や風呂へ行く際にとっても不便であると感じた。そのため、少しでも移動を楽にするために自転車の貸し出し（無料）を提案する。自転車を貸し出すことで、移動が楽になる。今まで車を利用していた人も自転車を利用することで、自然を存分に楽しむことができる。

##### (4) 羊毛フェルトの作品販売

羊牧場経営の石井牧場主の意見である。彼が見せてくれた作品は、かわいらしい作品でクオリティが非常に高かった。どこでも買えるものではないため、「風の国」限定商品をつくり販売するとよい。土産売場で売ってあるのを見るだけでも楽しい。受付の端やレストラン会場などに飾るとPRになるとともにかわいらしい雰囲気をだすことができる。

##### (5) オリジナル土産品の創作

土産売り場では島根の名物はたくさん置いてあったが、江津市や「風の国」ならではのものは一切置かれていなかった。そのため、「風の国」ならではのキーホルダーをつくることを提案する。沖縄琉球村では、1個500円のキーホルダーに沖縄方言と名前を彫るサービスがある。このサービスこそ付加価値なので、1,000円でも売れると考える。買わない人は500円でも買わないが、欲しいと思う人は、そこにしかない記念品であれば1,000円でも買うはずである。また、ペット用の食事や土産を増やすことでペット連れの宿泊者を増やすことが可能であると考えられる。

他にも、地元商品のカタログ販売を行えば、地元商店やメーカーとの連携が図られ、江津市の活性化に貢献できる。

(6) 郷土料理

筆者たちが宿泊したときに提供していたレストランの食事は非常に美味しかった。しかし、石見地方の郷土料理はなかったの、郷土料理をメニューに加える必要がある。これにより、石見地方の歴史や食文化について学ぶきっかけになると考える。

(7) 弁当販売

立ち寄り観光客や日帰り観光客、ピクニックに訪れた観光客に弁当販売を提案する。最初は、予約販売を行うことから始め、販売状況等を考慮しながら、常時販売を始める。これにより、食材の無駄を最低限にすることができる。

第7項 若者を呼び込むための提案

「風の国」の課題として、若い層の取り込みがある。20～30代の若者を誘客するためのアイデアを提示する。

(1) インスタ映えスポット

近年、スマートフォンの普及により SNS が発達している。株式会社 Find Model による調査<sup>14</sup>によると、Twitter 利用者は4,500万人（2017年10月）、Instagram 利用者は3,300万人（2019年6月）である。これらのことから、SNS を活用した取り組みをするべきだと考える。具体的には、芝生を活用したインスタ映えスポットをつくる。USJ では、芝生の上というだけでインスタ映えになっているので、写真の撮り方次第であると言える。最初は、フォロワーを増やすために、プロカメラマンによる写真を載せる方がよい。

(2) トリックアート

「風の国」施設内のいたるところに沢山のトリックアートをつくる。見るだけでも楽しいし、写真を撮っていても楽しい。トリックアートの開催は期間限定の場所が多いが、「風の国」では通年開催するとよい。少しずつ数を増やしたり変更したりすることで、いつ来ても新しいトリックアートがある状態にするとリピーターができる。

(3) チームラボとの共同制作

チームラボとは、最新テクノロジーを活用したデジタルコンテンツの開発を行うチームである。「風の国」の芝生の上にアートをつくる。現状のままでは夜は暗いが、明かりができれば、防犯対策にもなる。チームラボが関わっていることで、話題性も生まれる。

(4) ライブフェスティバル&グルメフェスティバル

歌手や芸人など芸能人を呼んでライブを行う。普通の音楽ライブでは差別化できないので、アニメ声優大会やハンドベル大会など一味違った企画のライブを行う。広い芝生と近くに建物がないので、近所迷惑を考えなくてよいことをアピールする。宿泊場所や料理なども「風の国」で利用できるので、来場者は便利である。2日間開催すれば、宿泊者数増加やレストラン来客数増加が見込める。

また、グルメフェスティバルを開催する。すでに述べたビールフェスタ（第4項(6)）や若い人に人気の肉バル系のフェスティバルにすれば、集客が見込める。それぞれの開催時に互いに告知すれば、「風の国」を知ってもらうきっかけになるとともに、集客効果が見込める。

表8 短期的課題への対応策

| 短期的対応項目 |        |   | 対象   |
|---------|--------|---|--|
| 施設      | 改善     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・コテージ周辺の虫対策</li> <li>・テニスコートの改修</li> <li>・風呂場のシャワーの改修</li> <li>・遊具の清掃・改修</li> </ul>  | 年齢不問<br>愛好者向け（年齢不問）<br>年齢不問（特に女性）<br>30代～40代のファミリー層  |
|         | 新設（提案） | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ドックランの拡充（大型犬向け）</li> <li>・テニスコートをフットサル場として活用</li> <li>・一部の施設でデジタルデトックス</li> <li>・池の中州に自然アート</li> <li>・大元神楽の定期上演</li> <li>・林間遊具の増設（ジップライン・アスレチック）</li> </ul>   | 愛好者向け（年齢不問）<br>愛好者向け（年齢不問）<br>20代・30～40代のファミリー層<br>年齢不問<br>愛好者向け（年齢不問）<br>20代カップル・30～40代のファミリー層  |
| 情報発信    | 提言     | ・ホームページの定期的更新   | 年齢不問   |
|         | 提案     | ・ドローンによる空撮動画の掲載   | 年齢不問   |
| イベント    | 提案     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・テント・キャンプ用品の展示会</li> <li>・ウォークラリー</li> <li>・フィールドビンゴゲーム</li> <li>・パンマルシェ</li> <li>・フリーマーケット</li> <li>・ビールイベント</li> <li>・イリュージョン大会</li> <li>・ハロウィンイベント</li> <li>・シーブ・ラン</li> <li>・羊の毛刈り体験</li> <li>・羊毛フェルトづくり体験</li> <li>・自然を活用した体験（野菜販売・農業体験等）</li> <li>・虫取り体験と夏休み宿題合宿</li> <li>・星空観察教室</li> <li>・熱気球体験</li> </ul> | 愛好者向け（年齢不問）<br>30代～40代のファミリー層<br>30代～40代のファミリー層<br>年齢不問<br>年齢不問<br>20代以上<br>30代～40代のファミリー層中心<br>年齢不問<br>30代～40代のファミリー層<br>30代～40代のファミリー層<br>愛好者向け（年齢不問）<br>キャンプ者・農業希望者<br>30代～40代のファミリー層<br>30代～40代のファミリー層<br>30代～40代のファミリー層 |
| サービス    | 改善     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・案内板の改修</li> <li>・Wi-Fi</li> <li>・お子様メニューの追加・メニューのリニューアル</li> </ul>  | 来訪者全員<br>来訪者全員<br>30代～40代のファミリー層   |
|         | 提案     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・welcome風車の設置</li> <li>・スタンプカードの導入</li> <li>・自転車の無料貸し出し</li> <li>・羊毛フェルト作品の販売</li> <li>・「風の国」オリジナル土産物の創作（限定キャラクター等）</li> <li>・郷土料理の提供</li> <li>・弁当販売</li> </ul>  | 来訪者全員<br>来訪者全員<br>来訪者全員<br>愛好者向け（年齢不問）<br>来訪者全員<br>来訪者全員<br>立ち寄り客  |
| 若者向け対策  | 提案     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・インスタ映えスポットをつくる</li> <li>・トリックアートをつくる</li> <li>・チームラボとの共同制作</li> <li>・ライブフェスティバル&amp;グルメフェスティバル</li> </ul>   | 20代～30代の若者、カップル  |

### 第3節 長期的課題への対応策

「風の国」の課題で取り上げた「施設」への長期的対応に加え、猫カフェの新設やイベントの提案、地域連携への提言を行う。

#### 第1項 施設のリニューアル・新設

第1に、温泉のリニューアルを提案する。

「温泉リゾート風の国」という名前があるにもかかわらず、大風呂が1つしかない。「温泉リゾート」として今以上に売り出すために、露天風呂を新設する。加えて、大風呂を1つだけでなく2つつくる。1つは普通の温泉で、もう1つは季節限定の花湯をつくる。人は限定という言葉に比較的弱いいため、期間

限定にすると集客力が見込めると考える。そのため、バラ湯やユズ湯、ミカン湯など、季節の花の香りを楽しむ温泉を提案する。季節の花がない時期には、美肌効果の湯を全面的にアピールした温泉にする。近年、男性もスキンケアを気にするようになってきた。女性に向けてアピールしている温泉はあるが、同じお湯でも男性に向けてアピールしている温泉は少ない。男性に向けて積極的に告知することで、来客数が増加すると考える。

第2に、現在使用されていない遊歩道の整備を提案する。自然をアピールするためには、遊歩道を使って散歩するのがよい。普通の遊歩道をつくるのではなく、歩いて楽しい、歩きたいと思わせる遊歩道をつくる(図32)。この遊歩道は、市と建築会社がコラボしてつくった<sup>15</sup>。「風の国」でも、地元の建設会社やアート作家とコラボして、「風の国」ならではの遊歩道をつくる。遊歩道の整備を通して、年齢問わずだれでも楽しめるエリアをつくるのが大切である。

図33 遊歩道



出所：大地の芸術祭の里（新潟県十日町市・津南町）[http://www.echigo-tsumari.jp/artwork/walk\\_way](http://www.echigo-tsumari.jp/artwork/walk_way)（11月22日現在）

## 第2項 猫カフェの創設

「風の工房」には、本にも載った「ちょびちゃん」と「ぶんちゃん」という有名な猫が2匹いる。犬好きをドッグランで呼び込むだけでなく、猫好きも呼び込めば訪問客の増加に寄与すると考える。

具体的には、「風の工房」の2階スペースをカフェに改造し、ちょびちゃんとぶんちゃんを常連の猫として常駐させて見ても

らう。合わせて写真集も見てもらえば、それだけで時間が過ぎていく。また、猫ハウスの売上にも繋がると考える。

図34 猫ハウスと名物猫



出所：2018年1月13日付「毎日新聞」

## 第3項 イベントの提案

### (1) イルミネーション

11月末から1月ごろにかけて、イルミネーションの実施を提案する。「風の国」には、木がたくさんある。一番高くて大きい木をクリスマスツリーのように利用し、サンタクロースへの願い事を書いて、七夕のように飾るやり方をすれば、新年の神社参りと同じような効果が見込まれる。また、鳥根県には大規模なイルミネーションの場所が少ないので、年数をかけて、敷地全体をイルミネーションで彩る中国地方最大規模にすれば、来訪客の大幅増加も見込める。

### (2) バードウォッチング

これは、「風の工房」の佐々木代表の意見である。「風の国」には、時期によっては珍しい鳥がいる。遊歩道を整備し、野鳥を観察できる環境を整えば、バードウォッチング初心者でも珍しい鳥を見つけることができるので、愛鳥家だけでなく、「風の国」を訪れた人が参加できるようになる。課題としては、ガイドを養成する必要がある。

## 第4項 地域連携

江津市は、三江線沿線の自治体とまちづくりDMOを組成し、連携を強めようとしてい

る。サイクリングロードの整備や大会の開催が進めば、「風の国」は、中継点ないしは最終地点として大きな役割を果たすことができると考える。

また、「水の国」は、現在閉館しているが、この両方を結ぶイベントを通じて両者が活性化する道を模索することが必要である。すでに市民マラソンの開催により、それぞれが出

発点とゴールの役割を担っているが、年に1度の行事で、それ以外の連携はない。両者は車でも約40分と離れており、それぞれの魅力を結びつけるアイデアはまだないが、他の観光地と同様に周遊プランに織り込むことは考えられる。また、地域の財産を再生していくことを考えることが必要である。

表9 長期的課題への対応策

| 長期的対応項目 |    |   | 対象                   |
|---------|----|---|----------------------|
| 施設      | 改善 | ・露天風呂・温泉の増設<br>・遊歩道の整備                  | 来訪者全員<br>来訪者全員       |
|         | 新設 | ・猫カフェ                                   | 愛好者向け（年齢不問）          |
| イベント    | 提案 | ・イルミネーション<br>・バードウォッチング                 | 来訪者全員<br>愛好者向け（年齢不問） |
|         |    | ・三江線沿線活性化の拠点機能<br>・「水の国」等周辺資源への回遊プランの作成 | 地域住民・周辺住民            |

おわりに

「風の国」を訪れたことのあるゼミ生がおらず、「風の国」がどこにあって、江津市においてどのような存在か全く知らなかった。実際に訪れることで、「風の国」を理解できたといえる。

学生たちは、ゼミ合宿で視察のほかインタビューやアンケート分析にあたった。昼夜のフリーターキングで「風の国」の課題が見えてきたようである。そして、「風の国」の現状と課題を率直に議論しあった。施設やサービス、情報発信、イベントについては、かなり手厳しい意見も出た。

「風の国」の今後の方向性について、短期的対応、長期的対応に分け、9つの改善提案、38の新提案・提言を行った。短期的対応の提言は、いずれも実現可能なもので、すでに実現に向け進んでいるものもある。長期的対応の提言は、露天風呂の設置と遊歩道の整備など「風の国」が非日常空間を生み出すために必要な事項である。

「風の国」が活性化することは江津市の観光にとっても大きな前進となる。筆者たちの提言が実を結び、「風の国」だけでなく、江津市全体が活性化することを願っている。

## 注

- 1 島根県江津市 facebook（イベント情報）[https://www.facebook.com/pg/gotsucity/events/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/gotsucity/events/?ref=page_internal)（2019年5月9日現在）
- 2 一般社団法人日本グランピング協会「グランピングってなに？」<http://glamping.or.jp/about-glamping.html>（2019年11月30日現在）
- 3 島根県ホームページ「島根県観光動態調査結果」[https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko\\_dotai\\_chosa/](https://www.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko_dotai_chosa/)（2019年11月20日現在）
- 4 NAVITIME <https://www.navitime.co.jp/>（2019年7月10日現在）
- 5 島根県ホームページ「島根県観光動態調査結果」[https://www1.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko\\_dotai\\_chosa/](https://www1.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko_dotai_chosa/)（2019年11月20日現在）
- 6 島根県ホームページ「島根県観光動態調査結果」[https://www1.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko\\_dotai\\_chosa/](https://www1.pref.shimane.lg.jp/tourism/tourist/kankou/chosa/kanko_dotai_chosa/)（2019年11月20日現在）
- 7 江津市観光サイト <https://gotsu-kanko.jp/kankou/>（2019年6月1日現在）
- 8 山陰・三朝温泉三朝館ホームページ <http://www.misasakan.co.jp/sp/>（2019年11月27日現在）
- 9 独立行政法人国立青少年教育振興機構国立山口徳地青少年自然の家 <http://tokuji.niye.go.jp/>（2019年11月27日現在）
- 10 なばなの里ホームページ <http://www.nagashima-onsen.co.jp/nabana/>（2019年11月27日現在）
- 11 伊賀の里モクモク手づくりファームホームページ「会社案内（歴史）」<http://www.moku-moku.com/company/>（2019年11月24日現在）
- 12 コトバンク「ウォークラリー」<https://kotobank.jp/word/%E3%82%A6%E3%82%A9%E3%83%BC%E3%82%AF%E3%83%A9%E3%83%AA%E3%83%BC-819345>（2019年11月22日現在）
- 13 公益社団法人日本シェアリングネイチャー協会「知りたい・体験したい」[https://www.naturegame.or.jp/know/sn\\_life/000718.html](https://www.naturegame.or.jp/know/sn_life/000718.html)（2019年11月27日現在）

- 
- <sup>14</sup> 株式会社 Find Model「5大SNSユーザー数まとめ」  
<https://find-model.jp/insta-lab/sns-users/> (2019年11月30日現在)
- <sup>15</sup> 越後妻有大地の芸術祭の里「遊歩道整備計画」[http://www.echigo-tsumari.jp/artwork/walk\\_way](http://www.echigo-tsumari.jp/artwork/walk_way) (2019年11月22日現在)

#### 引用文献 (アルファベット順)

- 1 越後妻有大地の芸術祭の里ホームページ  
<http://www.echigo-tsumari.jp>
- 2 株式会社 Find Model<https://find-model.jp>
- 3 江津市観光サイト <https://gotsu-kanko.jp>
- 4 伊賀の里モクモク手づくりファームホームページ  
<http://www.moku-moku.com>
- 5 独立行政法人国立青少年教育振興機構国立山口徳地青少年自然の家ホームページ  
<http://tokuji.niye.go.jp>
- 6 コトバンク <https://kotobank.jp>
- 7 NAVITIME <https://www.navitime.co.jp>
- 8 なばなの里ホームページ <http://www.nagashima-onsen.co.jp>

- 9 公益社団法人日本シェアリングネイチャー協会  
<https://www.naturegame.or.jp>
- 10 一般社団法人日本グランピング協会「グランピングってなに？」  
<http://glamping.or.jp/about-glamping.html>
- 11 島根県ホームページ <https://www.pref.shimane.lg.jp>
- 12 島根県江津市 facebook <https://www.facebook.com>
- 13 山陰・三朝温泉三朝館ホームページ <http://www.misasakan.co.jp>

#### 参考文献

- 1 竹中昌史 (2016)『地方創生まちづくり大事典』国書刊行会
- 2 高橋一夫 (2017)『DMO 観光地経営のイノベーション』学芸出版社
- 3 原田保・大森信・西田小百合 (2012)『温泉ビジネスモデル』同文館出版

# ビジネスの視点から提案する新しい食育活動と 若者へのみそ消費拡大

経営学科 教授 石川 明美

経営学科 山下 修明、沼田 大雅、部家 慈恩  
松本 真奈

ビジネス情報学科 沖本 暢輝

経済学科 渡邊 啓太、日高 佑宇、宮本 直樹  
岩谷壮一郎、河野 昌史

## 1 はじめに

今でも農家ではみそを手作りし、自家栽培の野菜と一緒にみそ汁を飲む所も多いと思われるが、農家ではない場合は、スーパー等からみそを購入し、購入した野菜を使ってみそ汁を作る所やインスタントみそ汁にする所も多いであろう。時にはみそ汁の代わりに、インスタントスープやペットボトルのお茶やジュースにする人もいるであろう。こうした食環境の中で、みその消費量はどうなっているのだろうか。全国味噌工業協同組合連合会によると、みその出荷量は2000年には50万トンであったが、2010年には43万トン、2018年には41万トンになり、減少傾向を示している。

若者の食事では他の世代と比べハンバーガー等の手軽なファーストフードもよく利用されているので、みそ汁を飲まない若者が多くなっているのではないかと推測される。若者を取り巻く食環境が今のままであれば、若者のみそ消費は今後、増加することは期待できない。若者のみそ消費の拡大を検討することは有意義なことであり、それは発酵食品文化の進展にも寄与することになるであろう。

そこで、まもなく創業100周年を迎えようとしている広島のみそメーカー新庄みそ株式会社（以下、新庄みそ）と本学学生が連携しながら、若者のみそ消費の拡大の可能性を検討していくことにした。具体的には若者が楽しく、簡単にみそ汁を飲むには何が問題なのかを見つけ、問題解決のためにはどのように改善したらよいのかを探り、商品開発を目指すことにした。また、開発した商品の販売方法についても検討を行った。

本報告では、まず第一に、大学生の食生活の実態を明らかにし、第二に、主として大学生が取り組んだ食育活動を振り返り、新しい食育活動の必要性を見ていくことにする。第三に、連携先の新庄みその

沿革、社是と経営理念、各種商品について紹介し、第四に、開発商品についてのついでに買いの傾向調査であるテストマーケティングについて述べることにする<sup>(1)</sup>。

## 2 大学生の食生活の実態

本学では2014年6月から保護者が200円を負担することによって300円相当の朝食を学生に100円で提供している。多くの学生に朝食を食べて授業に出席し、授業に集中してもらうために、この制度が実施されるようになったのである。学生たちの中には朝から食事を取らなかったり、昼はインスタントラーメンやスナック菓子で済ませたりする学生が多く、学生の食生活は乱れていると言われている。そこで、私たちは、近隣の大学の大学生の食生活の実態を知りたいと思うようになった。

中国四国農政局消費・安全部消費生活課が実施した「中国四国の大学等の学生に対する食事バランスガイド<sup>(2)</sup>の実践体験及び食生活に関するアンケート調査」を用いて、私たちは中国四国地方の大学生・短大生等の食生活の実態を見ることにした。このアンケート調査は中国四国地方の大学・短大等に通う学生に対して正しい食生活に関する意識を啓発することを目的とし、食事バランスガイド実践協力者は毎年1,000人以上に達している。実践協力者には3日間の食事記録用紙が配布され、自己チェックが行われた後で食事記録用紙が回収、集計されている<sup>(3)</sup>。

ここでは、比較が可能な2009年度と2015年度の調査結果を見ていくことにする。食事バランスガイド実践協力者は2009年度が1,543人（男性は251人、女性は1,292人、また家族と同居の者は858人、一人暮らしの者は685人）、2015年度が1,061人（男性は181人、女性は880人、また家族と同居の者は610人、一人暮らしの者は451人）であった<sup>(4)</sup>。

食事バランスガイド実践者は主食、副菜、主菜、牛乳・乳製品、果物という五つの料理区分の全てにおいてバランスよく食事を取っているかどうかを見ていく。表1の結果を見ると、主食、副菜、主菜、牛乳・乳製品、果物という五つの料理区分全てにおいて適量となりバランスよく食事を取っている人の割合は2009年度が0.3%、2015年度が0.0%であり、回答者のほぼ全員がバランスよく食事を取っていないことが分かった。そして目立っている項目が「一つの料理区分で適量」と「全ての料理区分で適量と

ならなかった」の項目である。「一つの料理区分で適量」は2009年度が40.1%、2015年度が39.3%であり、また「全ての料理区分で適量とならなかった」は2009年度が37.6%、2015年度が40.3%となった。二つの項目を合計すると、2009年度は77.7%に、また2015年度は79.6%になる。毎日の食生活の中で主食、副菜、主菜、牛乳・乳製品、果物の五品目を摂取することは意識をすれば難しいことではないと思われるが、実際にはそれがかなり難しいことだと分かった。

表1 食事バランスの状況 (2009年度と2015年度)

|                       | 2009年度 | 2015年度 |
|-----------------------|--------|--------|
| 五つの料理区分で適量となった人の割合    | 0.3%   | 0.0%   |
| 四つの料理区分で適量となった人の割合    | 0.4%   | 0.2%   |
| 三つの料理区分で適量となった人の割合    | 3.5%   | 3.7%   |
| 二つの料理区分で適量となった人の割合    | 18.1%  | 16.6%  |
| 一つの料理区分で適量となった人の割合    | 40.1%  | 39.3%  |
| 全ての料理区分で適量とならなかった人の割合 | 37.6%  | 40.3%  |

出所：中国・四国農政局のホームページ <http://www.maff.go.jp/chushi/shokuiku/pdf/> より作成 (参照日：2018年8月14日)。

続いて、表2と表3の結果を用いて五つの料理区分ごとの摂取状況を見ていくことにする。一つ目は主食であるが、主食にはご飯のほかパン類やめん類も含まれる。主食については「足りない人」の割合が2009年度は66.9%となり、また2015年度は70.6%となった<sup>(5)</sup>。二つ目は副菜である。副菜の代表には野菜料理があり、その他にみそ汁やスープ、野菜ジュース等も含まれる。副菜では、「足りない人」の割合が2009年度も2015年度も約86%となり、このことから大学生・短大生等において野菜不足が大きな問題となっていることが分かる。三つ目は主菜である。主菜には魚や肉や玉子を使った料理のほかに豆腐や納豆も含まれている。主菜では2009年度も2015年度も「適量の人」の割合が約40%を示していた。また「取り過ぎの人」の割合は2009年度も2015年度もともに20%を超えている。主菜と副菜を比較してみると、主菜は副菜と異なり、「足りない人」の割合がかなり少なくなっている。四つ目は牛乳・乳製品である。これらについては、2009年度においてもまた2015年度においても「足りない人」の割合が80%を超える結果になった。最後の果物については「足りない人」の割合が2009年度におい

ても2015年度においても100%近くに達している。

表2 料理区分の摂取状況 (2009年度)

|        | 適量の人  | 足りない人 | 取り過ぎの人 |
|--------|-------|-------|--------|
| 主食     | 29.7% | 66.9% | 3.4%   |
| 副菜     | 10.0% | 86.2% | 3.8%   |
| 主菜     | 39.7% | 34.0% | 26.2%  |
| 牛乳・乳製品 | 9.0%  | 82.3% | 8.7%   |
| 果物     | 2.3%  | 96.7% | 1.0%   |

出所：表1に同じ。

表3 料理区分の摂取状況 (2015年度)

|        | 適量の人  | 足りない人 | 取り過ぎの人 |
|--------|-------|-------|--------|
| 主食     | 26.4% | 70.6% | 3.0%   |
| 副菜     | 9.8%  | 86.1% | 4.1%   |
| 主菜     | 39.0% | 38.5% | 22.5%  |
| 牛乳・乳製品 | 7.8%  | 84.3% | 7.9%   |
| 果物     | 1.1%  | 98.2% | 0.7%   |

出所：表1に同じ。

以上のことをまとめると、主食、副菜、牛乳・乳製品、果物において回答者の大部分の大学生・短大生等において不足している実態が明らかになった。また主菜については、60%以上の大学生・短大生等

で適量以上摂取しているが、中には不足している人もいることが確認できた。こうした傾向は中国四国地方の若者に限られたことではないと推測している。若者たちは、手軽に外食や弁当や総菜等を利用し、便利な食べ物を摂取する状況にあると捉えることができる<sup>(6)</sup>。

### 3 大学生の食育活動についての検討

#### (1) ミニマムエッセンシャル料理の提案

江畑敬子氏等は、2002年に小学生から大学生までを対象としたビデオによる調理技術の観察を行い、観察結果から食育活動の一環としてミニマムエッセンシャル料理を提案している。それに関する資料を用いて、以下では、江畑氏等の①調理実習の内容、②実習の結果と料理の提案について見ていくことにする。

##### ①調理実習の内容

まず、「学年が進むほど調理技術は向上、全体を見通すことができるようになる。また食品や調理器具の取り扱い方も成長に伴って上達する。」という仮説が江畑氏等によって調理実習の前に立てられた<sup>(7)</sup>。

調理実習では四品が作られた。具体的にはジャガイモの皮をむいて茹でる、煮干しで出汁を取り、干しワカメと油揚げを入れたみそ汁を作る、キャベツ、タマネギ、ニラ、ニンジン、ハムの野菜炒めを作る、ハウレンソウの浸しを作るといった作業が行われた。調理実習には小学校6年生男子16名、女子16名、中学校2年生男子12名、女子22名、高校1年生女子60名、大学生男子10名、女子10名が参加し、実習期間は2002年10月から12月にかけてとし、お茶の水大学付属学校にある調理室で実習が行われた<sup>(8)</sup>。

##### ②実習の結果と料理の提案

江畑氏等によると、観察の結果、仮説は全て見事に外れ、調理技能については小学生から大学生まで殆ど差がなく、また男女差も見られなかった。ジャガイモの皮むきについては手際よくむける者もいたが、小学生から大学生まで殆どは包丁の使い方に慣れておらず、1個のジャガイモの皮をむくの15分間以上かかっていた。また、どのグループも炒めたり茹でたりするまでの準備に非常に時間がかかった。みそ汁については干しワカ

メやみその適切な分量が分からないグループや手順が分からず、鍋に水と煮干しとみそを入れ20分間以上加熱するグループもあった。ただし、大学生については居酒屋でのアルバイト経験から非常に慣れた手つきの者からぎこちない者まで個人差が大きかった<sup>(9)</sup>。

こうした調査結果を踏まえて江畑氏等は、「日常生活で子どもたちが調理と関わる機会は少なく、知識も技術も年々低下する傾向にあること、作業全体を見通し、段取りする力も低下する傾向があることがわかった。学校での少ない実習時間だけでは調理技術は定着せず、かつて家庭で行われていた体験が今はほとんど行われていない。」と述べ<sup>(10)</sup>、児童や生徒に食事作りにおいて最低限必要な基本的メニューをミニマムエッセンシャル料理として提案した<sup>(11)</sup>。因みに、中学生に対しては具たくさんのみそ汁をミニマムエッセンシャル料理の一つとして提案している<sup>(12)</sup>。

江畑氏等のこの調査報告は、2002年に実施されたものであるが、今、調理実習を行っても同じ結果が出てくるのではなかろうか。あるいは、もっと酷い結果が出てきたかもしれない。小中学生や高校生は塾通いやゲーム等に、また大学生はゲームやアルバイト等に追われ、調理実習の反復練習をする機会が少ないために調理技術が身につかないのである。母親等から食事作りを見習う場も少なくなったために食事作りの段取りを考えることも難しいのである。子どもたちの誰もがミニマムエッセンシャル料理を習得すれば、基本的な日常食を作ることができるようになるので、江畑氏等の食育活動の提案は子どもたちの調理技術の現状を踏まえた提案として理解することができる。

#### (2) 広島市による食育活動の取り組み

広島市では「若者世代のための食育啓発事業」の一環として2012年度から2017年度までの年度末3月に、広島市内の大学の学生による食育成果報告会やポスターセッションを開催している<sup>(13)</sup>。ここでは2016年度のポスターセッションの配布資料（「平成28年度 大学生による食育プロジェクト～ポスターセッション～」、以下、配布資料）を用いて、2016年度の大学生による食育活動の状況を紹介していく。

先の配布資料によると、2016年度は「おいしい！

楽しい！広島らしい！「食」という特徴を加味しながら「和食・和食朝食のすすめ」というテーマの下で各大学が食育活動を行い、2017年3月7日に会場をフジグラン広島とし、7大学の学生によるポスターセッションが行われた。

表4には、配布資料に基づいて各大学で行われている食育活動の主な活動目的が示されている。学生たちの食育活動の内容は、大きく三つに分けられる。一つ目が朝食を提案する活動であり、比治山大

学、広島文教女子大学（現、広島文教大学）、鈴峯女子短期大学（現、広島修道大学）が含まれる。二つ目が和食料理を作り、和食料理に興味・関心を持ってもらう活動であり、これには安田女子大学（料理教室チーム）と広島経済大学が含まれる。三つ目が広島産の食材や商品をPRするために広島産の食材や食品を使用した料理を提案する活動であり、広島女学院大学、県立広島大学、安田女子大学（産直チーム）が含まれる。

表4 広島の大學生による食育活動の目的（2016年度）

| 大学名             | 主な活動目的                       |
|-----------------|------------------------------|
| 比治山大学           | 毎朝茶碗一杯のご飯を食べ、汁椀一杯のみそ汁を飲もう。   |
| 広島女学院大学         | 広島県産の海藻を食べよう。                |
| 県立広島大学          | 竹原産食材（じゃがいも）を食べよう。           |
| 鈴峯女子短期大学        | 「弁当の日」を広め、自分で弁当（和食朝食）を作ろう。   |
| 広島経済大学          | 魚を用いて一汁三菜の和食料理を作ろう。          |
| 安田女子大学（産直チーム）   | 広島県産の商品のおいしさを知ってもらう。         |
| 安田女子大学（料理教室チーム） | 広島県産食材や広島の企業の商品を使って和食料理を作ろう。 |
| 広島文教女子大学        | 朝ご飯を食べよう。                    |

出所：「平成28年度 大學生による食育プロジェクト～ポスターセッション～」(広島市)より作成。

また表5には、各大学の学生たちが作成したメニューが示されている<sup>(14)</sup>。配布資料によって比治山大学のグループと広島文教女子大学のグループの活動内容を示すと、比治山大学のグループでは比治山祭という大学祭で一口大のおむすび（大葉・梅干し・しらす干し・ごま入り）210個と、前日に乾燥わかめと桜えび、顆粒だしを入れて丸め、冷凍して

おいたみそ玉に茹でた小松菜と油揚げ、麩をカップに入れ240杯のみそ汁が参加者に提供された。また広島文教女子大学のグループでは朝食レシピとして「野菜フレンチ生活」と「Tomato ホットケーキ」が考案され、12月に学生食堂で4日間限定の販売が行われ、それぞれ一日40食（合計320食）が430円で提供された<sup>(15)</sup>。

表5 広島の大學生が作成したメニュー（2016年度）

|      | 比治山大学                        | 広島女学院大学                                       | 県立広島大学                             | 鈴峯女子短期大学   | 広島経済大学   | 安田女子大学                           | 広島文教女子大学                   |
|------|------------------------------|---|------------------------------------|--|--|----------------------------------|----------------------------|
| メニュー | ○具材たっぷりみそ汁<br>○カルシウムたっぷりおにぎり | ○小松菜海藻チャンプルー<br>○小松菜と海藻のぎょうざ<br>○小松菜と海藻のお助けまん | ○和風トマジャが<br>○ごろっとじゃがいも☆ぶりのトマトソースかけ | ○ごぼうの入った炊き込みご飯<br>○鰯のおろし煮<br>○小松菜の胡麻和え<br>○甘酒のパンナコッタ | ○さつまいもの味噌汁<br>○ひじきの煮物<br>○きゅうりとしらす干しの酢の物<br>○鯖の竜田揚げ風ピリ辛ソースかけ | ○レモンのパンケーキ<br>○つくねパーク～おたふくソースがけ～ | ○野菜フレンチ生活<br>○Tomatoホットケーキ |

出所：表4に同じ。

以上のことから、広島の大学生による食育活動では「和食・和食朝食のすすめ」というテーマの下で「おいしい！楽しい！広島らしい！「食」を多くの若者たちに体験させることができた。このことは、若者に食事が美味しく、楽しく、大切なものであることを伝え、しかも場合によっては地域性について学ぶ機会にもなった。また、食品関連企業や協同組合等が大学生の食育活動を支援することによって、若者たちは食材に関する知識を深め、さらに地元の企業や協同組合等の地域貢献について知る機会にもなった。ポスターセッションに参加した大学生の多くは、将来、栄養士や管理栄養士、さらには栄養教諭として活躍する可能性が高いので、学生たちによる食育活動は、将来の仕事を学生の立場で実践できる練習の場にもなったであろう。

### (3) ビジネスの視点を取り入れた食育活動の必要性

若者は毎日のようにコンビニエンスストアに出かけ、また自炊の学生であれば食材を購入するために週に何回かスーパーに出かけることもある。コンビニエンスストアであれば弁当やおにぎりを、スーパーであればその他に生鮮食品等も購入する。こうした若者の日常の食生活から出発し、問題を明らかにし、その問題を解決するという方法で若者が食育を推進していくならば、若者の日常食から出発した食育推進活動になるであろうと考える。

最近、スーパーの店舗等でみそ作りをイベントとして開催する情報を目にするようになったが、私たちも新庄みそでみそ作りを体験する機会を作ってもらった。みそを作るための大豆、麴、塩等の材料は予め用意してもらい、私たちはその材料を使ってみそ作りの作業を行った。仕込み作業では大豆と麴と塩をしっかりと混ぜ合わせたが、かなり重労働であったことを覚えている。一定の期間が過ぎると自宅で天地返しという作業を行う。これは下のみそと上のみそを入れ替えることであり、この作業も力仕事になったが、室温でみそを熟成させて三か月後には美味しいみそ汁を飲むことができた。

イベントでみそ作りを体験することは、大変な作業ではあるが、やはり自分で手作りのみそを作ることができるという楽しい一場面にもなる。こうした手作りみそを作る家庭は少なくなり、みそ作りは、今後はイベントしてコスト消費されるようになってい

くであろう。

しかし、みそ汁は日常食の一つとして毎日のように作られ、かつ簡単にできる家庭料理の一つとして私たちは位置付けたい。日常食として体に良いみそ汁を飲むことによって、望ましい食生活を続けていくよう取り組むことが食育活動として大切ではないだろうか。

多くの若者にみそ汁を飲むリピーターになってもらうためには、簡単にみそ汁を作ることができ、美味しいみそ汁を商品として開発していく必要がある。私たちは若者の日常食を前提とし、多くの若者に繰り返し簡単に、美味しいみそ汁を飲んでほしいと考えたが、そのためには、大規模な工場生産によるインスタントみそ汁の製造と、スーパー等での大量生産されたインスタントみそ汁の販売が必要不可欠である。大量生産、大量販売されることによって低価格で消費者に商品を届けることができる。企業の力を借りてより多くのインスタントみそ汁をより多くの若者に届け、若者により健全な食生活を送ってもらいたい。若者の食生活を改善していくためには大量生産、大量販売を行うことが可能な企業と連携し、食育活動を進めていく必要があると考える。

## 4 新庄みその会社概要

### (1) 会社の沿革

新庄みそは1923年に創業し、広島市西区三篠町に本社を置くみそメーカーである。工場は広島県安芸高田市吉田町にあり、営業拠点は東京、大阪、福山の計3箇所にある。現在パートを含め約90名の従業員がおり、2018年3月期には16億8,400万円の売上高を計上している<sup>(16)</sup>。

新庄みそは、もうすぐ100歳を迎える長寿企業であるが、これまでにどのような歴史を歩んできたのかを主として同社の会社案内の資料（リーフレット）<sup>(17)</sup>を利用して、まず見ることにする。

大正時代の末期1923年に、山本万吉氏によってみその製造が始まったと言われている<sup>(18)</sup>。今でも農家を中心にみそを自家醸造することもあるが、以前はみそを自家醸造することが多く、各家庭の好みに合ったみそが作られていた。こうした時代に新庄みそが創業したのである。昭和の時代に入ると満州事変や、5.15事件、2.26事件が起こったが、1937年には日中戦争が起こり、長期戦争の幕開けとなった。

この年、新庄みそでは陸軍にみそを納入するようになった。

1939年にはみそが統制品目に加えられ、公定価格が定められ、翌年の1940年8月にはみその一元的規格と公定価格が公布実施された。大豆等の原料不足の中で公定価格は市場価格より1～2割安に決定されたため、原料高の商品安で苦しむ全国のみそメーカーは、みそを並々ならぬ努力によって提供していった<sup>(19)</sup>。

1945年8月には広島市内に原子爆弾が投下され、市内は焦土と化した。その後、1947年、新庄みそは工場を建て、再建の第一歩を踏み出すことになった。1951年には有限会社山本味噌工場が設立され、山本芳人氏が社長に就任した。1959年にはみそ作りの技術を学んだ社長の息子の弘樹氏が入社し、1961年には今でも大きな支持を得ている「ゴールデン新庄みそ」が発売されることになった。家庭で簡単に美味しいみそ汁をつくることができ、会社の最初のヒット商品となった<sup>(20)</sup>。

1965年には三篠工場が完成したが、三篠工場だけでは直ぐに手狭になり、新しい工場の建設が必要になった。みそは原料の調達・保管、仕込み、発酵・熟成のプロセスを経て出来上がる。こうしたみそ製造のためにはもっと広い土地が必要になり、みそ作りの環境に適した場所を求めて新工場を現在の安芸高田市吉田町に建設することになった。吉田工場は1974年に第一期工事が完成し<sup>(21)</sup>、1978年には第二期工事が、1983年には第三期工事（包装室）が完成することになり<sup>(22)</sup>、これにより、みその製造から包装までの一貫した生産が吉田工場で可能になった。

1984年には、吉田工場にコンピュータ制御で発酵を管理する自動発酵搬送システムが導入されることになった。これによって立体駐車場のようにラックを組んでリフトでみその発酵タンクを自動的に運ぶ出すことが可能となる。またみその発酵タンクの底部と上部を上下にひっくり返す天地返しの操作も行うことができるようになり、これまで以上に上質のみそができるようになった。このシステムを導入することによって、15～20トン単位だった生産管理を1トン単位に変更し、細かなニーズに合わせた多品種少量生産が可能になった<sup>(23)</sup>。

吉田工場移転によって、これまでの三篠工場の敷地では酢みそ、ゆずみそ等の多様な用途に合わせた

調理みその生産が行われるようになった<sup>(24)</sup>。

1985年には社名を新庄みそ株式会社に改組し、芳人氏に代わって弘樹氏が社長になった。1986年には、全国味噌工業協同組合会から白みそ部門において会長賞を受賞したが、その後も2014年までに白みそ部門では全国味噌工業協同組合会の会長賞を3回、全国味噌鑑評会の農林水産大臣賞を3回受賞している。こうした受章歴からわかるように、「新庄白みそ」はみそ業界の中で日本有数の高い技術力を持つと評価されている。2000年頃には、吉田工場では4,800トンのみそが生産され、県内向けに2,000トン、県外向けに2,800トンが出荷されている。また米国を中心に輸出も行っている<sup>(25)</sup>。

商品紹介については後述するが、主力商品の白みそ他に、消費者ニーズを取り入れた商品を次々に誕生させている。食品添加物を使わない「無添加生みそ」が1985年に、「サツとけるだし入り」が1994年に、「かきだし入りみそ」が2005年に、「食塩50%カット減塩生みそ」が2011年に発売され、いずれも人気商品となっている。

2018年4月には弘樹氏から娘の美香氏に社長交代が行われ、美香社長によって組織の新体制が打ち出された。2023年には新体制の下、新庄みそは創業100周年を迎えることになる。

## (2) 社是と経営理念

会社の経営戦略は社長が変われば時代の変化を見据えて変えていくべきものであるが、社是や経営理念は社長が交代しても変わることなく、会社を支える経営のバックボーンとして受け継がれていくものである。続いて、新庄みその社是と経営理念を見ることにする<sup>(26)</sup>。

会社の根本方針を示す新庄みその社是は、「工夫・創造・実行」である。みその研究開発・製造・販売の現場での工夫や新たな創造と、それらを実行に移すことによって「新庄みそはおいしさが身上です」という社会的約束（信用）を守り続けていると私たちは考える。

また、こうした社是の力が経営理念に働きかけている。経営理念では「プライドのもてる魅力ある会社、社員、人間となろう」と表現されている。工夫、創造、実行によってプライドのもてる魅力ある会社になること、そこにはプライドのもてる魅力あ

る社員が構成され、それと同時にプライドのもてる魅力ある人間が存在することになる。つまり、魅力ある会社は、魅力ある社員によって構成されているだけではなく、さらに人としても魅力的であることが期待として込められている。

経営理念には、さらに「一、新庄みそはお客様の需要を満足させる会社をめざします 一、社員のより豊かな生活の実現をめざします 一、会社の永遠の安定と発展をめざし社会に貢献します」という三箇条が続いている。この三箇条からは、第一に、お客様のニーズを満足させることが大切であり、第二に、そのためには対内的には社員のより豊かな生活を実現することが重要であり、第三に、また対外的視点に立つと、会社の永続的な安定と発展を目指しながら社会にも目を向けることが重要であると理解できる。広島に原子爆弾が投下されたことにより、広島の地場産業は壊滅的な打撃を受け、また社員を含む広島市民の多くの命が奪われた。こうした危機的な環境の中から出発した新庄みそだからこそ、社会と共に持続的発展を目指そうとしているのである。そのためには、まずは地元の人々に美味しいみそ汁を飲んで健康な毎日を送ってもらい、日本全国、さらには世界にもみそ文化を発信していこうとしている。

新庄みその社是と経理理念は、商品という形を通して顧客の手に届けられることになる。次は、新庄みその商品について紹介していくことにする。

### (3) 各種商品

みそは麴の原料、味、色によって分類することができる。麴の原料による分類では米みそ、麦みそ、豆みそ、さらには米、麦、豆の混合した調合みそに分けられる。味による分類では甘みそ、甘口みそ、辛口みそに分けられる。塩分が一定であれば、原料の大豆に対する麴歩合の高い方が甘口になる。また色による分類では出来上がりの色によって赤みそ、淡色みそ、白みそに分けられている<sup>(27)</sup>。

2018年版の新庄みそ「商品のご案内」によって、新庄みその主な商品を紹介していく。まず最初のみそは「白みそ」である。創業以来、一貫して力を入れているのが白みそであり、6種類の白みそがラインアップされている。スーパー等の店舗でよく見かけるのが袋入り（300グラム入）タイプの白みそで

ある。正月の頃に、ある店舗では陳列棚の下段に餅が並べられ、上段には黄粉や餡子と一緒に、この白みそ小袋入りが並べられていた。この陳列棚の様子を見ながら、広島では正月の雑煮を白みそで作る風習が今も残っていることが思い出された。

続いて「だし入りみそ」が取り上げられている。だし入りみそは6種類あり、すべての商品がカップ入りで販売されている。中でも「だしのいらないサツとけるみそ」や「かきだし入りみそ」は人気商品の一つである。

「無添加みそ」では15種類の商品が取り上げられ、豊富な種類が用意されている。無添加生みそに加え、麦麴、米麴といった麴の種類や、原料の国産化、甘口等を組み合わせることによって種類が豊富な無添加みそが生まれている。「あまくち無添加みそ」については丸型カップに入れられ、みそが容器から取り出しやすいように工夫されている。

みそ汁用みそには、この他に「赤だしみそ」、「減塩みそ」、「米みそ」、「あわせみそ」がある。私たちは「米みそ」の中にある「ゴールデン新庄みそ」の8食入り商品（即席みそ汁）を利用してパッケージデザインを新しく開発することにした。

新庄みそにはみそ汁用のみそ他に調理用みそやおかずみそ、さらには甘酒、ふりかけ、みそピーナッツ等があり、消費者ニーズに配慮して商品構成はみそ汁用みそに限定せず、広がってきていることが確認できた。

## 5 テストマーケティング（ついで買いの傾向調査）

私たちは新庄みそとの共同研究によって「ゼロから始めるみそ life!!」という名称の5食入り個包装連結タイプの商品を誕生させた。これまでの商品は8食入り個包装連結タイプのものが袋に入れられ138円（税抜き）で販売されていたので、袋を使用しない5食入り個包装連結タイプのものが138円（税抜き）で商品化されることは、インスタントみそ汁分野において恐らく初めてのことになるのではなかろうか。

陳列方法としては、ついで買いが可能な「掛ける陳列」（フック陳列）を想定した。ついで買いは、一人当たりの客単価を伸ばすためにスーパーだけでなくコンビニエンスストア等他の業態でも積極的に試みられている。レジ付近の掛ける陳列は、ついで買いの効果が高いと言われている。共同開発した新

しい商品が多く、若者の調理初心者に支持されることになればパッケージデザインの斬新性や包装の簡素化を支持する若者等の新しい顧客を創造することに繋がるであろう。

これまでの私たちのアンケート調査から、若者はスーパーでは飲料売場と菓子売場によく行くことが分かっていた。そこで、私たちはスーパーのフレスタの協力の下で飲料売場と菓子売場に開発商品を陳列し、売れ行きの変化を見ることにした。店舗の選定については、大学の周辺の店舗や大学に通学する際に訪問することのできる店舗を選んだ。具体的には祇園店（広島市安佐南区祇園）、横川店（広島市西区横川町）、東山本店（広島市安佐南区山本）の三店舗について学生2～3人がグループになって店舗に出かけた。このテストマーケティングの実施期間は、2019年6月19日～7月3日となった。各店舗によりテストマーケティングを行った時期は異なるが、祇園店と横川店においては初回訪問時から約一週間後に再び訪問し、陳列されている商品数の変化を調べることにした。東山本店についても同様な方法で商品数の変化を調べたが、東山本店については約一週間後ではなく約二週間後となった<sup>(28)</sup>。

テストマーケティングの結果を示す前に、三店舗の営業時間、主な客層、一日当たりの平均客数を表した基本情報を示しておく。表6によると、祇園店と東山本店の営業時間は午前9時から午後10時までであったが、横川駅に近い横川店は閉店時間が1時間遅く、午後11時までである。主な客層は三店舗ともに40代から50代であり、平均客数は祇園店と東山本店は約1千7百人であるが、横川店は2.5倍強と

なり、集客力の高いことが分かる。

表6 三店舗の基本情報

|      | 営業時間   | 主な客層    | 平均客数   |
|------|--------|---------|--------|
| 祇園店  | 9時～22時 | 40代～50代 | 1,713人 |
| 横川店  | 9時～23時 | 40代～50代 | 4,305人 |
| 東山本店 | 9時～22時 | 40代～50代 | 1,690人 |

出所：新庄みそ㈱から提供された資料より作成。

#### (1) フレスタ祇園店

私たちは6月25日と7月2日の二回に分けて、フレスタ祇園店で新庄みそと広島経済大学学生のコラボレーション（以下、コラボ）で誕生した商品の売場点検を行った。

6月25日、一回目の訪問時、店長はコラボみそを置いていることを忘れていたようで、事前に受け取っていた情報を頼りに店長とともに売場を探す形で点検を行った。コラボみその売場は調味料売場、総菜売場、飲料売場、菓子売場の4ヶ所に設けられていた。

調味料売場（写真1）でのコラボみそ売場は店内で一番規模の大きな売場であったが、値札が付けられていないという致命的なミスがあった。総菜売場（写真2）では総菜を見た流れで視界に入る場所に写真付きのPOPを付けられて置かれていた。飲料売場（写真3）は飲料売場と麺つゆ売場の間に位置しており、やや適切な位置に置かれていると思われたが、売場が小さくて照明が少なく暗いので適切な陳列とは言えなかった。菓子売場（写真4）は一番小さい売場であり目立っておらず、配置も一番違和感のある場所であった。



写真1 6/25 調味料売場



写真5 7/2 調味料売場



写真2 6/25 総菜売場



写真6 7/2 総菜売場



写真3 6/25 飲料売場



写真7 7/2 飲料売場



写真4 6/25 菓子売場



写真8 7/2 菓子売場

点検一回目の感想は売場を4ヶ所も設けてもらい非常に優遇されていたが、肝心のインスタントのみそ売場には置かれておらず、調味料売場と総菜売場

の二つ以外は適切な場所にあるようには見られなかった。また一部の売場が目立っておらず商品を認識されにくいような印象も受けた。

点検二回目は前回の説明もあり、点検はスムーズに行われた。全体的に売場の位置に関しては大きな変化はなかったが、総菜売場のみだった写真付きのPOPが全ての売場に付け加えられており、前回付けられていなかった調味料売場（写真5）の値札も付けられていた。そのため前回の点検の時に数えておいた商品数に変化があり、調味料売場で商品が5つ減っていたが、それだけであり、他の3ヶ所の売場（写真6～8）では前回と同じ数であった。

以上のことから点検一回目の売場に比べて点検二回目の売場には写真付きのPOPの追加という点で目立っていない売場も改善が見られ、商品数の変化も確認されたが、それは限られた売場だけのことであり、その是非は長期的な売行きを見て判断すべきだろう。

## （2）フレスタ横川店

私たちは6月26日と7月3日の二回に分けてフレスタ横川店を訪問した。みそ売場、小麦粉・パン粉売場、菓子売場等を点検したが、この三つの売場は1階ではなく、2階にあった。2階に上がるにはエスカレータかエレベータを利用することが多い。なお、1階には総菜、生鮮食品、米、パン、飲料等の売場がある。

2階に上がると、すぐに遠目にでも見やすいPOPが置かれていた。これは、みそ売場の案内をするとともに、みそが発酵食品であることを知らせ、さらに朝食でみそ汁を飲むことを提案するPOPであった。こうしたPOPがあると、意識して探さなくてもみそ売場を見つけやすいように思われた。みそ売場の端にはサイドネットがあり、ここに4本のフックに掛けられた開発商品がPOPとともにあった。このみそ売場には、インスタントみそ汁は並べられていなかったの、容器や袋に入ったみそと開発商品のインスタントみそ汁を比較しながら選択することが可能な売場になっている。

小麦粉・パン粉売場も、みそ売場と同様に、開発した商品が4本のフックに掛けられ、POPと一緒に置かれていた。小麦粉・パン粉売場は、2階へ上がるエスカレータ付近に位置し、側面のサイドネットに陳列されていたので、比較的目が行きやすいと感じた。

菓子売場では、開発商品を見つけることに苦労し

た。開発商品はエレベータの前にあり、エレベータを利用する人はすぐに見つけることができるが、エスカレータを利用する人には見つけにくい場所であった。つまり、デッドスペースと言える場所に陳列されているのではないと思われる。ここにも3本のフックがあり、またPOPもあったが、価格表示はボールペンで手書きされ読みにくいように感じた。

また、1階の入口付近に前回は電子レンジで温めて食べられるレトルトご飯と一緒に私たちが開発した商品が置かれていたが、このことに全く気付かなかった。二回目は総菜売場のむすびの横に開発商品が並べられ、関連購入し、むすびと一緒にみそ汁を飲むことが提案されていた。

横川店では二回目の訪問時に担当者の方に質問を行い、答えてもらった。なぜ今の場所に開発商品を陳列したのかについて質問すると、担当者の方は1階の入口付近等、お客様のよく通る所で目にしてもらいたいからと述べられた。また飲料売場に開発商品を置かなかった理由について尋ねると、置くスペースがないのと、その発想はなかったという回答が得られた。

横川店の店舗では、同じ商品の陳列において掛ける陳列と置く陳列の二つのタイプが確認できた。掛ける陳列ではみそや小麦粉や菓子等と一緒についで買いを促す仕組みが作られ、置く陳列ではむすび等の横に置き、関連購入を促す仕組みが作られていることが分かった。また、菓子売場や1階入口付近の商品陳列は、店舗側からすると目にしてもらいやすい場所であったかもしれないが、若者世代からすると、そうとは言えないと思われた。

## （3）フレスタ東山本店

私たちは6月19日と7月3日の二回に分けて、フレスタ東山本店を店舗視察した。開発した商品は冷蔵食品売場、みそ売場（インスタントみそ汁を含む）、飲料売場、菓子売場、インスタント食品売場等に置かれていた。

6月19日には最初、冷蔵食品売場に私たちが開発した商品を見つけた。フックの数は2本用意されており、POPもあったが、余り目立っているとは言えず、注意しないと気がつかないかもしれないと思った。みそ売場には開発した商品が1本のフックに陳列されており、POPもあった。しかし、陳列

位置が低く、かがまないと見つけづらい。隣には「ますやみそ カープかきだしとん汁」がカレンダー形式で陳列され、カレンダーの背面が赤色なので、こちらの方に注目がいく。飲料売場では冷蔵食品売場と同様にフックは1本で、POPも用意されていた。照明が後ろにあり、少し暗いように見えるが、陳列位置はドリンクを買おうとする時に目に入りやすいと思う。菓子売場には3本のフックとPOPが用意されていた。この売場は人が多く通り、レジに向かう時に目につきやすい。インスタント食品売場にはフックが1本用意され、POPもあった。エンドの側面にフックで吊しているが、商品が少ないためインパクトが弱い気がする。

一回目の店舗視察で感じたことは、吊しておくだけではなく背面に何かの色板（厚紙）を敷いてみれば、開発商品がもっと目立ってくるかもしれないと思った。また殆どが陳列棚の端やエンドの脇といった位置に開発した商品が置かれていたので、陳列棚の真ん中（中央部分）に置いた方がいいと感じた。例えば、みそ売場には量の多いみそ容器が置かれ、これを買うついでに小分けした開発商品も見てもらい、ついで買いしてもらえるのではないかと考えた。

二回目の店舗視察は約二週間後の7月3日に行った。飲料売場と菓子売場では、開発商品の陳列されている数に変化はなかったが、その他の冷蔵食品売場、みそ売場、インスタント食品売場においては開発商品数が減るのではなく、逆に増えていた。またアイス売場の近くにあるテーブルにはカゴ（箱）が

置かれ、その中に開発した商品が陳列されていた。他の売場と違い、フックを使わずに商品が置かれていたので、今回はこの陳列に気づかなかった。また横には「ほんだし」の商品があるため開発商品が隠れているように見えた。

全体的な感想としては、前回よりも商品数が増えることによってボリューム感が生まれ、同じ場所に陳列されていても注目度がアップし、見えやすくなっていると思われた。ただし、テーブル陳列への若者の関心は高くないのではないかと考える。

#### （4）まとめと今後の課題

表7は、三店舗のテストマーケティングの結果をまとめたものである。これを見ると、祇園店では調味料売場において商品数の減少がみられたが、東山本店では売場によっては商品数が増加していた。祇園店の調味料売場には3本のフックが上下に置かれ、計6本のフックが用意されている。6本のフックに開発商品が陳列されることによってかなりボリューム感を出すことができ、その影響で商品が売れたのではないかと推測している。また、東山本店のみそ売場、インスタント食品売場、冷蔵食品売場においては商品数が増加していたが、これについては商品の補充が行われたためであるが、それは売れたので商品を補充したのか等についてさらに事情を聞いてみる必要があるが、ボリューム感は目立つ陳列のためには重要だと思われる。

表7 売場における商品の個数

|                 | 祇園店   |      | 横川店   |      | 東山本店  |      |
|-----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
|                 | 6月25日 | 7月2日 | 6月26日 | 7月3日 | 6月19日 | 7月3日 |
| ◎掛ける陳列          |       |      |       |      |       |      |
| みそ売場（インスタントを含む） |       |      | ○     | ○    | 1     | 16   |
| 飲料売場            | 5     | 5    |       |      | 10    | 10   |
| 菓子売場            | 10    | 10   | ○     | ○    | 29    | 29   |
| 小麦粉・パン粉売場       |       |      | ○     | ○    |       |      |
| インスタント食品売場      |       |      |       |      | 3     | 18   |
| 冷蔵食品売場          |       |      |       |      | 12    | 35   |
| 調味料売場           | 38    | 33   |       |      |       |      |
| 総菜売場            | 11    | 11   |       |      |       |      |
| ◎置く陳列           |       |      |       |      |       |      |
| 店舗入口            |       |      | ○     |      |       |      |
| 総菜売場            |       |      |       | ○    |       |      |
| アイス売場付近         |       |      |       |      | ○     | 22   |

（注1）単位は個。（注2）商品数の○は商品未カウントを示す。

飲料売場と菓子売場での開発商品の陳列については、祇園店でも東山本店でもともに商品数について変化が見られなかった。若者に商品情報を伝えるにはどうしたらよいか、若者が購入しそうな飲料や菓子は各売場のどのあたりに置いたらよいか、テスト期間の長さは1週間でよいか等、現場の声を踏まえてテストマーケティングの実施方法について再度検討した方がよいように思われる。

ここからは、テストマーケティングの結果と考察を踏まえて課題を整理してみる。

- ① 「ゼロから始めるみそ life!!」という開発商品の対象顧客とスーパーの対象顧客の間にはズレがある。開発商品は若者を対象顧客としたが、スーパー（フレスタ）三店舗の主な客層は40代から50代であった<sup>(29)</sup>。
- ② 「ついで買い」を誘うような表現（キャッチフレーズ）をPOPに盛り込む必要がある。
- ③ 開発商品には14種類の絵柄があることを、POPを通じて顧客にもっと知らせ、楽しんでもらう必要がある。
- ④ フレスタ店舗の現場の声<sup>(30)</sup>、新庄みその小売店支援、さらには学生の声等の情報を総合して商品の陳列位置やボリューム感を含むテストマーケティングの内容について再度詰めていき、飲料売場と菓子売場での開発商品の販売の可能性の仕掛け作りを行う。
- ⑤ 大学内でもチラシ等を作り、学生に開発商品をもっと伝える努力を行う<sup>(31)</sup>。

以上のような課題を検討し、今後も開発商品の新たな販売方法を見つけ、若者へのみそ消費拡大の糸口を見つけていきたいと考える。

## 6 おわりに

まずは、私たちの共同研究の活動を振り返ってみたい。

私たちは2017年6月から若者のみそ汁離れを食い止め、みその消費拡大の可能性を探るための検討を開始した。2018年6月には新庄みその山本美香社長と本学の小谷幸生学長との間で包括連携協定が締結され、共同研究が正式に始まった。私たちは、若者にみそ汁を飲んでもらうためのキーワード「適量、簡単、美味しい」をアンケート調査より導き出し、それに合う商品を新庄みその既存の商品から選び出

し、さらに、これまでの商品のパッケージデザインを新たに開発することにした。この開発商品をスーパーのみそ売場だけでなく、私たちのアンケート調査から分かった若者がよく立ち寄る売場の飲料売場と菓子売場にも掛ける陳列（フック陳列）を行い、ついで買いによって購入してもらうことを販売方法として考えた。

2019年5月8日には新庄みそ、フレスタ、本学の三者が参加し、開発した新商品について記者発表を行い、6月下旬から7月初旬にかけて、ついで買いの傾向調査のテストマーケティングを実施した。このテストマーケティングの結果、若者によるついで買いの傾向が見られなかったことが判明したので、その原因を検討し、次のテストマーケティングに備えることにした。

私たちはSNSを用いたキャンペーンによって若者に開発商品をもっと周知させ、若者によるついで買いが行われるような企画を考えることにした。このキャンペーン企画が実際に実施され、キャンペーン効果が得られたならば若者へのみそ消費の拡大に寄与できたかもしれないが、事情によりキャンペーンを中止したため、私たちの仮説は検証するには至らなかった。スーパーの飲料売場と菓子売場の二つの売場においてついで買いを誘い、みそ消費の拡大に繋げようと考えていたことも検証することができなかった。

次に、この研究の成果について考えてみたい。

地域のみそメーカーの新庄みそと本学学生との産学連携には、主として二つの成果があった。一つ目は、若者のみそ離れという問題から、両者で課題を設定し、解決していくという一連のプロセスを共有できたことである。学生たちは経営学科の学生だけでなく、経済学科やビジネス情報学科の学生もいた。最初は2年次生だった学生が最後の年は卒業年次の4年次生になり、現在は2年次生もいる。企業からするとこうした若者の思いや考え方、態度等を知る機会となり、また学生からすると卒業する前からみそ作りを体験し、さらに直接、商品開発やスーパーの店舗での売場作り等を学ぶことができて大きな収穫を得ることができた。さらに、直接ではないかもしれないが、学生たちの将来の仕事に活かすことにも繋がるのではないかと考える。両者が互いに理解を深め、新しいことを創造することは企業にお

いても大学においても、また、それぞれ個人においても長期的に見ると大きな成果に繋がるであろう。二つ目は、開発商品の売上が一定規模に達したことである。9千個の開発商品をフレスタの各店舗で販売することになったが、2019年5月から2020年3月までの販売実績は約8割の7千個以上に達した。このことは、購入した顧客層が若者かどうかは定かではないが、開発商品を支持してくれる一定の顧客層がいることを示しており、中には両方のブランドに愛着を感じ、繰り返し購入するリピーターも存在していたと想像している。工場で大量生産されたインスタントみそ汁を多くの顧客が日常の生活において消費することは、地域の食育活動に一定の成果があったと認められるのではないかと考える。これらの成果によって、学生を巻き込んだ産学連携による地域貢献ができたと評価している。

最後に、この共同研究を通じて生まれた課題について二点述べることにしたい。

一つは、2019年5月からフレスタ各店舗で開発商品が販売されたが、広島市内の大学の食育に関心のある学生グループや学友会等に協力してもらい、この開発商品をPRしてもらうことができたのではないかと考える。例えば広島女学院大学には食育サークルがあり、本学の食育に関心のある学生グループもこのサークルと食育活動を共にしたこともある。こうした学生の諸活動を通じて学生にみそ汁を飲むことの大切さを訴え、手軽に飲むことができる開発商品のインスタントみそ汁を利用してもらうことをPRしていくことが可能であったのではないかと考えている。

もう一つは、売れ残りについてである。製造した商品が全て完売することも実際にはあり得ると思うが、どの業界においても売れ残る商品も少なくないであろう。在庫処分の方法としては店間移動、値下げによる処分、商品交換、返品等が考えられる。この度は、店間移動は原則行われていないが、売れている店舗に商品を移動させ店間移動をもっと積極的に利用し、在庫の削減に努めることも必要ではなかったかと考える。また、開発商品の賞味期限の過ぎたものがどのように処理されたかは不明であるが、在庫処分の方法として子ども食堂等に開発商品を寄付し、食品ロスの削減に繋いでいくことも必要であると考えられる。学生たちは、卒業後は企業に就職

することになるが、それとともに地域を支える生活者として人生を送ることになる。商品を作って売るだけではなく、商品消費して生活し、より良い地域社会を作っていくことも大切なことである。

# (注)

- (1) 2019年5月8日に、開発した新商品の記者発表を新庄みそ本社で行った。記者発表の際には、新庄みそと本学のほかに、新商品を販売する株式会社フレスタホールディングスの関係者も参加した。新商品の開発の詳細については『広島経済大学経済研究年報』第21号(2019年)を参照のこと。
- (2) 「食事バランスガイド」については、勝野美江(2005)「『食事バランスガイド』のめざすもの」『農業と経済』第71巻 第12号、69～77頁を参照。
- (3) 中国四国農政局のホームページ <http://www.maff.go.jp/chushi/syokuiku/pdf/> 参照(参照日:2018年8月14日)。
- (4) 中国四国農政局のホームページには2008年度から2015年までの8年間のアンケート調査結果が示されている(注(3)に同じ)。
- (5) 「食事バランスガイド」ではごはんを茶碗一日3～5杯食べることが推奨されているが、科学的根拠に基づいて判断すると白米は一日2～3杯で既に糖尿病のリスクが上がり始める可能性があるという指摘もある(津川友介(2018)『世界一シンプルで科学的に証明された究極の食事』東洋経済新報社、11頁参照)。
- (6) 「食生活に関するアンケート調査」から間食の利用状況を見てみると、「間食(菓子や甘い飲み物)は控えているか」という質問に対して2009年度には「控えていない人」の割合が57.6%、「控えている人」の割合が33.6%となった。また2015年度には「控えていない人」の割合が60.6%、「控えている人」の割合が30.9%を示した。これらのことから、両年度において間食を控えている人よりも控えていない人の方が多いことがわかった。主食、副菜、主菜、牛乳・乳製品、果物をバランスよく取らない状況がある一方で、補食として間食が取り入れられていると思われる(注(3)に同じ)。
- (7) 江畑敬子(2005)「食生活の自立をめざす食育」食料・農業政策研究センター『2005年版 食料白書』、食料・農業政策研究センター、126頁引用。
- (8) 注(7)に同じ、126～127頁参照。
- (9) 注(7)に同じ、127～130頁参照。
- (10) 注(7)に同じ、131頁引用。
- (11) ミニマムエッセンシャル料理は①技術が簡単で失敗しにくい、②短時間で調理できる、③調理器具が少ない、④季節を問わない、⑤栄養素のバランスがとれる、⑥誰にも好まれる、⑦応用範囲が広い、⑧変化をつけやすく飽きないという特徴を持っている(注(7)に同じ、131頁参照)。
- (12) 注(7)に同じ、135頁参照。
- (13) 「平成29年度 食育プロジェクト 全体会」(広島市)配布資料参照(会議は2017年7月6日、広島市役所で開催された)。
- (14) 各大学の学生が作った料理のレシピが広島市のホームページ(「若者世代のための食育啓発事業」の中の「平成28年度 大学生による食育プロジェクト～7大学学生が作成したレシピ集～」)に掲載されている(広島市のホームページ <http://city.hiroshima.lg.jp/contents/1490175129414/index.html>(参照日:2018年8月24日))。
- (15) このほかの大学の食育活動については、2016年度のポスターセッション配布資料を参照のこと。
- (16) 「海外売り上げ5%目標」『中国新聞』(2018.12.6)参照。

- (17) 表紙には新庄みそのロゴの後に「おいしさが身上です 新庄みそ」と書かれている。
- (18) みそ汁は、鎌倉時代から現代まで受け継がれている貴重な植物性たんぱく質を摂取できる料理であり、その始まりは鎌倉時代と言われている。この時代の特権階級の僧侶や武士の食事にみそ汁が利用されていた。当時の武士たちは、「一汁一菜」という食事を基本とし、この食事の基本は、その後、明治、大正時代に至るまで長く受け継がれていった。ただし、みそ汁が庶民の間に浸透したのは、室町時代に入ってからのものである（みそ健康づくり委員会（1999）「みそを知る」4～5頁参照）。
- みそ業界の最大手はマルコメであり、1854年（安政元年）に創業し、会社は150年以上続いている（「経営のミソは「常識破り」」『日本経済新聞』（地方経済面 新潟）（2017.11.10）〈日経テレコン21〉参照（参照日：2019年2月15日））。広島では、府中の金光味噌が1872年（明治5年）に創業し、浅野味噌等とともに現在も「府中味噌」と呼ばれ、人々に親しまれている（「第2回／歴史ある広島の味を未来へつなげたい。」『中国新聞』（2017.11.15）、「材料三つ発酵の奥深さ」『中国新聞』（2018.4.19）参照）。
- 江戸時代からみそを製造する技術はあったが、明治時代に入ってから、みそが商品として市場で流通するのは都市部の需要だけであり、農村ではみそは自家醸造されていた。みそ工業が活発化するのには、明治時代の後期1904年～1905年（明治37年～38年）の日露戦争の頃であると言われている。都市への人口集中、大規模工場の設立、戦争景気、関東大震災等が、みそ生産増大のきっかけとなっていった。こうした中で、明治末期から大正時代にかけて自家醸造の延長としての家内工業的なみそ製造から近代的な工業、大量生産を目指す機械化を進める所も出てきた（みそ健康づくり委員会編（2001）『みそ文化誌』全国味噌工業協同組合連合会、497～498、503頁参照）。
- 広島には大本営が置かれていたので、日清・日露戦争以来、海軍の連合艦隊用のみそは、広島（の麦）みそが独占的に納入されていた（注（18）みそ健康づくり委員会編（2001）に同じ、499頁参照）。
- (19) 注（18）みそ健康づくり委員会編（2001）に同じ、509、512頁参照。
- (20) みそ業界は1950年代半ばを過ぎると停滞期に入り、設備の近代化等の課題解決の出口が見い出せず、1960年頃には斜陽産業と言われるようになった。上昇機運にある企業はごく少数にとどまり、大多数の企業は売上が停滞し、激しい販売競争下にあった。1963年には「中小企業近代化促進法」が制定され、みそ製造業は翌年の1964年に指定業種に選定されることになる。これにより、各みそメーカーは近代化された設備を導入し、経営の合理化を図ることができるようになった（注（18）みそ健康づくり委員会編（2001）に同じ、533頁参照）。
- スーパーでみそが販売される以前は、専業小売店で小桶の中にみそが山形に盛られ、目方売りで販売されていたが、スーパーの登場によって、みそは（小）袋に詰められ、オープンディスプレイで販売されるようになった。
- 広島市内とその周辺では、1960年に「主婦の店横川店」（現フレスタ）が、翌年1961年には「いづみ堀川店」（後の八丁堀店）が、1963年にはユアーズの前身のマルイシとスパーク吉島店が開店している。さらに2000年に入ると、大規模小売店舗法が事実上撤廃され、大型ショッピングセンターの進出が可能になり、2004年にはダイヤモンドシティ・ソレイユ（現在のイオンモール広島府中）が誕生している（「大量消費時代の主役」『中国新聞』（2015.6.20）参照）。今や広島市内とその周辺には、地元のスーパーだけではなく、全国チェーン展開するイオンまで進出しており、こうした競争環境の中でみそはスーパーの目玉商品として利用され、集客手段の一つに含まれるようになった。
- (21) スープが1962年の輸入自由化をきっかけに、我が国に広まることになる。初めは海外のように夕食に食べることが多かったが、1973年に味の素から朝食向けに粉末（乾燥）スープ「クノール カップスープ」が発売されると、手軽さが受けて朝食に利用する人たちが増えてきた。味の素では2016年に「クノール カップスープ」シリーズをリニューアルし、具材のコーンやカボチャ等を増量している。現在では、熱湯を注ぐ粉末やカップ入りに加え、電子レンジで加熱して食べられるレトルトタイプのももある。調査会社の富士経済によると2017年のインスタントスープの市場規模は5年前に比べて17%増の871億円になると見込んでいる（「手軽にホッと食べ応え」『朝日新聞』（2017.11.18）参照）。また1974年にはコンビニエンスストアのセブンイレブン1号店が誕生し、みそ製造業者はスーパー向けとコンビニエンスストア向けとに区別して商品開発を行うことが必要になってきた。一人一回分の熱湯を注ぐだけのインスタントみそ汁はコンビニエンスストアの展開によって急成長していった。他業種の永谷園が1974年からコンビニエンスストアでこのインスタントみそ汁を商品として売り出している（注（18）みそ健康づくり委員会編（2001）に同じ、542～543頁参照）。
- (22) 永谷園は、1980年には新しい生みそタイプのインスタントみそ汁を売り出した。この当時は永谷園での生みそ生産は行われず、みそメーカーからみそを購入することでみそ業界との摩擦が避けられていた（注（18）みそ健康づくり委員会編（2001）に同じ、543頁参照）。
- (23) 「会社ウォッチ 新庄みそ」『中国新聞』（2001.3.30）、〈中国新聞データベース〉参照（参照日：2019年2月15日）。
- (24) 山本弘樹（2014）「味噌は健康食品」渡辺昌彦編『広島のものづくり先進企業：次世代へのメッセージ 2』溪水社、25頁参照。
- (25) 注（23）に同じ。
- (26) 2018年3月1日新庄みそ本社において、弘樹社長にインタビューを行い、社是や経営理念、さらには人生観等を伺った。
- 弘樹氏は生れた時から家業を継ぐことにはなっていないかったそうである。長男の兄を原爆で失ったことから、弘樹氏は家業を継がなければならない運命に立たされ、それを使命として受け入れ、小学校4年生の頃からみそ作りの家業を手伝うことになった。弘樹氏を支える人生観を三つのキーワードで表現すると「健康、誠実、愛情」となる。健康は人が生きていく上で最も大切なことであり、また自分の家族や社員、さらには取引先を含む地域社会等と良好な関係で繋がっていくためには誠実さと愛情が欠かせないと弘樹氏は考えられたのではないかと推測している。こうした3つのキーワードは新庄みその企業文化にも影響を与えていると思われる。
- (27) 注（18）みそ健康づくり委員会（1999）に同じ、11頁参照。
- (28) 各店舗でのテストマーケティングは、事情により飲料売場と菓子売場での陳列が実施できない所もあった。実際に各店舗でテストマーケティングを行った売場は、後述する表7に示している。
- (29) 新庄みそ提供の「開発商品年代別売上データ」によると、開発商品は40代～60代の客から多く購入されていることがわかった。20代～80代の各世代と比較すると、20代の若者による購入が最も少なくなっている。
- (30) テストマーケティング実施後に、三店舗の店舗関係者にアンケート調査を行い、テストマーケティングの課

コラボ企画

広島経済大学 × 新庄みそ

コラボ商品発売!!  
記念キャンペーン

対象商品を買ってインスタに投稿して  
冬に心温まる景品を  
Getしよう!!

抽選で40名様に  
当たる!!

- 冬に嬉しい三種の鍋の素 10名様
- 甘辛うまし新庄カーブ味噌ピーナッツ《3袋》 10名様
- 即席みそ汁ゼロから始める みそlife! 20名様

応募期間 2020年 1月9日(木)～1月23日(木)

景品受け渡し方法 2020年 1月31日(金)に抽選後、随時発送

応募方法

- ① Instagramアプリをインストールして新庄みそ公式アカウントをフォロー。
- ② 「ゼロから始めるみそlife!!」の商品やそれを使った料理を撮影。
- ③ 「#ゼロみそ」を付けてInstagramに写真を投稿しよう。
- ④ 抽選で40名様に景品が当たります。  
当選された方はダイレクトメッセージでお知らせします。

詳しくはこちら  
公式アカウント

対象商品

広島経済大学と新庄みそのコラボ商品  
忙しい学生の朝食にオススメ『早い・安い・美味しい』を集約した  
「ゼロから始める みそlife!!」(149円税込)

【応募規約】

- ハッシュタグのない/無効の応募は応募対象外となります。
- DM送信後、七日以内にDMでご案内するメールアドレスに返信に必要な情報を返信いただいた時点で当選が確定します。七日以内に返信情報が返信されない場合、当選は無効となります。
- プロフィールを非公開設定にされている方は抽選対象外となります。
- アカウントをフォローされていない場合、当選は無効となります。
- 当選に関する、個別のお問合せへの回答はいたしません。

※ 本キャンペーンはInstagramが支援、承認、運営、関与するものではありません。

題等について意見を伺った。

- (31) 本学学生に興味・関心をもってもらうために、SNSを利用したキャンペーンを行うことが新庄みそと本学の間で決定され、両者の間で準備が進められた。実際には、事情によりキャンペーンは実施されなかったが、ここに学生の作成したキャンペーンポスター（学内用）を紹介しておく。

## あとがき

この研究報告書は、多くの人たちのご支援によって完成しました。

初めに、私どもに課題にチャレンジする機会を与えて下さった新庄みそ株式会社の現在、会長の山本弘樹氏、社長の山本美香氏に厚くお礼を申し上げます。また、同社の松村浩史氏、吉岡大介氏、杉原奈穂氏にもいつもご丁寧に対応をして頂き誠に有難うございました。株式会社フレスタホールディングス監査役の山城武之氏、株式会社フレスタの植野文詞氏にも心よりお礼申し上げます。

続いて、共同研究の機会を与え応援して下さいました本学理事長の石田恒夫先生、学長の小谷幸生先生、副理事長・副学長の石田優子先生に感謝致します。また興動館、入試広報センター、サークル関係者、地域経済研究所の皆様にも大変お世話になりました。特に地域経済研究所前所長の川村健一先生、現所長の細井謙一先生、さらに大内和美氏、奥村恵美子氏、柏谷紘計氏には製品を開発・販売するためにたくさんのお知恵をお借りしました。

これまで常に私を励まして下さった故・宮崎礼子先生（日本女子大学名誉教授）にも感謝の気持ちをお伝えします。また、先生のご関係者の皆様にも温かいエールや貴重なコメントを頂き本当に有難く思っております。

共同研究は包括連携協定が締結されるよりも前の2017年6月から実際にはスタートしておりました。食育に関心のある学生の皆さんには、回答者が延べ

数で1千人を超す本学学生にアンケート調査を実施してもらい、回答が終わると、すぐに集計、アイデア出しを行ってもらい、商品開発のためのコンセプトを一緒に作り上げていったことを昨日のこのように思い出します。商品パッケージにはサークル活動や興動館プロジェクト活動を熱心に行っている学生の皆さんをモデルとして採用しました。そのパッケージがスーパーのフレスタの店頭に並んだのを見た時には自分の子どもがそこにいるかのように、愛おしさで心がいっぱいになりました。多くの若者にSNSを用いてキャンペーンをするよう準備した時にも、皆さんは全力で私に力を貸してくれました。

通常は、皆さんと私は学生と先生の間柄ですが、本当に皆で課題を全力で解決していったので、私にとって皆さんは仲間であり、パートナーであると思っています。皆さんと共に試行錯誤しながら、貴重な体験ができたことを私は喜んでいます。

最後に、学生の皆さんからの編集後記を載せることにします。共同研究への参加の時期は様々ですが、参加した人全員がこれから振り返りを行います。参加者は、興動館食育推進プロジェクトの一員でもあったので、振り返り際にはプロジェクトの活動内容が含まれることもありますが、そこはどうぞ大目に見て頂きたいと思います。

#### ○山下修明（経営学科4年次生）

この研究活動を通して私は大きく成長することができたと感じています。企業と商品開発を行う中で自分たちの意見を発言することができ、それが商品の一部になっていく流れは普通なら大学生では味わうことのできない喜びでした。しかし、楽しいことばかりではなく、大変なことも多々ありました。アンケートの集計作業では期日が短く密度の濃い作業になることもあり、学業やアルバイト等と平行して時間を上手く利用しなければこなせない時もありました。また、自分たちの意見が上手く通らず苦戦し、思い描く商品と遠ざかっているように感じる瞬間もありました。しかしながら、企業と商品開発をすることはそれだけ難しいことなんだと思いました。最終的に自分たちの思いや考えも商品に込めることができたと思うので、非常に良い活動であったと私は思います。こうした産学連携の活動は若者の

活動の幅を広げるとともに成長の場となり、参加して良かったと思います。

#### ○沼田大雅（同学科4年次生）

私がこの新庄みその新商品開発に携わって良かったと思えたことは大きく二つありました。

一つ目は人との関わりです。私自身、人と関わるのが苦手であり、好きではありませんでした。しかし、新庄みそでの新商品開発に携わって下さったたくさんの方々には私に人と関わる楽しさを教えてくれました。会議では私が無茶なことを提案しても、「いいね」「おもしろい」「上に伝えておく」等と笑顔で答えてくれました。そんな温かい人たちと一緒にする会議が楽しみという気持ちでいっぱいでした。人と関わるのがこんなにも楽しいことなんだと実感しました。

二つ目は案外できるということです。私の強みは好奇心が旺盛な所です。しかし、何か大きなことに挑戦する際不安でいっぱいになったり、やる前から自分で限界を決めつけていました。しかし、本気で会議やアンケート作りに参加することで不安や自分で決めつけていた限界は消え、やればできるという自信に変わっていました。また、こんな私にもできることはあり、皆の力になることができたという喜びがありました。私の将来の夢は大学の友人と大きく違います。しかし、新庄みそでの新商品開発に携わったことが、やればできることを信じて進み出す大きなきっかけになりました。楽しいこと、辛いこと等様々な体験を通じて自分が成長できたと思います。

新庄みその新商品が実際に出来上がったのを見た時には、本当に実現されたんだという驚きと嬉しいの二つの気持ちが沸き上がりました。挑戦する前から諦めるのではなく、挑戦してみないことには何事も始まらないと実感しました。

また親、祖父、祖母に新商品を見せた際、喜んでいるのを見て、私も少しでもこの新庄みその新商品開発に携わることができ改めて良かったと思いました。貴重な体験ができ大学生活の良い思い出になりました。

#### ○部家慈恩（同学科3年次生）

新庄みそさんとの商品開発を行ったことで学生に

向けたアンケート調査やパッケージデザインの選定の大変さを学ぶことができました。アンケート調査では、質問内容をメンバー内で考えることや、アンケートの回答者への説明の難しさを体感できました。説明を行う際は、質問された内容に対し瞬時に応答することが出来なかったのが、今後は直ぐに答えるようにしたいと思います。パッケージデザインでは、若者目線でどのようにデザインを行えばヒットするか等普段の生活では意識しないことを考えさせられました。そのため、マーケティングについて学ぶ良い体験になったと思います。印象に残った場面は、イオンモール広島祇園での視察です。視察の際は担当の方にみその売れ筋や配置の仕方等を教え頂くことができ、勉強になりました。

#### ○松本真奈（同学科3年次生）

新庄みそ株式会社との商品開発を通じて感じたことを振り返りたいと思います。

まず、初めにこの話を聞いた時に1年という年月をかけて商品開発をするということは学生の内にはなかなかできない経験だと感じました。だからこそ挑戦したいという気持ちが芽生えました。

そして、実際に新庄みそ株式会社との打ち合わせで感じたことは二つあります。

一つ目は、ある程度こういったものを作りたいか案を出しスケジュールを考えるとといった前準備が大切であることです。これは、折角話を頂いたわけでもあるし学生のアイデアを尊重するという新庄みそ株式会社の考えもあったため、私たち自身がどうしたいのか考え意見を言うことが必要であり、そのため、どこが駄目で、どれができるのか詳しい話し合いができて良かったと感じました。

二つ目は、これまでは企業に行く機会がなかったため、部屋に入る前の態度や作法等をこの機会に知ることができたことです。外にいる間にコートを脱ぐということは当たり前のことかもしれませんが、私にとっては初めて知ったため、この出来事をきっかけにそれを心がけるようになりました。

次に、みそのことについてもっと知りたいという目的からフレスタ東山本店を訪れました。なぜ売場へ足を運んだかという実際の売場を覗いて、みその商品はどのあたりに置いているか、また商品を置く位置にも注目するためでした。このことによ

て、みそ関連の商品でも陳列の場所や置き方によって消費者に買ってもらいたい商品は取りやすい位置に置いたり、新商品等は目立ちやすい位置に置いたり様々な工夫がありました。私が消費者としてスーパーに行った時何気なく買っているため、そのことには気づきませんでしたが、しかし、実際にフレスタ東山本店に行ってその話を聞いた時なるほどと納得しました。こういった消費者の立場や売り場に関しても知っておけば今後にとっても役立つと感じました。

さらに、みそについて知るためにみその工場見学にも行きました。今までどのようにみそが作られているかを知りませんでしたが、そこでは材料も作り方も非常に簡単でシンプルであることが分かりました。みそに関しては、発酵させる必要があるため時間がかかるが、それでも時間をかけただけ美味しくなります。この経験から私はみそについてあまり知っていないことに気づきました。しかし、思っていたより難しくないため、誰でも簡単に始められることであるとも思いました。みそは美容にも良いことがあまり知られていないのはとてももったいないと感じました。

他にも、大学内で学生に協力してもらってアンケートを行いました。アンケートの結果からみそ汁を作る習慣がある大学生も一定数いるが、それでもあまり飲まないという人数が多かった結果になったのが印象深かったです。確かに毎日みそ汁を飲むという習慣は私自身ありませんが、それでもたまには飲んでいました。大学生のみその消費量は他の年代と比べ少ないかもしれませんが、できるだけみそ汁を飲む習慣を増やしていけたらなと私は考えました。

また、私たちはみそ汁を作って実際飲んでもらうという活動も行いました。それは、フラワーフェスティバルでのことです。私たちのブースではかつお節削りとみそ玉作りを行いました。そこには老若男女、世代を問わず足を運んでくれていました。どちらもその場ですぐ飲めたため感想も直接聞ける状況でした。そこでは美味しいという声がたくさん聞かれました。このことからみそ汁を飲む習慣のある人は少ないのかもしれませんが、美味しさはたくさんの人が知っていると感じました。だからこそ、もっと伝えるべきことであるとの時考えました。

最後にまとめとして、このようなたくさんの経験から私はみそに関してたくさんの可能性があると考えました。なぜかという嫌いだとか苦手という声を聞かなかったからです。それは、つまりみそについて広めていけばまだまだ飲んでみようと感じる消費者は多いと考えました。また、みそは健康にも美容にも良いことを知ることができ、なおかつ簡単に作れるという利点もあります。このような良い食材だからこそもっと広めていく価値があることをこの一年を通じて感じました。私自身最初はみそのことについてみそ汁くらいのイメージしか持ちませんでしたが、どのように作られ、どれだけの年月を経て作られるのかを知ることができました。そのことから思ったより長い年月を消費していると感じましたが、それでもそれだけ時間をかけないと美味しくないし必要不可欠であることが分かりました。だからこそ、これらの活動からみそについて知ることができて良かったし、良い機会であったと考えました。

○沖本暢輝（ビジネス情報学科4年次生）

今回、新庄みそさんと産学連携をして、一つの商品を作るのにこんなに手間と時間がかかることに驚きました。

今回一つの商品を作るのに一年近くかかりました。私たちが何気なく手にする商品にこんなに手間と時間がかかるとは思っていませんでした。それだけ生産者側の方がどのようにしたら、消費者の方に手に取ってもらえるかということを考えて商品開発して下さっているということが分かりました。私たちはパッケージ開発を体験させて頂きました。消費者の方に手に取ってもらえるパッケージ作りがいかに大変かを感じることができました。本格的な商品作りは今回が初めてで、分からないことだらけでとても大変でした。消費者の方は色々な方がいて一人一人好みや価値観は違います。いかに一人でも多くの方に手に取ってもらえるようにするかをメンバー皆で話し合うことで一つの商品を作ることができました。メンバーと協力して一つの商品を作ることができたことの意味は大きいと感じました。

今回、もし結果が良かったら、良かった所をメンバーで話し合い、良い部分を伸ばせるようにまた試行錯誤すればよく、また、結果が良くなかった場合は、良くなかった所を見つけ、そこをメンバーと話

し合い改善していけばいいと感じました。商品作りには終わりはないと考えます。どのようにしたら消費者の方に喜んでもらえる商品を作ることができるかという答えは一つではないからです。

実際に完成した商品を手にしてみて商品を作る大変さや、達成感を改めて感じました。

このような経験を通じて正解は一つではないということに改めて学ぶことができました。一つの正解を求めず、どのようにしたら消費者の方に喜んでもらえるかが大事だと感じました。

○渡邊啓太（経済学科4年次生）

今回は初めての企業様との提携であり、商品を開発する中で初めて経験することも多く、苦勞することも多かったです。商品を開発していく中で、商品の形態や案等が大きく変わっていく等、商品開発のスピードの速さに振り回されることもありました。しかし、初めて商品開発をしていく中で得られたものも多く、今後に生きる貴重な体験をすることができました。

○日高佑宇（同学科3年次生）

新庄みその商品開発では、どのようにしたら学生に商品を買ってもらえるかを知るために学生へのアンケートを五回も行ったり、パッケージのデザインを考えたりし、商品を作ることの大変さがよく分かりました。パッケージデザインのキャッチコピーでは、他のところが既に使っているから違うのを考え、写真を使うことになった時どの写真を使うかを考える等、様々なことを考えることが多かったので大変でした。

また、企業側の考えもあるので、それを踏まえた上での会議はとても貴重な体験であり、勉強になりました。

○宮本直樹（同学科3年次生）

私は、第五回目のアンケートを担当しました。急遽アンケートを行うことになったので、アルバイトや用事等の時間を空けて急いで作ったので、大変でした。しかし、アンケート当日になると、みんな笑顔で協力して答えてくれて、大変だったのを忘れるくらいでした。しっかりと商品開発に向けて良い情報を得られたと思います。

---

○岩谷壮一郎（同学科3年次生）

良い点としては、広島経済大学の宣伝をしている所です。絶対に目に入るの、知らない人でも知ることができ、いい宣伝になっていると思います。他には、溶かすだけで簡単に作れるということで、コンセプトに合っています。量の少ない点を改善すれば、購入したい若者がもっと増えると思います。

○河野昌史（同学科2年次生）

私は開発商品に携わる取り組みとしてテストマーケティングと SNS を利用した販売促進キャンペーンの広告制作を担当しました。

テストマーケティングは今年の夏頃に実施し、販売店舗を約一週間のスパンを挟んで二回ほど販売状況や売上数、陳列位置等について調査しました。ただ一回目は情けないことに今年からメンバーに加わったこともあり何をすればいいのか分からずに困惑してしまうことが多く、前年から企画に携わってきた先輩や販売店舗の店長さんたちの話を受け身となって聞いたり、指示された通りにしたりすることしかできませんでした。しかし、二回目の調査では都合により先輩が参加できなかったため、自分たちで調査しなければならず、その時になってようやくテストマーケティングを能動的に行うことができました。前回と比べて品数はどれほど変化しているのか、この陳列位置は客の視点からはどう見えている

のか、開発商品のポップの位置や大きさは適切であるのか、どう改善すればより売上数を増やすことができるのか、といったことを自分自身で考え調査する視点を持つことができ、普段の大学の授業では学ぶことができない勉強をすることができたと思っています。

SNS を利用したキャンペーンは第一回目のテストマーケティングの結果を受けて、若い人を対象とした販売促進のために企画されました。しかし、色々な諸事情が重なり合い、実施することなく中止という結果で終えることになってしまいました。私はこのキャンペーンでは広告制作の担当として、このキャンペーンに携わっていましたが、このような結果になってしまったことはとても残念に思っています。とくに制作したキャンペーンの広告は自分自身の力だけではなく、多くの大学関係者からのアドバイスを頂いた末に完成できたものでありましたから、それがお蔵入りになったというのは協力頂いた方には申し訳なく、やるせない思いでいっぱいです。ただ、このような SNS を利用したキャンペーンを実施可能なまでに企画したという経験は自分や大学、企業にとっても貴重な知識であると思いますので、この経験と失敗が次に類似した企画を実行しようとする人たちへの道標になってくれれば幸いです。

### 3 企業・行政などとの包括連携協定一覧

|   | 年 度  | 月  | 日  | 提携先                       | 件 名  | 内 容 等  |
|---|------|----|----|---------------------------|--|--|
| 1 | 平成17 | 12 | 20 | 広島銀行                      | 広島市立大学・広島修道大学・広島工業大学・広島経済大学と広島銀行との産学連携に関する協定締結について | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域活性化に関する業務協力</li> <li>・ベンチャー・ビジネスに対する投資・融資支援等</li> <li>・技術相談や共同研究等に関する業務協力</li> </ul>                 |
| 2 | 平成20 | 12 | 5  | 安佐南区役所                    | 広島経済大学と広島市安佐南区役所との地域連携協定に関する協定書                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・まちづくりの推進、教育・文化・スポーツの振興及び健康づくり推進</li> </ul>   |
| 3 | 平成21 | 3  | 26 | 広島市信用組合<br>社団法人全国信用組合中央協会 | 産学連携に関する協定書  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済活性化に関する業務協力</li> <li>・産学連携にかかる具体的な方策</li> <li>・大学生の教育支援等</li> </ul>                                |
| 4 | 平成29 | 3  | 24 | 一般財団法人<br>ひろぎん経済研究所       | 産学連携に関する協定書  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済活性化に関する連携協力</li> <li>・産業活性化に関する連携協力</li> <li>・共同研究等に関する連携協力</li> <li>・大学生の教育支援と人的交流の促進等</li> </ul> |
| 5 | 平成29 | 3  | 24 | 公益財団法人<br>中国地域創造研究センター    | 産学連携に関する協定書  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済活性化に関する連携協力</li> <li>・産業活性化に関する連携協力</li> <li>・共同研究等に関する連携協力</li> <li>・大学生の教育支援と人的交流の促進等</li> </ul> |
| 6 | 平成30 | 5  | 1  | 田中電機工業株式会社                | 産学連携に関する協定書  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済活性化に関する連携協力</li> <li>・産業活性化に関する連携協力</li> <li>・共同研究等に関する連携協力</li> <li>・大学生の教育支援と人的交流の促進等</li> </ul> |
| 7 | 平成30 | 6  | 20 | 新庄みそ株式会社                  | 産学連携に関する協定書  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済活性化に関する連携協力</li> <li>・産業活性化に関する連携協力</li> <li>・共同研究等に関する連携協力</li> <li>・大学生の教育支援と人的交流の促進等</li> </ul> |
| 8 | 令和元年 | 11 | 25 | オタフクソース株式会社               | 産学連携に関する協定書  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済活性化に関する連携協力</li> <li>・産業活性化に関する連携協力</li> <li>・共同研究等に関する連携協力</li> <li>・大学生の教育支援と人的交流の促進等</li> </ul> |
| 9 | 令和元年 | 12 | 17 | 一般財団法人<br>お好み焼アカデミー       | 産学連携に関する協定書  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済活性化に関する連携協力</li> <li>・産業活性化に関する連携協力</li> <li>・共同研究等に関する連携協力</li> <li>・大学生の教育支援と人的交流の促進等</li> </ul> |

## 4 規 程

### (1) 広島経済大学産学官連携推進助成金規程及び広島経済大学産学官連携推進助成金に関する取扱い

#### 広島経済大学産学官連携推進助成金規程

〔平成29年11月7日制定〕

(趣旨)

第1条 この規程は、広島経済大学（以下「本学」という。）における産学官連携の推進に係る研究費の助成に関して、必要な事項を定めるものとする。

(助成対象)

第2条 助成対象は、本学の専任教員が個人又は共同で行う産学官連携のための事前調査に係る研究費のうち、本学が必要と認めた費用とする。ただし、産学官連携協定の締結に向けて確認書等により双方の合意事項を書面で取り交わしていることとする。

(助成金額)

第3条 助成金の年間総額は200万円を上限とする。ただし、理事長において必要と認めたときはこの限りでない。

(助成期間)

第4条 助成期間は当該年度を限度とし、助成金の残額を翌年度に繰り越して使用することはできないものとする。

2 継続して研究を行う場合に必要な助成金については、次年度新たに申請を行うこととする。

(申請手続)

第5条 助成を受けようとする者は、当該年度の12月末日までに次に掲げる書類を地域経済研究所に提出しなければならない。

(1) 産学官連携推進助成金申請書（様式第1号）

(2) 官公庁及び企業・団体と連携した確認書等

(審査委員会)

第6条 学長は、前条の申請があったときは産学官連携推進助成金審査委員会（以下「審査委員会」という。）を設置する。

2 前項の審査委員会は学長を委員長とし、次の各号に掲げる委員をもって組織する。

(1) 副学長

(2) 学部長

(3) 事務局長

(4) 地域経済研究所長

(5) 申請者の所属する教養教育部主任及び学科主任

(審査)

第7条 審査委員会は、提出された書類について助成の可否及び金額を審議し、学長はその結果を理事長に報告するものとする。

(決定及び通知)

第8条 理事長は、前条の学長からの報告に基づき、助成金支給の可否等を決定する。

2 学長は、理事長の決定に基づき審査の結果を申請者に通知する。

(支給停止)

---

**第9条** 理事長は次の各号のいずれかに該当するときは、直ちに助成金の支給を停止する。

- (1) 産学官連携の計画が中止となったとき。
- (2) 研究者が病気、その他の事情により研究等を継続できないとき。
- (3) 助成の辞退を申し出たとき。
- (4) その他本学の諸規則に違反する行為のあったとき。

(成果等の報告)

**第10条** 助成金の交付を受けた者は、当該年度末に研究活動報告書及び産学官連携推進助成金決算報告書（様式第2号）を学長に提出しなければならない。

(成果の公表)

**第11条** 前条で提出した研究活動報告書は、原則として翌年度に本学の刊行誌等に掲載し公表するものとする。

(事務)

**第12条** この規程に関する事務は、地域経済研究所が取り扱うものとする。

- 2 産学官連携事業を円滑に運営するため、必要に応じ学長が指名する産学官連携推進コーディネーターを置くことができる。

(規程の改正)

**第13条** この規程の改廃は、審査委員会に諮り、理事長が決定する。

(その他)

**第14条** この規程に定めるもののほか、助成制度の運用に関し必要な事項は、別に定める広島経済大学産学官連携推進助成金に関する取扱いによる。

附 則

この規程は、平成29年11月7日から施行する。

## 広島経済大学産学官連携推進助成金に関する取扱い

〔平成29年11月7日制定〕

(趣旨)

**第1条** この取扱いは、広島経済大学産学官連携推進助成金規程（以下「助成金規程」という。）第14条に基づき、助成制度の運用に関し、必要な事項を定めるものとする。

(共同研究)

**第2条** 助成金規程第2条に定める共同で行う研究とは、次の各号のいずれかに該当するものとする。

- (1) 専任教員複数名で行う研究
- (2) 専任教員1名以上と本学学生が補助者として行う研究
- 2 非常勤講師及び学外の研究者と行う研究は、助成の対象としない。

(助成費用)

**第3条** 助成金規程第2条に定める本学が必要と認めた費用とは、次のとおりとする。

- (1) 調査研究、打ち合わせ等に係る旅費及び宿泊費
- (2) 消耗品費
- (3) 設備備品費
- (4) 印刷製本費
- (5) 通信運搬費
- (6) その他研究に必要と認められるもの
- 2 前項第1号に規定する旅費及び宿泊費については、学校法人石田学園旅費規程の研究出張に準じ算出した金額を助成する。ただし、学生については算出した金額を上限とし、実費を支給するものとする。

(購入品の取り扱い)

**第4条** 助成金で購入した図書、備品、用品等は、本学に帰属するものとする。

(審査基準)

**第5条** 助成金規程第7条の審査における審査基準は、次のとおりとする。

- (1) 研究の目的が有益であること。
- (2) 申請された費用が研究にとって必要であり、かつ金額が適正であると認められること。

附 則

この取扱いは、平成29年11月7日から施行する。

## Ⅳ そ の 他

### 1 委員会

#### 第1回地域経済研究所委員会

5月23日（木） / 15:00～ 於 研修室1

報告 1. 平成30年度地域経済研究所の事業報告及び決算について

2. 令和元年度地域経済研究所の事業計画及び予算について

議題 1. 令和元年度『経済研究論集』第42巻第1号並びに『研究論集』第42巻第1号の編集について

2. 経済学会評議員会（6/13）の開催について

(1) 平成30年度事業・決算報告及び監査報告について

(2) 令和元年度事業計画（案）及び予算（案）について

(3) 『経済研究論集』・『研究論集』投稿要項の改正（案）について

3. 経済学会研究集会幹事について

4. その他

(1) 令和元年度地域経済研究所委員会の開催予定について

#### 広島経済大学経済学会評議員会

6月13日（木） / 16:00～ 於 大会議室

議題 1. 平成30年度事業・決算報告及び監査報告について

2. 令和元年度事業計画（案）及び予算（案）について

3. 『経済研究論集』・『研究論集』投稿要項の改正（案）について

#### 令和元年度産学官連携推進助成金審査委員会

7月9日（火） / 16:30～ 於 学長室

議題 1. 令和元年度産学官連携推進助成金申請について

#### 第2回地域経済研究所委員会

9月19日（木） / 16:40～ 於 研修室1

議題 1. 『経済研究論集』第42巻第2号（川村健一名誉教授退任記念号）並びに『研究論集』第42巻第2号の編集について

2. 令和元年度『盤石』の刊行スケジュールについて

3. その他

(1) 投稿者の職名について

(2) 原稿の読み込み方法について

(3) 研究集会について

#### 令和元年度外国研修者選考委員会

11月7日（木） / 13:13～ 於 研修室1

議題 1. 令和3年度外国研修者の選考について

#### 第3回地域経済研究所委員会

令和2年1月16日（木） / 17:00～ 於 研修室1

議題 1. 『経済研究論集』第42巻第3号（前川功一名誉教授退任記念号）並びに『研究論集』第42巻第3号の編集について

2. その他

(1) 投稿者の職名について

(2) 原稿の読み直し方法について

(3) 印刷業者の選定について

(4) 『盤石』推薦論文審査について

---

## 2 業務日誌

### 〔4月〕

- 17日（水） 平成31年度科研費（研究活動スタート支援）公募説明会  
26日（金） 『経済研究論集』並びに『研究論集』第42巻第1号原稿受付締め切り

### 〔5月〕

- 8日（水） 産学連携事業 新庄みそ株式会社と本学学生らが共同開発した「ゼロから始めるみそlife!!」の合同記者発表  
10日（金） 経済学会会計監査  
13日（月） 経済学会会計監査  
21日（火）  
～22日（水） 科学研究費執行説明会  
23日（木） 第1回地域経済研究所委員会  
30日（木） 経済学会第1回研究集会 報告 山根 智沙子 准教授

### 〔6月〕

- 11日（火） 研究倫理及びコンプライアンス研修会事前打ち合せ  
12日（水） 第1回産学官連携推進コーディネーター会議  
13日（木） 経済学会評議員会  
27日（木） 経済学会第2回研究集会 報告 藤原 久嗣 准教授

### 〔7月〕

- 4日（木） 経済学会第3回研究集会 報告 細井 謙一 教授、Sini Jokiniemi 先生  
9日（火） 産学官連携推進助成金審査委員会  
10日（水）  
～18日（木） 中四国商経学会本学会員の調査  
11日（木） 教職員対象研究倫理及びコンプライアンス研修会  
18日（木） 科学研究費助成事業通常内部監査の実施  
25日（木） 科学研究費助成事業特別内部監査の実施  
31日（水） 『経済研究論集』並びに『研究論集』第42巻第1号刊行・配布  
『地域経済研究所年報』第21号（2018年度）刊行・配布

### 〔8月〕

- 30日（金） 『経済研究論集』第42巻第2号（川村 健一名誉教授退任記念号）並びに『研究論集』第42巻第2号原稿受付締め切り

### 〔9月〕

- 9日（月） 令和元年度科学研究費助成事業説明会 於 九州大学  
19日（木） 第2回地域経済研究所委員会  
25日（水）  
～26日（木） 令和2年度科学研究費助成事業応募説明会  
30日（月） 『研究双書』刊行申請締め切り  
『出版会』（学術関連図書・教科書等）刊行申請締め切り

### 〔10月〕

- 21日（月） 令和2年度科学研究費助成事業応募書類学内提出締め切り

### 〔11月〕

- 7日（木） 外国研修者選考委員会  
25日（月） 産学連携事業 オタフクソース株式会社との包括連携協定調印式

---

|        |   |
|--------|---|
| 29日（金） | 『経済研究論集』第42巻第2号（川村 健一名誉教授退任記念号）並びに『研究論集』第42巻第2号の刊行・配布 |
| 〔12月〕  |   |
| 11日（水） | 令和2年度予算ヒアリング  |
| 17日（火） | 産学連携事業 一般財団お好み焼アカデミーとの包括連携協定締結                        |
| 27日（金） | 『経済研究論集』第42巻第3号（前川 功一教授退任記念号）並びに『研究論集』第42巻第3号原稿受付締め切り |
| 〔1月〕   |   |
| 16日（木） | 第3回地域経済研究所委員会   |
| 30日（木） | 第2回産学官連携推進コーディネーター会議                                  |
| 31日（金） | 令和2年度予算の令達  |
| 〔2月〕   |   |
| 12日（水） | 『磐石』掲載推薦論文審査会議  |
| 17日（月） | 研究業績本審査   |
| 〔3月〕   |   |
| 16日（月） | 学位記授与式にて『磐石』第43号刊行・配布                                 |
| 31日（火） | 『経済研究論集』第42巻第3号（前川 功一教授退任記念号）並びに『研究論集』第42巻第3号の刊行・配布   |

### 3 所蔵雑誌リスト ※大学紀要は図書館にて所蔵しております。

地域経済研究所 収集雑誌・資料等

参考図書（助成関係資料・地域関連図書）

| 書 籍 名           | 発 行 所          |
|-----------------|----------------|
| 研究者のための助成金応募ガイド | 公益財団法人助成財団センター |
| 助成団体要覧          | 公益財団法人助成財団センター |
| 広島企業年鑑          | 株式会社広島経済研究所    |
| 地域経済総覧          | 東洋経済新報社        |

#### 地域資料

| 雑 誌 名                     | 発 行 所              |
|---------------------------|--------------------|
| 広島県統計年鑑                   | 広島県統計協会            |
| 広島県統計月報                   | 広島県統計協会            |
| 広島市統計書                    | 広島市企画総務局企画調整部政策企画課 |
| 広島農林水産統計年報                | 中国四国農政局統計部         |
| 福山の環境                     | 福山市経済環境局環境部環境総務課   |
| 呉市統計書                     | 呉市企画部情報統計課統計グループ   |
| 岡山農林水産統計年報                | 中国四国農政局統計部         |
| 島根県統計書                    | 島根県統計協会            |
| 島根県勢要覧                    | 島根県統計協会            |
| 島根の人口移動と推計人口              | 島根県政策企画局統計調査課      |
| 島根県県民経済計算                 | 島根県政策企画局統計調査課      |
| 島根県市町村民経済計算               | 島根県政策企画局統計調査課      |
| 月刊 島根の統計                  | 島根県政策企画局統計調査課      |
| 鳥取県勢要覧                    | 鳥取県地域振興部統計課        |
| 鳥取県統計年鑑                   | 鳥取県地域振興部統計課        |
| 100の指標からみた鳥取県             | 鳥取県地域振興部統計課        |
| 山口県統計年鑑                   | 山口県統計協会            |
| 山口県勢要覧                    | 山口県統計協会            |
| 県勢やまぐち                    | 山口県統計協会            |
| 山口農林水産統計年報                | 中国四国農政局統計部         |
| 中国農林水産統計年報                | 中国四国農政局統計部         |
| 愛媛県統計年鑑                   | 愛媛県統計協会            |
| 愛媛県市町別主要統計指標 統計からみた市町のすがた | 愛媛県統計協会            |
| 統計からみた愛媛県の地位              | 愛媛県統計協会            |
| えひめの統計                    | 愛媛県統計協会            |
| 統計でみる愛媛のすがた               | 愛媛県統計協会            |
| 香川県統計年鑑                   | 香川県統計協会            |
| 100の指標からみた香川              | 香川県統計協会            |
| 香川のすがた                    | 一般社団法人百十四経済研究所     |
| 図説九州経済                    | 公益財団法人九州経済調査協会     |

|           |                    |
|-----------|--------------------|
| 九州経済白書    | 公益財団法人九州経済調査協会     |
| 農林漁業金融統計  | 農林中央金庫             |
| 中国地域白書    | 公益財団法人中国地域創造研究センター |
| 中国地域経済の概況 | 公益財団法人中国地域創造研究センター |
| 調査報告書     | 公益財団法人中国地域創造研究センター |
| 活動成果報告書   | 公益財団法人中国地域創造研究センター |
| 運輸要覧      | 中国運輸局総務部総務課        |
| 四国運輸局業務要覧 | 四国運輸局              |

一般雑誌・金融関係雑誌

| 雑 誌 名                         | 発 行 所                              |
|-------------------------------|------------------------------------|
| 季刊 碧い風                        | 中国電力株式会社地域共創本部                     |
| 月報 あすの九州・山口                   | (一社)九州経済連合会                        |
| 調査月報                          | 一般財団法人 百十四経済研究所                    |
| 調査月報 IRC Monthly              | 株式会社いよぎん地域経済研究センター                 |
| 中国経済連合会会報                     | 一般社団法人中国経済連合会                      |
| 季刊 中国総研                       | 公益財団法人中国地域創造研究センター                 |
| 芸備地方史研究                       | 芸備地方史研究会<br>(広島大学大学院文学研究科日本史学研究室内) |
| Hiroshima 広島商工会議所所報           | 広島商工会議所                            |
| 広島経済レポート                      | 株式会社広島経済研究所                        |
| 環境ジャーナル 中国地方版                 | 有限会社スペースアルド                        |
| カレントひろしま                      | 一般財団法人ひろぎん経済研究所                    |
| 西日本農研農業経営研究                   | 国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構西日本農業研究センター |
| マンスリー山陰経済                     | 株式会社山陰合同銀行地域振興部産業グループ              |
| MONTHLY REPORT マンスリーレポート      | 一般財団法人岡山経済研究所                      |
| 山口県地方史研究                      | 山口県地方史学会                           |
| ARDEC                         | 一般財団法人日本水土総合研究所海外農業農村開発技術センター      |
| Business Labor Trend          | 独立行政法人労働政策研究・研修機構                  |
| 地域開発                          | 一般財団法人日本地域開発センター                   |
| 地域経済学研究                       | 日本地域経済学会                           |
| 地域研究交流                        | 地方シンクタンク協議会                        |
| 地理科学                          | 地理科学学会<br>(広島大学大学院文学研究科地理学教室内)     |
| 大学評価・学位研究                     | 独立行政法人大学改革支援・学位授与機構                |
| (季刊) 道路新産業 Traffic & business | 一般財団法人道路新産業開発機構                    |
| 同友会景況調査報告 (DOR)               | 中小企業家同友会全国協議会 (中同協) 企業環境研究センター     |
| 東アジアへの視点 北九州発アジア情報            | 公益財団法人アジア成長研究所                     |
| ひろみら論集                        | 広島修道大学ひろしま未来協創センター                 |
| IDE 現代の高等教育                   | IDE 大学協会                           |

|                          |                               |
|--------------------------|-------------------------------|
| JRI レビュー                 | 株式会社日本総合研究所                   |
| 計画行政                     | (一社) 日本計画行政学会                 |
| 企業環境研究年報                 | 企業環境研究センター                    |
| 金融研究                     | 日本銀行金融研究所                     |
| 日本経済研究                   | 公益社団法人日本経済研究センター『日本経済研究』編集委員会 |
| 日経グローバル                  | 日本経済新聞社                       |
| 生命保険経営                   | 生命保険経営学会                      |
| 瀬戸内海                     | 公益社団法人瀬戸内海環境保全協会              |
| 信託                       | 一般社団法人信託協会                    |
| 信託研究奨励金論集                | 一般社団法人信託協会                    |
| 証券経済研究                   | 公益財団法人日本証券経済研究所               |
| 商工金融                     | 一般財団法人商工総合研究所                 |
| ゆうちょ資産研究 研究助成論文集         | 一般財団法人ゆうちょ財団ゆうちょ資産研究センター      |
| 生命保険に関する調査研究報告（要旨）       | 公益財団法人かんぽ財団                   |
| 調査                       | 株式会社日本政策投資銀行                  |
| 調査ニュース                   | 株式会社北海道銀行                     |
| DBJ MonthlyOverview      | 株式会社日本政策投資銀行                  |
| 公庫月報 AFC Forum           | (株)日本政策金融公庫農林水産事業本部           |
| マンスリー・レビュー               | 株式会社三井住友銀行                    |
| 日本公庫総研レポート               | 日本政策金融公庫総合研究所                 |
| 日本政策金融公庫調査月報：中小企業の今とこれから | (株)日本政策金融公庫総合研究所              |
| 日本政策金融公庫論集               | 日本政策金融公庫総合研究所                 |
| 農林金融                     | 農林中央金庫                        |

#### その他

| 雑 誌 名        | 発 行 所       |
|--------------|-------------|
| JILPT 資料シリーズ | 労働政策研究・研修機構 |
| JILPT 調査シリーズ | 労働政策研究・研修機構 |
| JILPT 海外労働情報 | 労働政策研究・研修機構 |
| JILPT 国内労働情報 | 労働政策研究・研修機構 |
| 労政政策研究報告書    | 労働政策研究・研修機構 |
| 労働政策研究レポート   | 労働政策研究・研修機構 |

## 4 既刊行物

### (1) 広島経済大学研究双書

- 第1冊 伊藤 迪 『現代日本における思想の困難性』1982
- 第2冊 辻岡 正己 『由利財政の研究 —明治維新と由利財政—』1984
- 第3冊 森井 昭顕 『国際収支調整に関する政策的評価』1985
- 第4冊 吉澤 昌恭 『市場機構の意味』1985
- 第5冊 北村 由之 『独占的競争理論の研究 —マーシャル的産業論の立場からする価値論体系化の試み— (上)』1990
- 第6冊 北村 由之 『独占的競争理論の研究 —マーシャル的産業論の立場からする価値論体系化の試み— (下)』1990
- 第7冊 木本 欽吾 『若いハイネ —ハイネ伝のために—』1990
- 第8冊 百々 和 『中国型経済システムの形成』1991
- 第9冊 狭田 喜義 『地域経済の発展と雇用・労働問題 (上)』1991
- 第10冊 狭田 喜義 『地域経済の発展と雇用・労働問題 (下)』1992
- 第11冊 三上 昭荘 『戦前における地理学・地理教育に関する研究 —西亀正夫の業績を通して—』1993
- 第12冊 田辺 洋子 『チャールズ・デイケンズ作「大いなる遺産」研究』1994
- 第13冊 新川 英明 『滅びゆく感潮河川の貝類』1994
- 第14冊 中川 栄治 『「アダム・スミスの価値尺度論」に関する海外における諸研究 —19世紀末から1970年代末— (上)』1995
- 第15冊 中川 栄治 『「アダム・スミスの価値尺度論」に関する海外における諸研究 —19世紀末から1970年代末— (下)』1995
- 第16冊 藤井千之助 『歴史教育研究序説』1997
- 第17冊 三上 昭荘 『広島菜栽培地域川内地区の経済地理的研究』1998
- 第18冊 社会と共生研究会編 『社会と共生 —国際経済社会における共存共生システムに関する総合的考察—』2000
- 第19冊 George R. Harada ; Tomiyuki Ogawa 『The Changing Japanese Society And The Law』2000
- 第20冊 大田孝太郎 編著 『家族と現代』2001
- 第21冊 手島 勝彦 『近代企業における賃金管理制度の研究』2002
- 第22冊 細井 謙一 『営業・販売組織における適応過程の研究』2002
- 第23冊 山口 裕 『ドイツの歴史小説』三修社 2003
- 第24冊 溝口 敏行 『日本の統計調査の進化 —20世紀における調査の変貌—』溪水社 2003
- 第25冊 片岡 幸雄・鄭 海東 『中国対外経済論』溪水社 2004
- 第26冊 高石 哲弥・大岩 雅子・濱 慎一・中村 純 『WebClass による e-Learning の試み』2006
- 第27冊 細井 謙一・竹村 正明 『営業生産性尺度の開発』2006
- 第28冊 末広菜穂子・石田 美清・竹林 栄治  
『家庭生活の世代間変化と生活文化の継承性—子ども時代の生活に関する中四国地方での調査報告—』2007
- 第29冊 池田 信寛 『カード・マーケティング』2007
- 第30冊 柳川 和優 『高齢者の歩行動作特性』2008
- 第31冊 山内 昌斗 『日英関係経営史 —英国企業の現地経営とネットワーク形成—』溪水社 2010
- 第32冊 増田 正勝 『ドイツ経営パートナーシャフト史』森山書店 2010
- 第33冊 Roger L. Reinos ; Sakoda, Namiko ; J. A. S. Wild ; Matsumiya, Nagako

- 『How Much CALL and How Much HALL? An Inquiry into the Computer-Learner-Teacher Nexus in Foreign Language Learning : With Special Reference to Teacher Interventions in a CALL Application at Hiroshima University of Economics』 2010
- 第34冊 永田 靖 『キャッシュ・フロー会計情報論 ―制度的背景と分析手法―』 中央経済社 2010
- 第35冊 松井 一洋・長谷川 泰志・古本 泊  
『こちらはFM ハムスター ―地域コミュニティの未来を担う小さな一歩―』  
ジャパンインターナショナル総合研究所 2011
- 第36冊 細井 謙一・山内 昌斗・永田 靖・神尾 陽一・福田 覚  
『ビジネス教育における新手法の開発 ―「日本の18歳にふさわしいビジネス教育の入口」の探究―』 2011
- 第37冊 中村 克洋 『言葉力による逆発想のススメ ―ビジネスにおける逆転の発想を生み出す言葉の力に関する研究―』 2011
- 第38冊 内海 和雄 『オリンピックと平和 ―課題と方法―』 不昧堂出版 2012
- 第39冊 前川 功一・得津 康義 編著 『金融時系列分析の理論と応用』 2011
- 第40冊 片岡 幸雄 『中国対外経済貿易体制史（上）』 溪水社 2013
- 第41冊 武藤 清吾 『芥川龍之介の童話 ―神秘と自己像幻視の物語―』 翰林書房 2014
- 第42冊 内海 和雄 『スポーツと人権・福祉―「スポーツ基本法」の処方箋―』 創文企画 2015
- 第43冊 餅川 正雄 『キャリア教育と進路指導に関する研究』 2016
- 第44冊 福居 信幸・前川 功一・増原 義剛・野北 晴子・糠谷 英輝・小笠原礼以・小松 正昭  
『東アジアの経済成長の持続可能性について』 2016
- 第45冊 大田孝太郎 『ヘーゲルの媒介思想』 溪水社 2017

## (2) 広島経済大学地域経済研究所報告書

- 共同研究04－A 三須 祐介・宮岡 弥生・迫田奈美子  
『第2言語としての日本語・英語・中国語教育教材の汎用化に関する研究』 2007
- 共同研究05－B 細井 謙一・小西 修一・竹村 正明  
『ホロン型営業と営業活動の生産性』 2009
- 共同研究05－C 渡辺 昌彦・村山秀次郎・王 怡人  
『ベンチャー企業の成長におけるマーケティングの役割についての実証研究』 2009
- 共同研究06－A 村山秀次郎・伊東 哲夫・奥原 浩之  
『リスク・マネジメントを支援するテキストデータからの課題発見 ―対応策策定プロセスの研究と実証研究』 2010
- 共同研究09－A 丹羽 啓一・片桐 英樹・久保 大支  
『不確実かつ曖昧な環境下での2レベル計画モデルの提案と進化計算に基づく解法の構築』 2012
- 共同研究11－B 松井 一洋・堂本 絵理  
『FM ハムスターによる地域コミュニケーションの変化と展望』 2013
- 共同研究11－A 梶本 伸悦・永田 靖・松本 耕二・山本 公平・渡辺 泰弘  
『スポーツを活用した地域活性化に関する考察』 2014
- 共同研究12－B J. A. S. Wild・Namiko Sakoda  
『The Development and Applications of the HUE Language Proficiency (HUELP) Database』 2015

- 
- 共同研究12－C 志々田まなみ・三山 緑・田中 泉・神田 義浩・胤森 裕暢・櫻田 裕美子  
『学習指導技量の評定結果を活用した教育実習指導に関する研究』 2015
- 共同研究12－A 内海 和雄・藤口 光紀・渡辺 勇一・中嶋 則夫・梶本 伸悦・松本 耕二・  
岡安 功・渡辺・泰弘  
『プロ・スポーツクラブ（球団）の地域密着の総合的研究』 2016
- 共同研究16－A 重野 裕美・土屋 祐子・白田 理人  
『奄美大島北部方言の言語ドキュメンテーション・アーカイビング・言語資料公開  
にむけて』

### (3) Discussion Papers

- No. 1 Yukio KANEKO Changes of Industrial Structure and Employment in the Course of  
Industrialization in Developing Economy : A Case Study of Indonesia  
1983
- No. 2 Yukio KANEKO An Empirical Study on Projecting and Forecasting the Input Coefficient  
Matrix in Leontief Model 1983
- No. 3 Yukio KANEKO The Structure of Economic Development Process : Input-Output  
Analysis of the Indonesian Economy 1984
- No. 4 Yukio KANEKO Aspects of Economic Development of the Indonesian Economy 1985
- No. 5 Yukio KANEKO International Input-Output Analysis of Japan, United States and ASEAN  
Countries 1985
- No. 6 Yukio KANEKO International Comparison of Industrialization Process 1985
- No. 7 Yukio KANEKO Domestic Production and Factor Content of International Trade in  
H. Tampubolon Indonesia 1986  
Eiichi YANAGI
- No. 8 Yukio KANEKO Regionalization of Input-Output Model with Non-Survey Technique  
Eiichi YANAGI 1986
- No. 9 Yukio KANEKO Towards the Basic Human Needs in Relation to Public Health and  
Koh'ichi NIDAIIRA Nutrition 1986
- No.10 Yukio KANEKO An Empirical Study on Non-Survey Forecasting of the Input Coefficient  
Matrix In Leontief Model 1986
- No.11 Yukio KANEKO International Comparison of Export Competitiveness for Industrial  
Eiichi YANAGI Products in the East Asian Countries : An Application of Product  
Koh'ichi NIDAIIRA Cycle Hypothesis to Indonesia 1987
- No.12 Koh'ichi NIDAIIRA Industrial Adjustment after Oil Crisis in Japan 1987  
Yukio KANEKO
- No.13 Eiichi YANAGI Market Segmentation approach of the Indonesian Export : International  
Comparison with Thailand 1987
- No.14 Eiichi YANAGI Empirical Analysis of Import Substitution and Promotion in the  
Indonesian Industries, 1971-1985 1987
- No.15 Yukio KANEKO Consistent Inter-Industry Forecasting Model of Indonesia : Basic  
Koh'ichi NIDAIIRA Structure of the Model INFORMIN 1987
- No.16 Yukio KANEKO Seidel Iterative Method for Solving Dynamic Input-Output Model in  
Developing Economies 1987

---

|       |   |  |
|-------|---|--|
| No.17 | Yukio KANEKO<br>Koh'ichi NIDAIRA                                | Semi-Dynamic Input-Output Model for the Model INFORMIN 1987  |
| No.18 | Yukio KANEKO<br>Eiichi YANAGI                                   | International Comparison of Export Competitiveness for Industrial Products<br>in the East Asian Countries 1987   |
| No.19 | Yukio KANEKO<br>Koh'ichi NIDAIRA<br>Norihisa SAKURAI            | Non-negativity and Stability of the Dynamic Leontief Model 1988  |
| No.20 | Yukio KANEKO  | Dual Structure of the Indonesian Economy : An Application of Input-<br>Output Table by Size of Firm 1989   |
| No.21 | 金子 敬生   | 活力ある社会実現へ向けての税制改革のあり方<br>—「税制改革」に対する意見— 1988   |
| No.22 | Julian Luthan   | Recent Development of Investment in Indonesia 1991   |
| No.23 | 細井 謙一   | マーケティング論における交換概念と関係性志向マーケティング 1996   |
| No.24 | 細井 謙一<br>南 知恵子  | Business to Business Marketing における営業の役割 1996  |
| No.25 | 谷口 真美   | 新日本型経営 1998  |
| No.26 | 谷口 真美   | 女性管理者に関する調査結果報告書 1998  |
| No.27 | 谷口 真美   | 外資系企業における女性雇用と能力主義管理 —P&G のケース— 1998   |
| No.28 | 谷口 真美   | 組織コミットメントと昇進に関する調査結果報告書 1999   |
| No.29 | 細井 謙一   | 生命保険業における営業要員の知識構造と販売成果<br>—マーケティング戦略の実行問題としてのセールス・マネジメント— 2000  |
| No.30 | 溝口 敏行<br>鈴木 紫   | クラスター分析による地域別成長パターンの分析<br>—日本と中国への応用— 2000   |
| No.31 | 佐々木一郎   | 危険細分化が保険料率体系の公平性に与える効果に関する分析 2001  |
| No.32 | 佐々木一郎   | 年金の損得計算妥当性と逆選択 —アンケート調査に基づく展望論文—<br>2002   |
| No.33 | 栗濱竜一郎   | 利用者の視点に立脚した財務諸表監査の展開 2002  |
| No.34 | 佐々木一郎   | 年金の損得計算と逆選択 2002   |
| No.35 | 栗濱竜一郎   | Perspective of Financial Statement Auditing based on User's Viewpoints :<br>Changing from the traditional to a new theoretical framework of auditing<br>2003 |
| No.36 | 佐々木一郎   | 国民年金未加入行動に影響する要因の分析<br>—大学生対象のアンケート調査から— 2004  |
| No.37 | 佐々木一郎   | 国民年金受容の条件 2005   |
| No.38 | 細井 謙一   | 営業プロセス管理とどう向き合うか<br>—SFA による営業ドミナント・プロセス設定の功罪— 2005  |
| No.39 | Ken-ichi Hosoi<br>Yi-jen Wang<br>Masaaki Takemura               | Is a good relationship really good? : Reappraisal of Roles of Industrial<br>Distributor 2006   |
| No.40 | Ken-ichi Hosoi<br>Yi-jen Wang<br>Masaaki Takemura<br>Kazuki Ota | Resource-Application Matrix of Business Marketing in Japan : Network<br>Perspective Revisited 2006   |

- 
- |       |                |   |
|-------|----------------|---|
| No.41 | 楊 義申           | 中国建設業の統計調査 2007   |
| No.42 | 杉田 武志          | 17世紀前半ロンドン東インド会社における監査担当役による監査の実態<br>2011                             |
| No.43 | 細井 謙一<br>中川 義之 | 親子間の消費に関する価値観共有研究の再考<br>—山岸（1999）を手がかりに— 2011                         |
| No.44 | 細井 謙一<br>中川 義之 | Family policy を念頭に置いた消費者の消費選択と社会的相互作用の関係<br>に関わる調査 —「役割取得」の視点から— 2011 |
| No.45 | 細井 謙一<br>中川 義之 | Family policy を想定した消費者の消費に対する選択根拠に関する調査<br>—「特定の他者への配慮」の視点から— 2011    |
| No.46 | 櫻井 雅充<br>浦野 充洋 | 製造業 Y 社における給与計算業務改革 —ERP パッケージ導入がもたらした<br>仕事と役割の変容— 2012              |
| No.47 | 櫻井 雅充<br>浦野 充洋 | 製造業 Y 社における各種プロジェクトの設立 —プロジェクト活動を通じ<br>た人材育成— 2013                    |

#### (4) モノグラフ

- No. 1 片岡 幸雄 『中国における対外貿易論の新展開』1984

#### (5) 広島経済大学地域開発研究所研究報告

- No. 1 広島県における過疎地域に関する調査研究 1968  
 No. 2 広島県における芸北過疎地域調査と開発問題に関する研究 1969  
 No. 3 広島県の挙家離農地帯における農業再開調査 —広島県佐伯郡佐伯町の場合— 1970

#### (6) 地域開発研究資料

- No. 1 日隈 健壬 広島県における酒造業の経済構造 1972  
 No. 2 厚母 浩 中国縦貫自動車道沿線地域の経済構造  
 —グラビイーディ・モデルの適用— 1972  
 No. 3 中国縦貫自動車道沿線地域における住民の意識構造  
 —農村地域工業導入アンケート調査をふまえて— 1972  
 No. 4 備北地域における協業組織の実態調査 1973  
 No. 5 「市町村出版物」資料目録 —広島・岡山・山口・島根・鳥取— 昭和48年5月現在 1973  
 No. 6\* 「市町村出版物」資料目録 —広島・岡山・山口・島根・鳥取— 昭和50年4月現在 1975  
 \*研究所改組により、正しくは「地域経済研究資料 No. 6」

#### (7) 資料目録

- ・「市町村刊行物」目録 —中国五県— 昭和53年12月現在（1979）
- ・地域資料目録「正」 昭和56年12月現在（1981）
- ・「地域資料目録」追録 1981年12月～1984年12月受入（1985）

## 5 規 程

### (1) 広島経済大学地域経済研究所規程

#### 広島経済大学地域経済研究所規程

**第1条** この規程は、広島経済大学学則第52条に基づき、広島経済大学地域経済研究所（以下「研究所」という。）について定める。

**第2条** 研究所は、経済・経営をはじめとする諸科学の研究・調査及び広く地域に関する総合的研究・調査を目的とする。

**第3条** 研究所は、次の事業を行う。

- (1) 地域経済に関する情報・資料の収集と整理・運用及び研究者又は研究団体への研究機能の提供に関すること。
- (2) 『研究双書』、『研究所年報』、『研究報告書』などの編集・発行に関すること。
- (3) 科学研究費助成事業及びその他研究関連補助金に関すること。
- (4) 広島経済大学経済学会の次の事務に関すること。
  - ア 『研究論集』、『経済研究論集』の編集・出版
  - イ 研究集会及び講演会の開催
  - ウ その他、経済学会の活動に関すること。
- (5) 地域経済研究所委員会の事務に関すること。
- (6) 外国研修者選考委員会の事務に関すること。
- (7) 大学出版会に関すること。
- (8) 産学官連携の取り扱いに関すること。
- (9) その他、研究所の目的を達成するための必要事項

**第4条** 研究所に所長を置く。

2 所長は所務を掌理する。

**第5条** 研究所の所員は、専任教員（助手を含む。）をもって構成する。

**第6条** 研究所に学校法人石田学園校務組織・分掌規程第56条第4号に基づく地域経済研究所委員会を置き、研究所の運営その他の必要な事項について審議する。

**第7条** 研究所の事務処理をするため、事務部門を置く。

附 則

この規程は、平成9年12月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成11年4月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成14年4月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成16年4月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成21年4月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成23年4月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成25年4月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成27年4月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成27年6月1日から施行する。

附 則

この規程は、平成29年4月1日から施行する。

附 則

1 この規程は、平成30年4月1日から施行する。

2 第3条第1項第2号に規定する共同研究費助成の募集は、平成29年度停止し助成については平成31年度をもって廃止とする。

附 則

この規程は、平成31年4月1日から施行する。

---

(2) 広島経済大学研究双書の刊行に関する要項及び広島経済大学研究双書の刊行に関する申合せ事項

広島経済大学研究双書の刊行に関する要項

- 第1 学術上重要な研究成果であって、出版が著しく困難と認められるものを「広島経済大学研究双書」（以下「双書」と称する。）として発表する。ただし、課程博士論文は除く。
- 第2 双書は、広島経済大学地域経済研究所（以下「研究所」という。）から刊行するほか、市販が適当と思われる優れた研究成果については、市中の出版社から刊行する。
- 第3 双書は、単著または共著とする。
- 第4 双書の執筆者は、広島経済大学（以下「本学」という。）の専任教員及びそれに準ずるものとする。
- 第5 双書の執筆者1人当たりの執筆回数は、原則として2冊までとする。
- 第6 双書の刊行を希望する者は、双書刊行の前年度の9月末日までに研究所所長に、別記様式第1号により申し出ることとする。
- 第7 双書の刊行を希望する者は、双書刊行年度の9月末日までに完成原稿を研究所所長に提出することとする。
- 第8 提出された原稿を双書として刊行することの可否を審査するために、審査委員会を置く。審査委員会は、研究所所長（委員長）、地域経済研究所委員会（以下「委員会」という。）委員及び提出された原稿の内容に関係する分野を専門とする教員2人をもって構成する。なお、専門の教員の選出については、当該学科または部会の主任に委嘱することとする。
- また、双書を市中の出版社から刊行する場合には、審査委員会は、提出された原稿の内容に精通した学外の研究者（以下「査読者」という。）の意見を求めなければならない。審査委員会は、原稿が提出され次第審査することとする。
- 第9 査読者に対して支払う謝金は、執筆者の個人研究費から支出することとする。
- 第10 双書を市中の出版社から刊行する場合の出版社は、委員会と協議のうえ、執筆者が決定するものとする。なお、双書刊行に関する出版社との契約は、学園理事長が行うものとする。
- 第11 審査委員会において刊行を認められた原稿の刊行は、完成原稿が研究所所長に提出された順序に従う。なお、予算の関係上刊行できない場合は、次年度において優先的に刊行する。
- 第12 双書には、研究所刊行と出版社刊行を通じて、通し番号を付けるものとする。なお、出版社刊行の双書には、本学の援助により刊行したものであることを明記することとする。
- 第13 著作権は、著作者本人にある。
- 第14 本件の運営に関する諸事項は、研究所が取り扱う。

附 則

この要項は、平成2年4月1日から施行する。

附 則

この要項は、平成9年4月1日から施行する。

附 則

この要項は、平成9年12月1日から施行する。

附 則

この要項は、平成11年4月1日から施行する。

附 則

この要項は、平成14年4月1日から施行する。

附 則

この要項は、平成16年4月1日から施行する。

附 則

この要項は、平成25年4月1日から施行する。

---

## 広島経済大学研究双書の刊行に関する申合せ事項

第1 「研究所」刊行の「双書」1冊の標準頁数は、A 5版150～200頁とし、経費はおおむね100万円とする。前記標準頁数を超えるときは、相応の経費の負担を執筆者に求めることがある。

発行部数は500部とし、50部を著作者に交付し、残部は学内外に寄贈する。ただし、著作者は、寄贈用として前記50部以外に若干部数の増刷を申し出ることができる。その場合には、増刷分の経費を著作者が負担することとする。

第2 「研究所」刊行の「双書」は、再版しない。ただし、所定の発行部数の発行後に、著作者において出版することを妨げない。この場合は、事前に研究所所長に届け出るとともに、「あとがき」等において、当初「広島経済大学研究双書第〇冊」として刊行されたものであることを明記する。

第3 出版社刊行の「双書」1冊の標準頁数は、A 5版200～250頁とし、表紙はハードカバーとする。経費は150万円を限度とし、それを超える額は、執筆者の負担とする。

発行部数のうち200部を「本学」が引取り、150部以内で寄贈するとともに、必要部数を「研究所」に保存する。

なお、初版については、著作者は印税を受け取らないこととする。再版以降については、著作者と出版社が協議のうえ決定する。

第4 出版社から「双書」を刊行する場合の「査読者」に対する謝金は、5万円とする。

附 則

この申合せ事項は、平成14年4月1日から施行する。

附 則

この申合せ事項は、平成25年4月1日から施行する。

(3) 広島経済大学出版会規程及び広島経済大学出版会の事業に関する要項

## 広島経済大学出版会規程

〔平成25年5月20日制定〕

(設置)

第1条 広島経済大学（以下「本学」という。）に、広島経済大学出版会（以下「出版会」という。）を置く。

(目的)

第2条 出版会は、学術関連図書及び教科書等の編集・刊行・頒布（電子媒体によるものを含む。）を通じて、本学の研究・教育成果を広く社会に公開することにより、本学の研究・教育の活性化を図るとともに、学術・文化の振興及び社会の発展に寄与することを目的とする。

(英文名称)

第3条 出版会の英文名称は、Hiroshima University of Economics Press とする。

(事業)

第4条 出版会は、次の各号に掲げる事業を行う。

- (1) 学術関連図書及び教科書等に関する書籍の編集・刊行・頒布（電子媒体によるものを含む。）
- (2) その他出版会の目的を達成するために必要な事業

(会長)

第5条 出版会に会長を置き、学長をもって充てる。

(出版委員会)

第6条 出版会に出版委員会（以下「委員会」という。）を置く。

- 2 委員会の委員は、学長が委嘱する。
- 3 委員会は、出版会の事業計画及び運営に関する事項を審議する。

(事務)

第7条 出版会の事務は、地域経済研究所が処理する。

(その他)

第8条 この規程に定めるもののほか、出版会の運営に関し必要な事項は別に定める。

附 則

この規程は、平成25年4月1日から施行する。

---

## 広島経済大学出版会の事業に関する要項

(趣旨)

**第1条** この要項は、広島経済大学出版会（以下「出版会」という。）が行う事業に関し、必要な事項を定める。

(事業)

**第2条** 出版会は、以下の書籍の編集・刊行・頒布を行う。

- (1) 学術関連図書
- (2) 教科書（本学で使用する教科書に限る）
- (3) 学生作品
- (4) その他

(出版申請書の募集・提出)

**第3条** 出版会は毎年度、第2条に掲げる書籍を出版会から刊行することを希望する者（以下この者を「申請者」という。）を募集する。ただし、原則として編著者は広島経済大学（以下「本学」という。）の教職員及び学生に限るものとする。

- 2 申請者が本学の教職員で、第2条に掲げる学術関連図書、教科書等を出版会から刊行しようとする場合には、原則として刊行希望の前年度の9月末日までに、別記様式1の出版申請書（以下「申請書」という。）を地域経済研究所に提出しなければならない。
- 3 申請者が本学の学生で、第2条に掲げる学生作品を出版会から刊行しようとする場合には、学務センター、興動館などの担当部署を通じて、原則として刊行希望の当該年度の6月末日までに、別記様式2の出版申請書を地域経済研究所に提出しなければならない。

(審査・査読)

**第4条** 広島経済大学出版委員会（以下「委員会」という。）は、第3条により提出された申請書に係る図書（以下「申請図書」という。）について、次の各号に掲げる要件に適合しているか否かを審査する。

- (1) 申請図書が、第2条に定める図書に該当すること。
- (2) 申請者が申請図書の編著者であること（次号の場合を除く。）。
- (3) 申請者が共同の編著者の場合は、申請図書の執筆及び作成に相応の貢献をしていると認められること。
- (4) 申請書に従った申請図書の出版が期待できること。
- (5) 申請図書の刊行目的及び内容が、本出版会の設置目的に適合していること。
- (6) その他委員会が必要と認める要件に適合していること。
- 2 委員会は、原稿が提出され次第、審査することとする。
- 3 委員会は、原則として査読を行うものとする。なお、学生作品は査読を省略することができる。査読を行う場合には、申請図書の内容に精通した学内の複数の研究者に意見を求めなければならない。ただし、必要に応じて学外の研究者に意見を求めることもある。
- 4 委員会は、審査を行う際に必要と認めるときには、申請者に対し、口頭または文書により、申請書に関して説明を求めることができる。

(採択)

**第5条** 委員会は、申請図書の審査をして、刊行する図書を採択する（以下採択された図書を「採択図書」という。）。

- 2 委員会は、必要と認めるときは、条件を付して採択することができる。

---

(通知等)

第6条 委員会は、前条による採択の結果を、申請者に通知しなければならない。

- 2 前項による通知の場合において、採択されなかった申請図書については、申請者にその理由を示さなければならない。

(刊行経費)

第7条 採択図書の刊行は、原則として出版会の刊行経費によるものとする。

- 2 出版会は、採択図書の刊行に必要な経費を毎年度、予算要求するものとする。
- 3 刊行経費は、原則として1冊あたり100万円未満とする。刊行経費が100万円以上の場合には、委員会で審議して、必要経費を予算要求するものとする。
- 4 科学研究費補助金（研究成果公開促進費）等、出版会以外の外部資金で刊行することができるものとする。
- 5 学生作品等の刊行経費は、原則として担当部署の予算によるものとする。

(編著者負担金)

第8条 採択図書の種類を問わず、編著者負担金を徴収しないものとする。

(製造請負契約)

第9条 出版会は、採択図書の製造請負契約を締結しなければならない。

(定価設定)

第10条 刊行物の定価は、刊行経費、購入予定者数、類書の価格水準などを考慮して、出版会が定める。

(著作物の販売)

第11条 出版会は、著作物の販売にあたって、書店等を通じて行うほか、直接販売を行う。

- 2 書店等を除く個人及び機関等への直接販売にあたっては、定価及び送料を徴収するものとする。

(著作権、原稿料・印税)

第12条 著作権は、出版会に譲渡するものとする。

- 2 出版会は、編著者に原稿料・印税を支払わないこととする。

(事務)

第13条 本件の運営に関する事務事項は、地域経済研究所が取り扱う。

(その他)

第14条 この要項に定めるもののほか、出版会が行う事業に関して必要な事項は、委員会が別に定める。

附 則

この要項は、平成25年4月1日から施行する。

## 令和元年度地域経済研究所委員会

野北 晴子（委員長）

山根智沙子（経済学科）

岡田 斎（経営学科）

岡安 功（スポーツ経営学科）

石野 亜耶（ビジネス情報学科）

中村 克洋（メディアビジネス学科）

高石 哲弥（教養教育部）

本岡亜沙子（教養教育部）

## 事務部

所 長 細井 謙一（兼務）

部 長 西川 英治（兼務）

次 長 大内 和美

課長補佐 平本 和美

## 広島経済大学地域経済研究所年報

第 22 号

印刷 令和2年7月31日

発行 令和2年7月31日

編集発行 広島経済大学地域経済研究所

〒731-0192

広島市安佐南区祇園五丁目37番1号

TEL 082-871-1000(代)

印刷所 株式会社ニシキプリント

〒733-0833

広島市西区商工センター七丁目5番33号

TEL 082-277-6954