

「根津・千駄木下町まつり」  
利用実態調査報告書

平成 22 年 3 月

東洋大学国際地域学部国際観光学科  
東海林ゼミ（3年生）

## 目 次

1 調査目的	2
2 アンケート調査の実施方法	2
(1) 日時	
(2) 場所及び被験者数	
(3) 実施体制	
(4) 調査項目	
(5) アンケート方法	
3 調査結果	3
(1) 被験者数	
(2) 各質問項目ごとの集計結果 (単純集計)	
(3) 各質問項目間のクロス集計結果	
(4) 調査結果のまとめ	
4 参考資料	27
(1) 調査票	
(2) ミニガイド	29
(3) 出店事業関係記事等	30
(4) 調査を終えて (各ゼミ生の感想)	32

## 1 調査目的

本調査は、文京区において実施・開催されている「根津・千駄木下町まつり」の利用実態を明らかにし、もって下町まつりのより一層の活性化方策の検討に貢献することを目的として、学生が OJT を兼ねたゼミの自主研究活動として実施したものである。

## 2 アンケート調査の実施方法

### (1) 日時

平成 21 年 10 月 24 日（土）～25 日（日）

### (2) 場所及び被験者数

おまつりのメイン会場である根津神社において実施した。被験者数は 146 人である。

### (3) 実施体制

東洋大学国際地域学部国際観光学科・東海林ゼミの 3 年生 25 人が、東海林克彦教授及び文京区役所根津地域活動センターの山下穰所長の指導を受けながら実施した。

### (4) 調査項目

調査目的及び作業量等を踏まえて、主な調査項目は次のとおりとした。

- ・ 被験者の属性（性別、年齢、職業）
- ・ 発地、交通手段
- ・ 同伴者
- ・ 下町まつりのことを知った手段（広報媒体）
- ・ 来訪回数、来訪理由、滞在時間
- ・ サブ会場の利用実態
- ・ 下町まつりの魅力（メイン・サブ会場）
- ・ 下町まつり全体の改善点
- ・ 消費金額（会場内、文京区内）
- ・ パンフレット等による情報の入手方法

<調査項目設定のねらい>

- ①有効な情報伝達手段を探る。  
どこで、どのようなパンフレット等を見て下町まつりを知ったのか。
- ②参加行動の生起要因を探る。  
どのような理由でおまつりに来たのか。
- ③おまつりの事業内容の長所や短所を探る。  
何が魅力的であったか。また、何が不満や期待はずれだったのか。
- ④リピート利用の可能性を探る。  
これまでに何回来たことがあるのか。
- ⑤他の場所への立ち寄りの有無（地域全体への波及効果など）を調べる。  
他に訪ねたところはあるか、これから立ち寄る予定はあるか。
- ⑥消費金額を調べる。  
何にいくらぐらい使ったのか。

**(5) アンケート方法**

おまつりのメイン会場である根津神社において、利用者に対する「直接聞き取り」方式により実施した。

**3 調査結果**

**(1)被験者数**

被験者数の総数は147人であった。また、回答者全体の平均年齢は38.7歳であった。

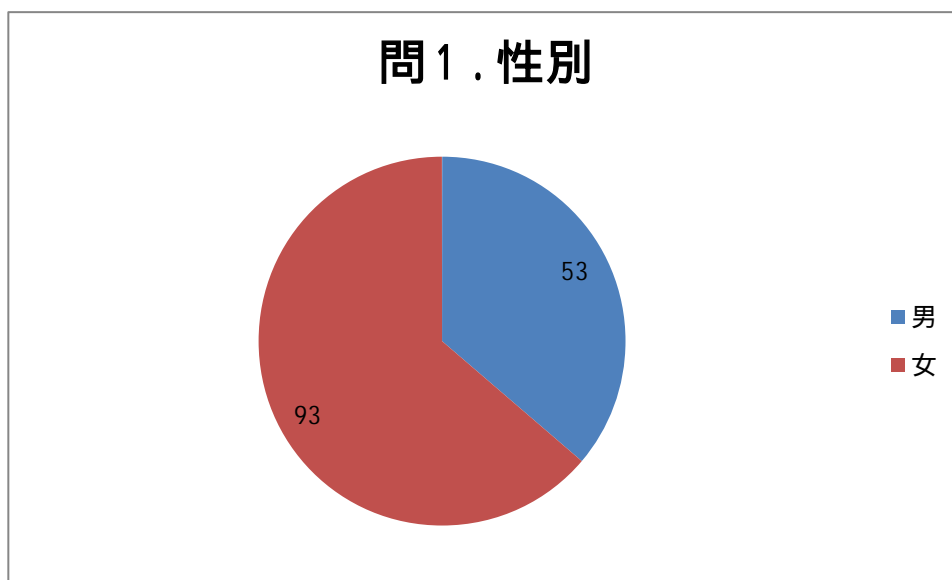
当初の被験者の目標数は計200人であったが、結果は147人とどまっている。これは、おまつりの2日目に当たる25日(日)の午前中が雨であったことから利用者が少なかったこと、1人当たりの調査時間(回答時間)が約30分前後を要したこと(アンケート質問項目以外のことについて尋ねられることが多かった)等によるものである。

**(2)各質問項目ごとの集計結果(単純集計)**

各質問項目ごとの単純集計結果は、次のとおりである。なお、一部の質問について回答をもらえなかった被験者もいたことから、各質問項目ごとに回答者数に若干の差が生じている。

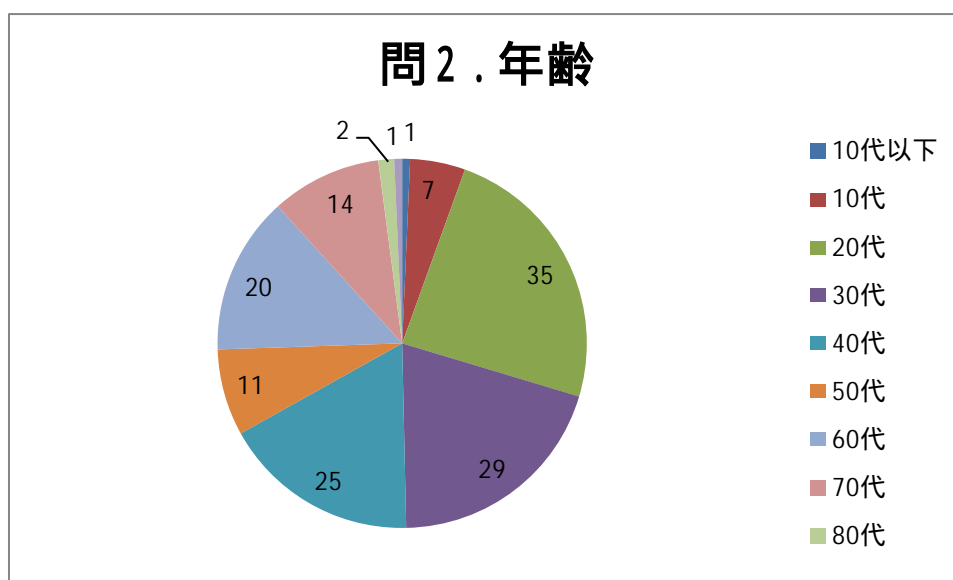
## ①来場者の属性

### 1) 性別



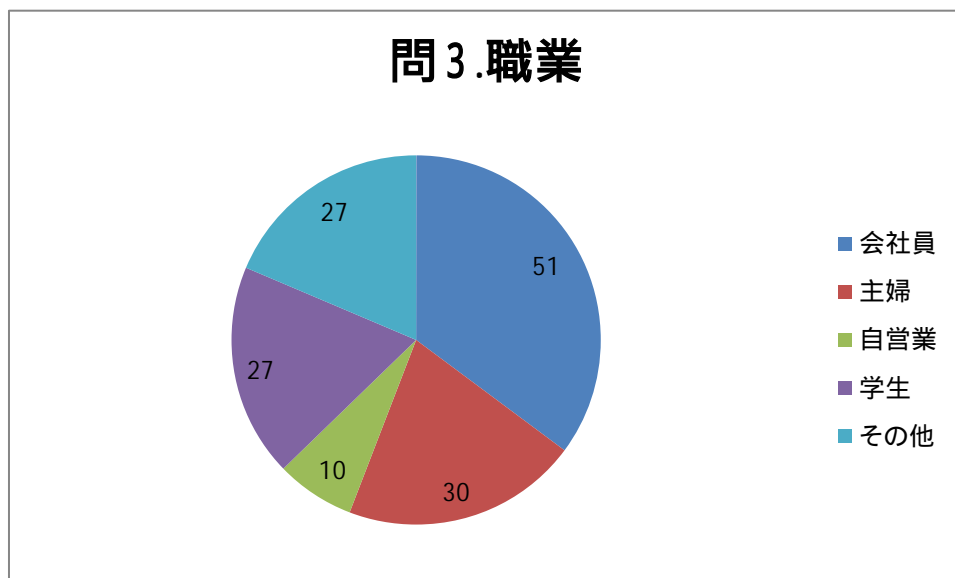
※注 女性の方が調査に協力してくれる人が多かったことから、その割合が多くなっているものである（女性の利用者が多いことを示しているものではない）。

### 2) 年齢



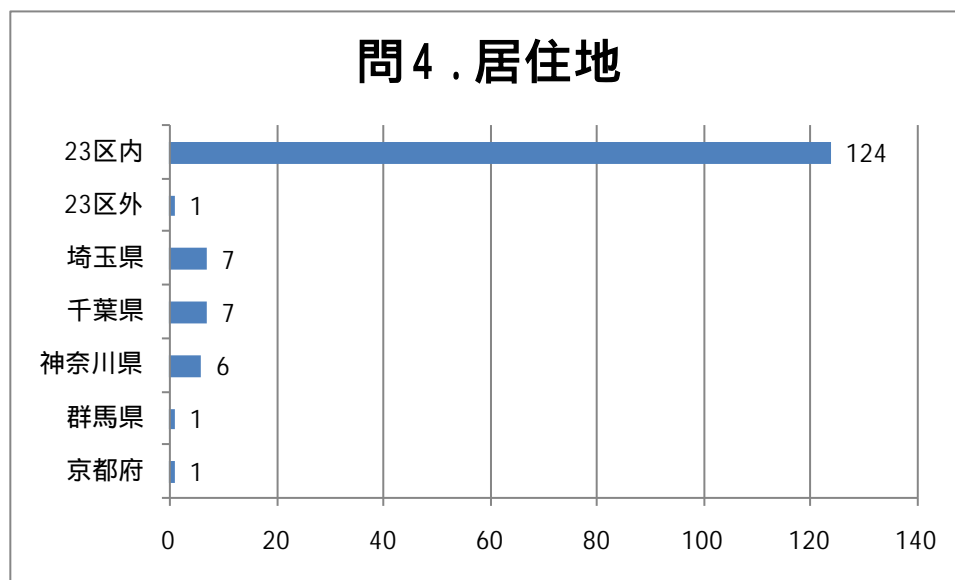
回答者 144 人の平均年齢は、38.7 歳であった。下町まつりは、10 代～80 代と幅広い年齢層に利用されている傾向が読み取れる。

### 3)職業



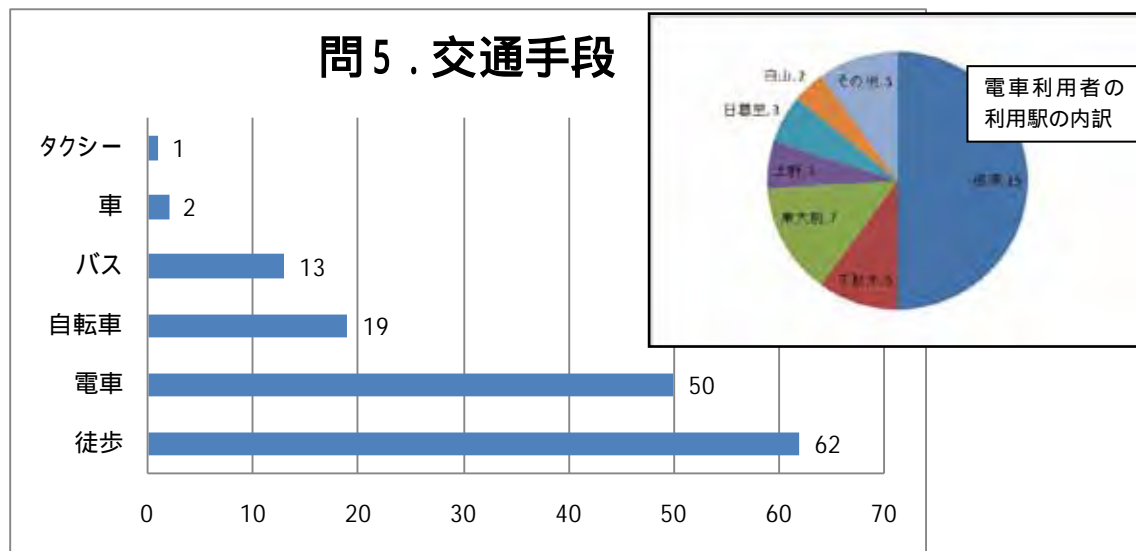
回答者数 145 人中、会社員が 51 人（35%）を占めており、次いで主婦が 30 人（21%）と多かった。

### ②居住地



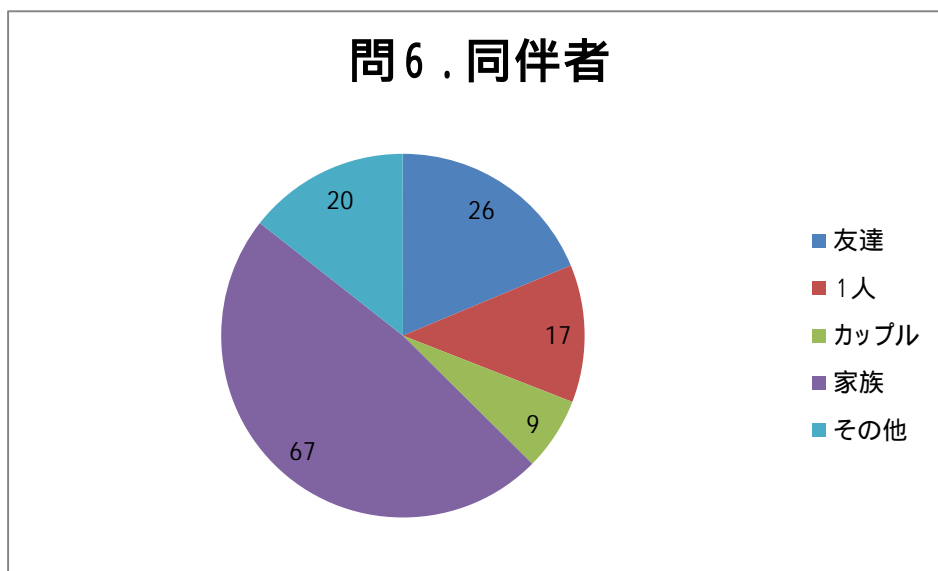
23 区内からの利用者が多く、根津、千駄木付近に住んでいる人々が利用者の回答者 147 人中の 124 人（84%）を占めていた。また、遠方からの利用者は近隣の都道府県が多く、関東圏域以外の利用者は極めて少なかった。根津・千駄木の下町風情をより多くの人に楽しんでもらえるように、23 区外在住の人々に対する広報宣伝をどうするかが、今後の課題であると考えられる。

### ③交通手段



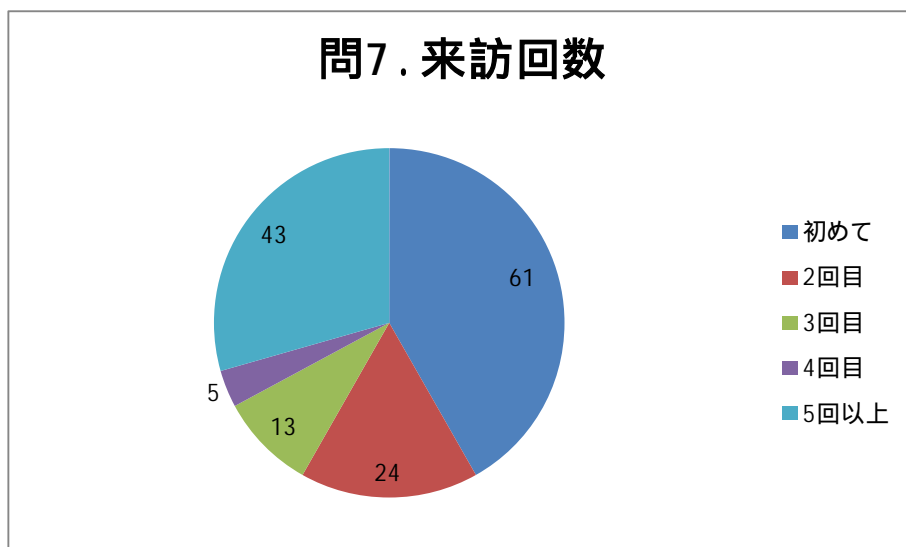
徒歩での利用が回答者 147 人中の 62 人 (42%) と一番多く、次に電車の利用者が 50 人 (34%) となっていた。徒歩利用が利用者全体の 42% を占めていることから、下町まつりは、根津神社の近隣に住んでいる人の利用が多くなっているものであると考えられる。また、電車利用者 50 人中の 25 人 (50%) は根津駅を利用しており、次いで東大前 (14%、千駄木駅 (10%) であった。

### ④同伴者



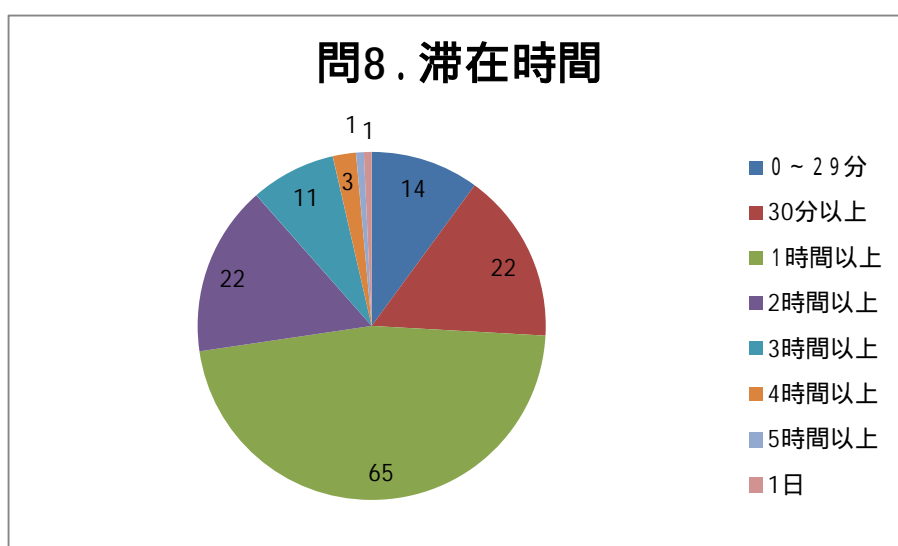
家族との来訪が回答者 139 人中の 67 人 (48%) と一番多く、次いで友達との来訪が 26 人 (19%) と多かった。また、実際におまつりの会場における利用状況を見ると、出し物に多くの子供が参加しており、親子連れの姿が多く見受けられた。アットホームなおまつりであることを示していると考えられる。

## 5. 来訪回数



初めて来訪する人が回答者 146 人中の 61 人（42%）を占めていた。その一方で、5 回以上訪れている人も 43 人（29%）を占めていた。利用者の 84% が根津・千駄木一帯を中心とする 23 区内の住民であったことから、下町まつりは、地域住民には広く認知されてリピート利用が行われている恒例行事になっているようである。また、42% を占めていた新規の利用者がリピーターになってくれるような工夫をすることにより、おまつりの総利用者数のより一層の増加を期待できる可能性があることが分かった。

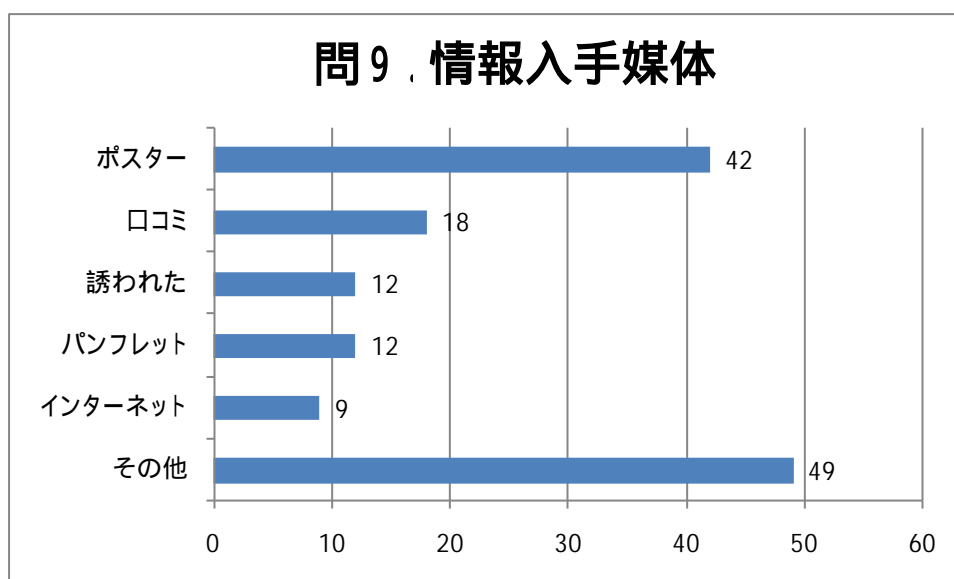
## ⑥滞在時間



滞在時間は、1～2 時間以内の利用が最も多く、回答者 139 人中の 65 人（47%）を占めていた。また、次いで、1 時間以内が 36 人（26%）、2～3 時間以内は 22 人（16%）であった。1 人当たりの平均滞在時間は 1.7 時間である。



## ⑦情報入手媒体



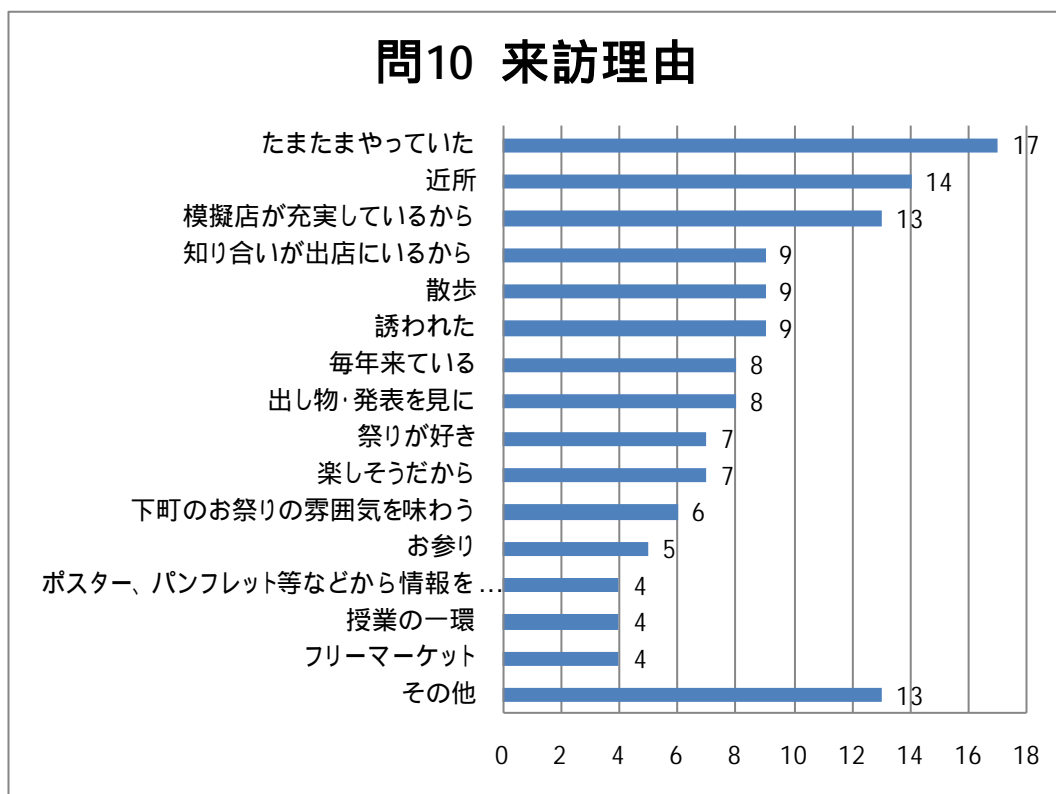
ポスターから情報を得ている人が回答者 142 人中の 49 人 (35%) と最も多かった。一方、パンフレットは 12 人 (8%) と少なく、相対的にはポスターの効果の大きいことが分かった。なお、その他の内訳は、次のとおりである。

<その他>

- ・地元なので、もともとから知っている
- ・通りすがり
- ・京急線の電車の中吊り
- ・子供の幼稚園のお知らせ
- ・東京メトロだより
- ・新聞や区の広報紙等

なお、少数意見ではあったが、文京区のホームページにおいて「下町まつり専用のホームページ」を作り、地域行事を紹介する様々なホームページとのリンクを充実し、若い人達の参加を増やすべきだという意見が見受けられた。

## ⑧下町まつりに行こうと思った理由



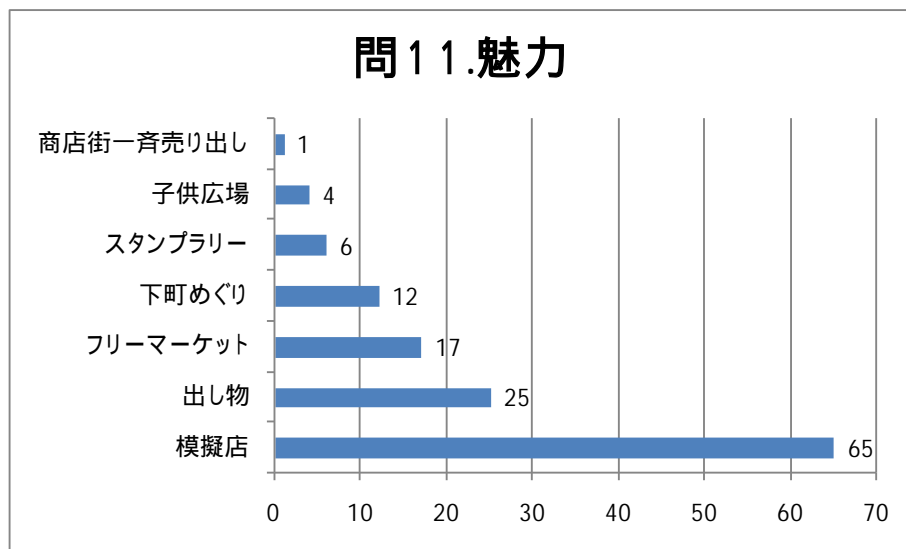
ほとんどの利用者に共通するような来訪理由（動機）はなく、積極的な来訪理由の中で一番多かった「模擬店が充実しているから」という理由でさえも回答者 137 人中の 13 人（9%）を占めているに過ぎず、おまつりを見に来る理由は利用者によってケースバイケースであることが伺えた。

しかし、「おまつりが好き（7 人、5%）」、「模擬店が充実している（13 人、9%）」、「下町の雰囲気を味わう（6 人、5%）」などといった多様な理由が挙げられていることを見ると、利用者の多様なニーズを満たすことが可能な気軽に参加できる身近なおまつりになっているとも考えられる。

#### <その他の来訪理由>

- ・ 出し物に出るため
- ・ スタンプラリーに参加するため
- ・ 史跡、国宝巡り
- ・ 写真を撮るため など

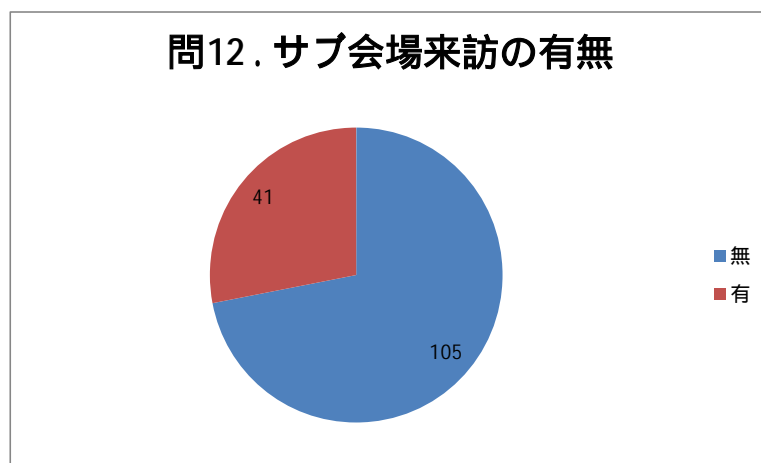
## ⑨魅力



下町まつりの魅力については、模擬店と答える人が一番多く、回答者130人中の65人（50%）を占めていた。次いで出し物が25人（19%）、フリーマーケットが17人（13%）、下町めぐりが12人（9%）であった。出し物のメニューはかなり充実した魅力あるものになっていると考えられるが、模擬店については、常時、利用できるという利点があることから、出し物に比べて、魅力を感じている人の人数が約2.6倍になっているのではないかと考えられる。

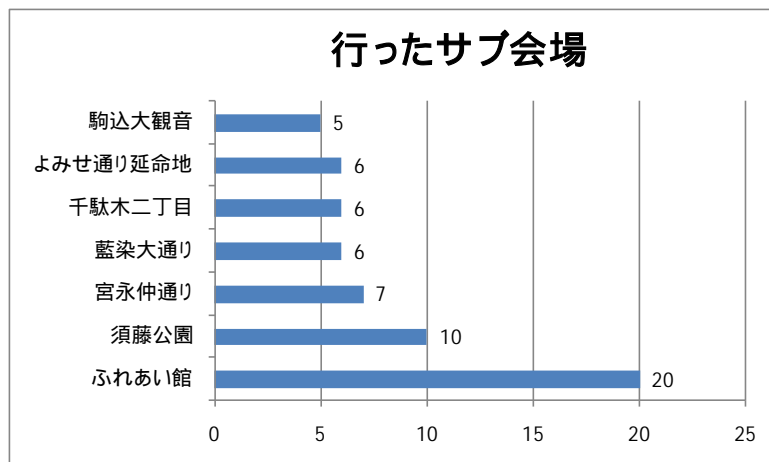
## ⑩サブ会場への来訪

### 1)サブ会場への来訪の有無



サブ会場を訪れた人はメイン会場に来ていた回答者146人中の41人（28%）であり、行っていない人が105人（72%）を占めていた。本調査はメイン会場のみで行っていることからサブ会場のみを利用者を把握できていないが、予想以上にサブ会場の利用率は低調であり、今後は、サブ会場の利用率を上げるための工夫が必要であると考えられる。

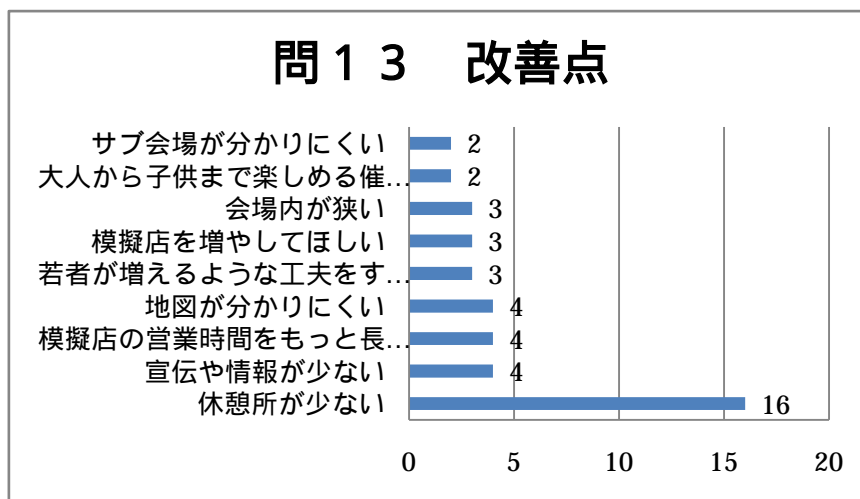
## 2)行ったことのあるサブ会場（複数回答）



サブ会場を訪れた回答者 41 人中、不忍通りふれあい館への来訪が 20 人（49%）と最も多かった。不忍通りふれあい館では伝統工芸展、お囃子、下町寄席が行われており、伝統工芸展に行く人が多かったためであると考えられる。

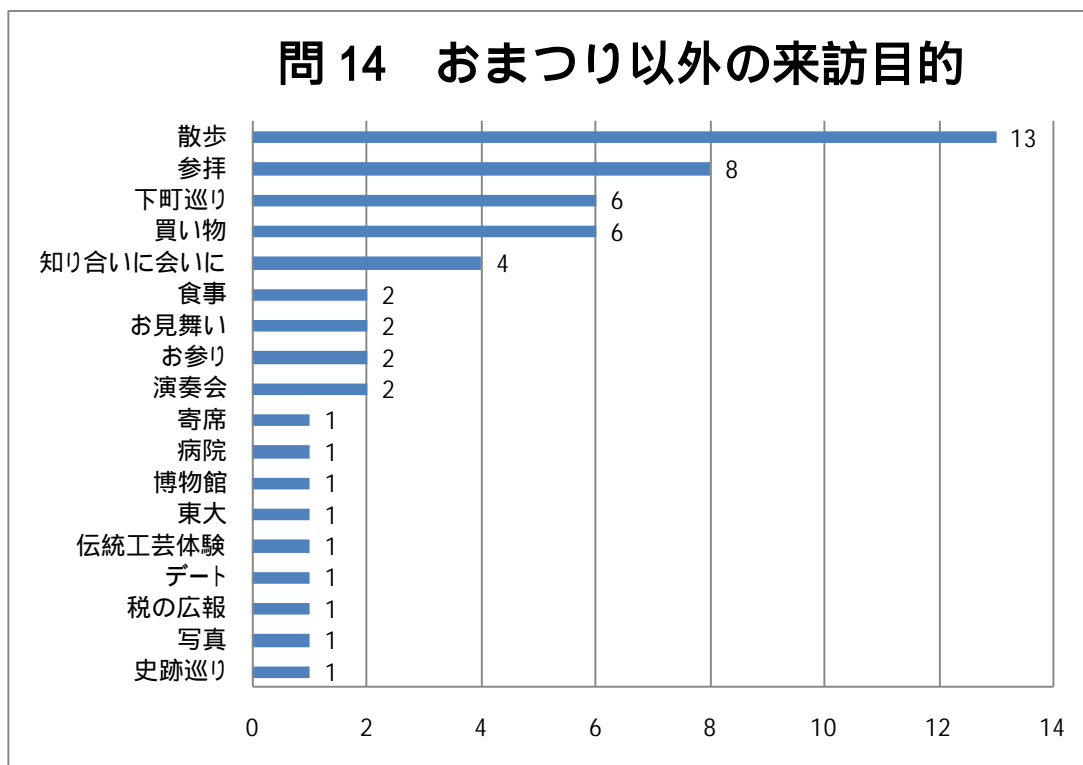
なお、サブ会場の魅力等についての質問についても実施したが、自由記述方式であったためか、有効な結果が得られなかった。

## ①改善点（複数回答）



下町まつり全体を通しての改善点を自由記述方式で答えてもらった結果である。回答者 38 人中「休憩所が少ない」という意見が 16 人と一番多く、改善意見を出してくれた利用者の 42%を占めていた。根津神社の境内には、模擬店等が立ち並んでいることから、スペース的な余裕が少ないのは確かである。しかし、模擬店に魅力を感じてきている人達が回答者の 50%を占めていることを考慮すると、簡易な施設でも構わないと思われるが、座って飲食ができるコーナーを少しでも多く確保できるようにすることが、おまつりの魅力をより一層高めるうえでの今後の課題になるのではないかと考えられる。

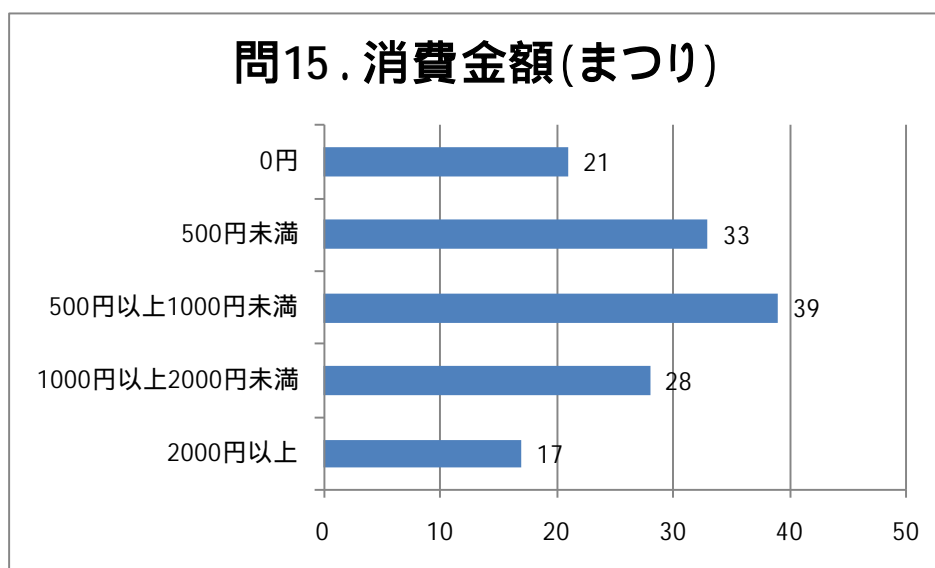
⑫おまつり以外の来訪目的



おまつり以外の来訪目的を挙げた人は、回答者 146 人中の 54 人 (37%) であった。おまつり以外の来訪目的を挙げた人の内訳は、多い順に、散歩が 13 人 (24%)、参拝が 8 人 (15%)、下町めぐりが 6 人 (11%)、買い物が 6 人 (11%) であった (注：カッコ内の%はおまつり以外の来訪目的を挙げた回答者 54 人中の割合)。

⑬消費金額

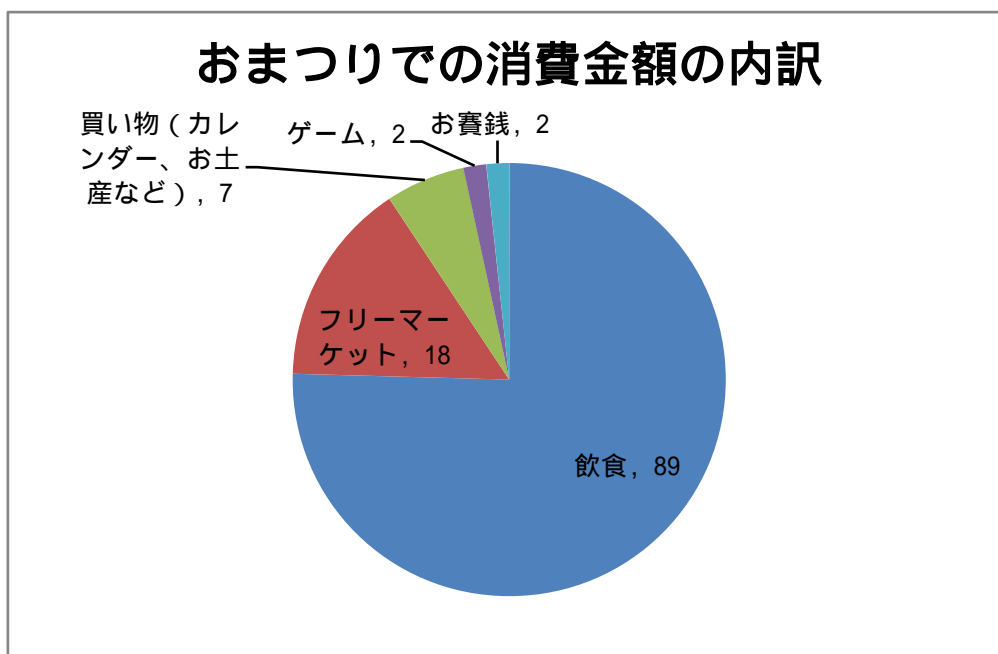
1)おまつりでの消費金額



1人当たりの概算消費金額は、平均885円であった。従って、おまつりの利用者数が11万人であると仮定すると、利用者全体での消費金額の総合計は約974万円となる。おまつりの実施に要した直接経費を上回る経済効果を発揮しているとともに、また、根津・千駄木地区の知名度の向上などの金銭には換算し難い有形・無形の効果もあることから、このおまつりは、地域の振興にとって相当程度の効果を発揮しているものであると考えられる。

また、おまつりでの消費金額で一番多かったのは「500円以上1000円未満」であり、回答者138人中の39人(28%)、次いで「500円未満」が33人(24%)、「1000円以上2000円未満」が28人(20%)であった。消費金額は比較的少額であったが、模擬店で売られているものの価格設定が安価であること、1人当たりの平均滞在時間が1.7時間と短いこと等が、その理由として考えられる。しかし、このように消費金額が少額であることは、地域に密着した手作りのおまつりであることの表れでもあり、老若男女に親しまれる等身大のおまつりとしての魅力になっているのではないかと考えられる。

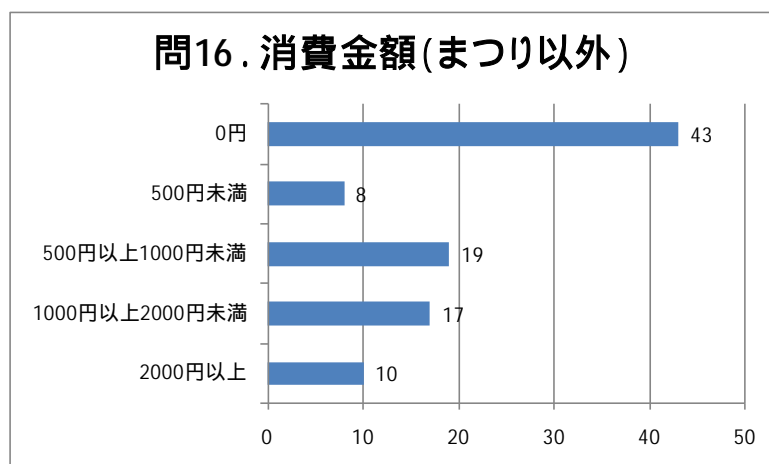
## 2)消費金額の内訳



模擬店の飲食での消費が最も多く、回答者118人中の89人(75%)にのぼっていた。フリーマーケットは18人(15%)、買い物は7人(6%)、ゲームは2人(2%)と少なく、模擬店が利用者の消費行動の大部分を占めているようである。おまつりにおける模擬店の重要性を読み取ることができる。

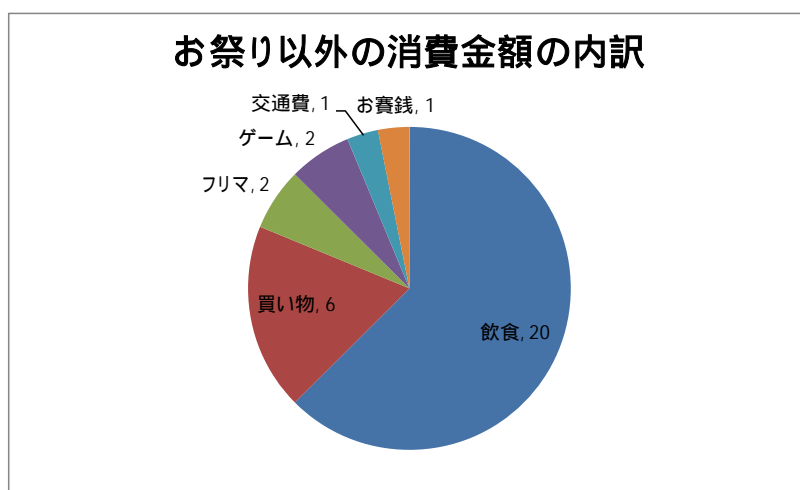
## ⑭おまつり以外での消費金額

### 1) おまつり以外での消費金額



おまつり以外の消費金額については、質問に具体性がなかったためか回答者 147 人中の 50 人 (34%) から具体的な回答が得られなかった。しかし、回答が寄せられた 97 人のうち「0円」と回答した人が 43 人 (44%) と最も多く、次いで「500円以上 1000円未満」が 19 人 (20%)、「1000円以上 2000円未満」が 17 人 (18%) であった。この結果及び次の消費金額の内訳を見る限りにおいては、地元商店街への直接的な経済波及効果は、飲食関係を除いて、それほど期待できるものではないことが伺えた。地域の名物や名店を積極的に紹介すること等により、地元商店街で買い物をしたいと思わせるような工夫が必要であると考えられる。

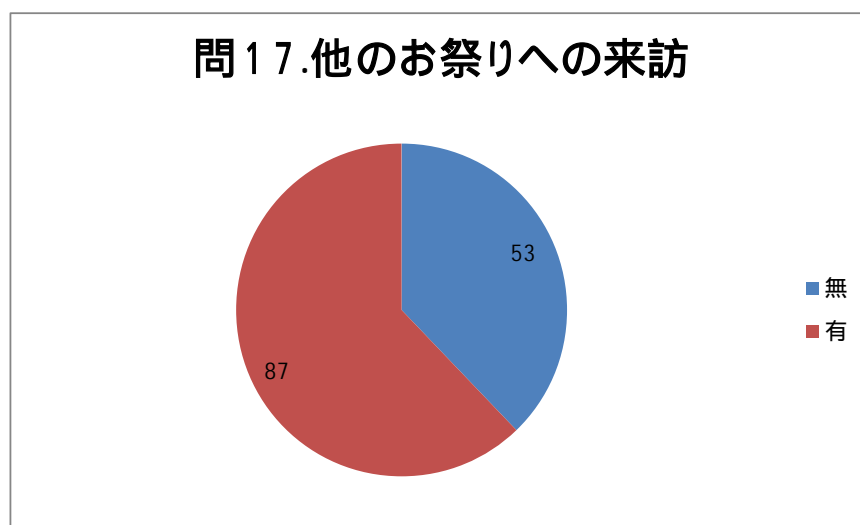
### 2) 消費金額内訳



回答者 32 人中、飲食を挙げる人が 20 人 (63%) と最も多く、次いで買い物が 18% であった。なお、質問に具体性がなかったためか回答該当者 97 人中の 32 人 (33%) からしか具体的な回答が得られなかった。

⑮その他

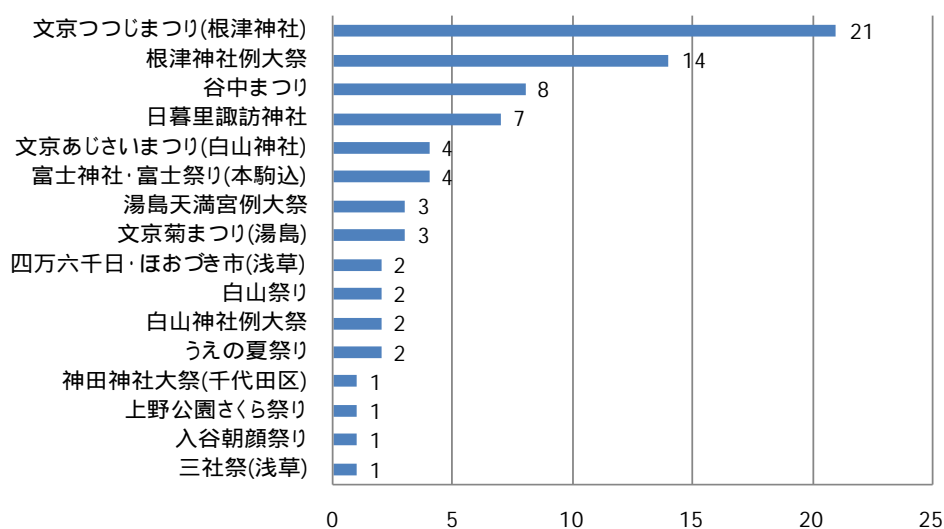
1) 文京区周辺の他のお祭りへの参加経験



他のおまつりに行ったことがある人が、回答者 141 人中の 87 人（62%）を占めていた。

2) 行ったことのある他のお祭り（複数回答）

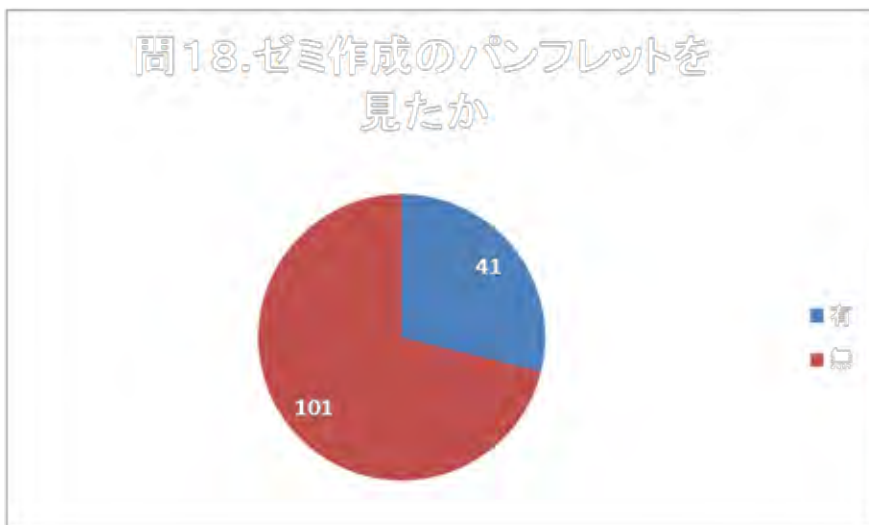
**問17 文京区周辺で行ったことのある祭り**



他のおまつりに行ったことのあると回答した人（76 人）のほとんどに共通するおまつりは少なく、全体的に分散傾向にあった。その中でも、文京区つつじまつりが回答者 76 人中の 21 人（28%）と最も多く、次いで根津神社例大祭が 14 人（18%）、谷中まつりが 8 人（11%）であった。

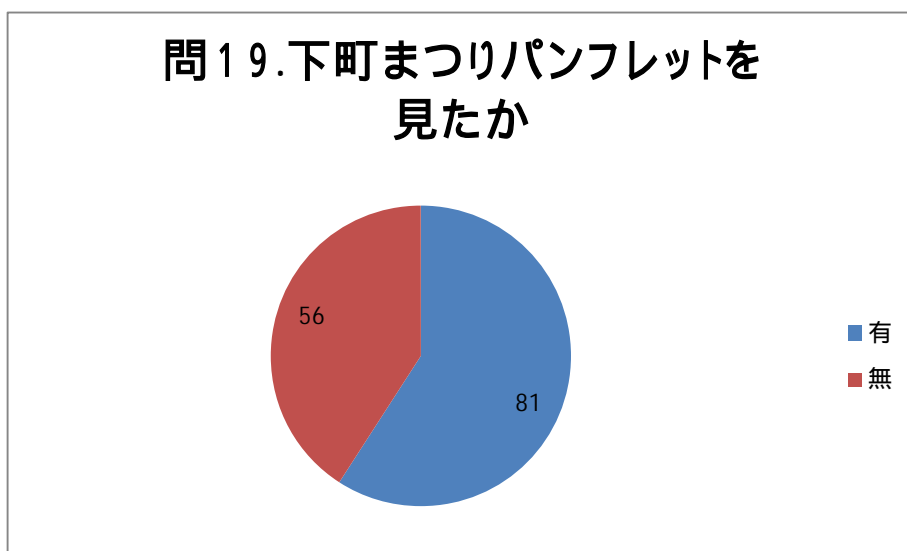


### 3) 東海林ゼミ作成のパンフレット



事前にいろいろな場所に設置し、会場内でも配布していたのだが、パンフレットを見たことのある人は回答者 142 人中の 41 人 (29%) にとどまっていた。次年度は、配置場所の見直しを検討する必要があると考えられる。なお、本アンケート調査中にパンフレットが欲しいという数多くの声が寄せられており、実際に受け取った利用者の評判も良かったことから、配布方法を工夫することにより、本ゼミ作成のパンフレットの周知率の向上を期待できるのではないかと考えられる。

### 4) 下町まつり実行委員が作成したパンフレットを見たか

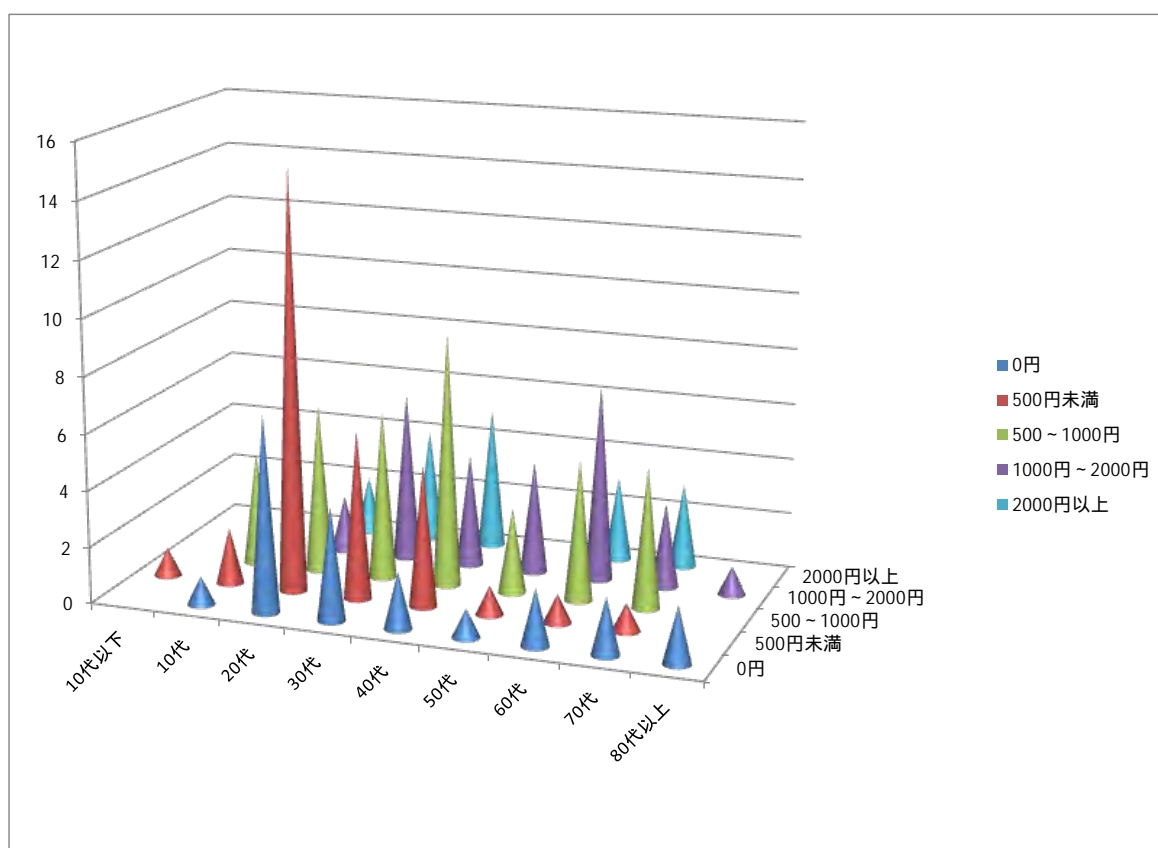


見たことのある人は回答者 137 人中の 81 人 (59%) に上っており、東海林ゼミ作成のパンフレットの約 2 倍の周知率であった。区設掲示板など様々な場所で掲示されていたことが、功を奏していたようである。

### (3)各質問項目間のクロス集計結果

#### ①年齢と消費金額

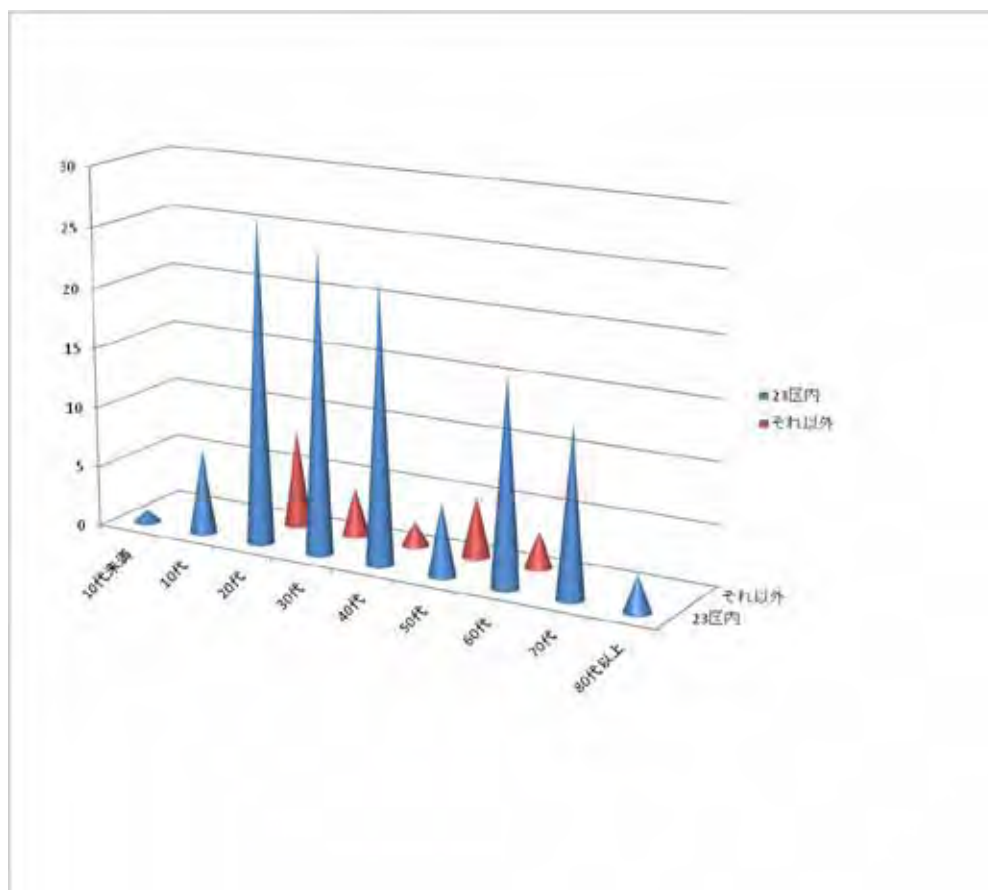
年齢	消費金額					総計
	0円	500円未満	500～1000円	1000円～2000円	2000円以上	
10代未満		1				1
10代	1	2	4			7
20代	7	15	6	2	2	32
30代	4	6	6	6	4	26
40代	2	5	9	4	5	25
50代	1	1	3	4		9
60代	2	1	5	7	3	18
70代	2	1	5	3	3	14
80代以上	2			1		2
総計	21	32	38	27	17	135



40代以上の高年齢者の方が、若い世代よりも比較的消費金額が多い傾向が伺えた。なお、20代は500円未満の消費金額の利用者がその世代の約半数を占めている。全体的には、模擬店での飲食物の購入などの割合が多かったためと思われるが、どの年代についても比較的消費金額は少額であった。これは、高額な消費をしなくとも、老若男女が楽しめるおまつりになっていることが、その理由ではないかと考えられる。

②年齢と住所のクロス集計

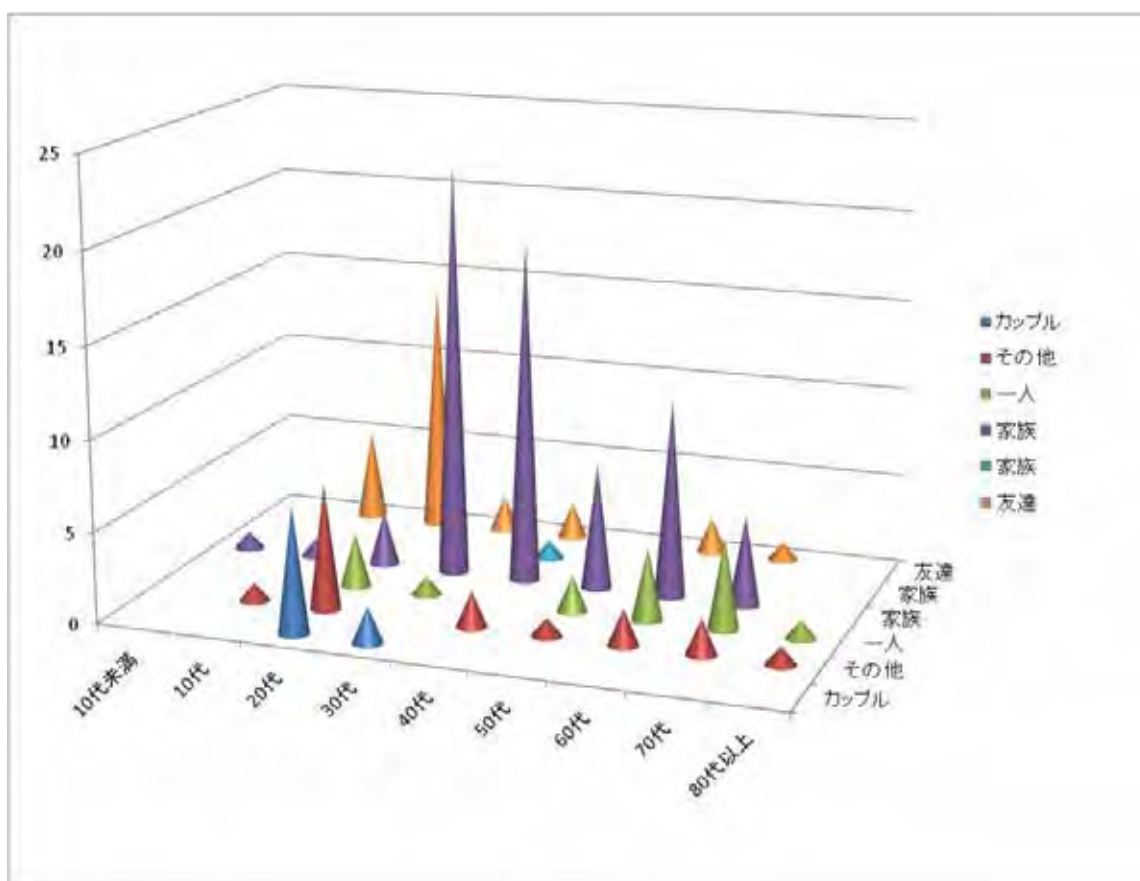
年齢	住所		総計
	23区内	それ以外	
10代未満	1		1
10代	7		7
20代	27	8	35
30代	25	4	29
40代	23	2	25
50代	6	5	11
60代	17	3	20
70代	14		14
80代以上	3		3
総計	123	22	145



顕著ではないが、20代～30代の若年層と50代の年齢層における23区外の利用者が若干多い傾向が観察された。若年層の23区外利用者が多いことは、広報宣伝の工夫の仕方によっては、新たな利用者呼び寄せられる可能性を示しているのかもしれないと考えられる。

③年齢と同伴者

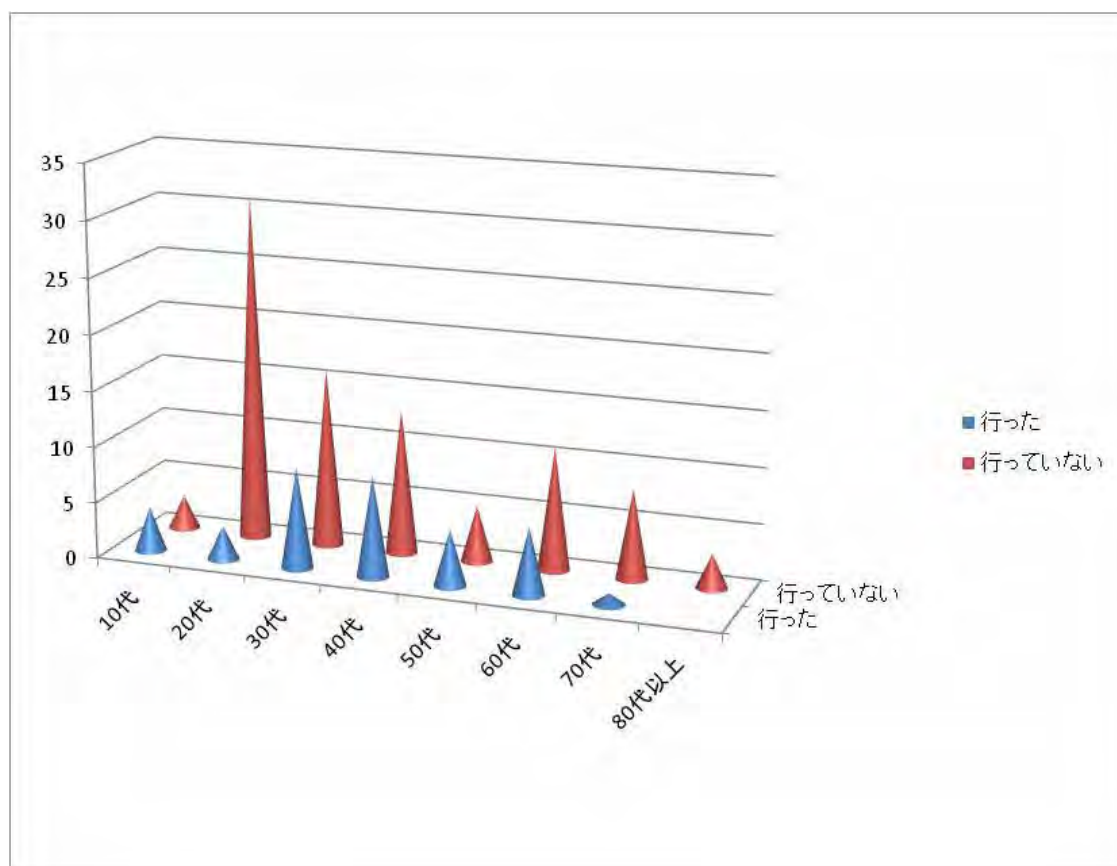
年齢	同伴者					総計
	カップル	その他	一人	家族	家族	
10代未満				1		1
10代		1		1		5
20代	7	7	3	3		14
30代	2		1	23		2
40代		2		19	1	2
50代		1	2	7		
60代		2	4	11		2
70代		2	5	5		1
80代以上		1	1			
総計	9	16	16	70	1	26



30代及び40代については、家族と訪れていた人が多かった。また、20代については、友達やカップルで来ている人が多かった。

#### ④年齢とサブ会場利用の有無

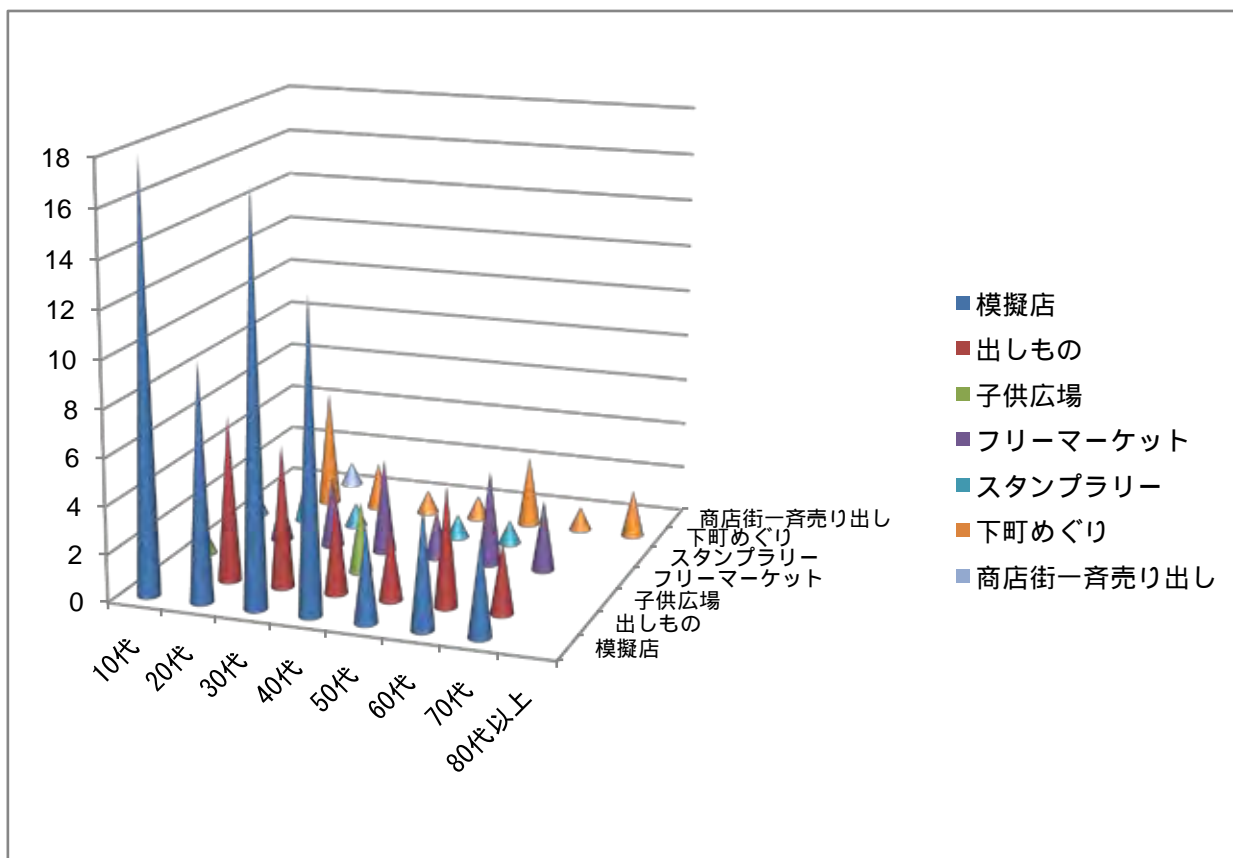
年齢	サブ会場利用の有無		総計
	行った	行っていない	
10代	4	3	7
20代	3	31	34
30代	9	16	25
40代	9	13	22
50代	5	5	10
60代	6	11	17
70代	1	8	9
80代以上		3	3
総計	37	90	127



サブ会場に関しては、72%の利用者が行っていないと答えているが、年齢層別にみると、サブ会場に行っていない人は20代～30代の若年層の世代に集中している傾向があった。サブ会場の利用率を上げるためには、20代～30代の若年層の世代をターゲットにした企画を考える必要があると考えられる。

### ⑤年齢と魅力

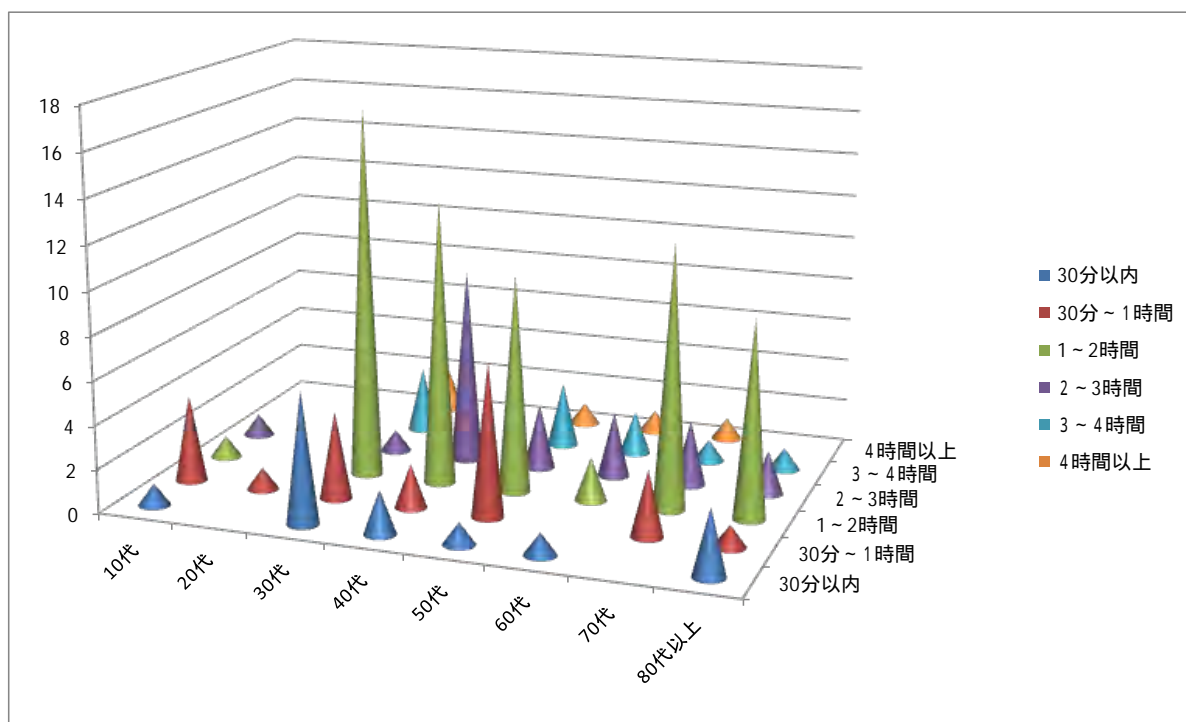
年齢	魅力として感じたもの							総計
	模擬店	出しもの	子供広場	フリーマーケット	スタンプラリー	下町めぐり	商店街一斉売り出し	
10代	18		1		1			20
20代	10	7		2	2	5	1	27
30代	17	6		3	1	2		29
40代	13	4	3	4		1		25
50代	4	3		2	1	1		11
60代	5	5		4	1	3		18
70代	4	3		3		1		11
80代以上						2		2
総計	71	28	4	18	6		1	143



どの年齢層においても、最も人気が高いのは模擬店であり、特に10代～40代の年齢層の利用者は、強く模擬店に魅力を感じていることが伺えた。また、出しものやフリーマーケットは幅広い年齢層に受け入れられていた。下町めぐりも、幅広い年齢層に受け入れられているが、60代以上の利用者だけでなく、20代の利用者層にも魅力を感じている人達が多量に存在しているのは、興味深い傾向であった。

### ⑥年齢と滞在時間

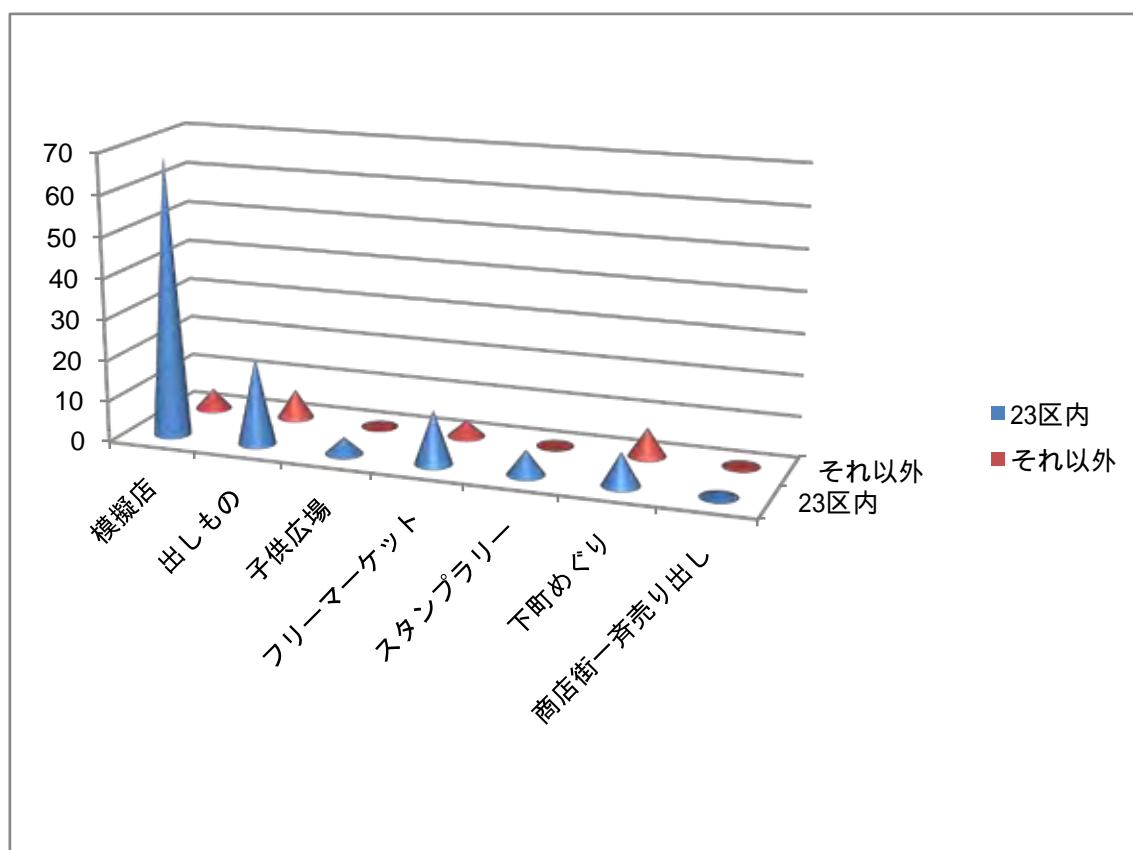
年齢	滞在時間						総計
	30分以内	30分～1時間	1～2時間	2～3時間	3～4時間	4時間以上	
10代	1	4	1	1			7
20代		1					1
30代	6	4	17	1	3	2	33
40代	2	2	13	9			26
50代	1	7	10	3	3	1	25
60代	1		2	3	2	1	9
70代		3	12	3	1	1	20
80代以上	3	1	9	2	1		16
総計	14	22	64	22	10	5	137



滞在時間は1～2時間程度の人が圧倒的に多かったが、その中で、**40代**についてはそれ以上に長時間滞在する利用者の割合が多く、逆に**50代**についてはそれより短時間の滞在にとどまる利用者の割合が比較的多い傾向にあった。

## ⑦住所と魅力

データの個数	模擬店	出し物	子供広場	フリーマーケット	スタンプラリー	下町めぐり	商店街一斉売り出し	総計
それ以外	5	7	0	4	0	7	0	23
23区内	68	21	4	13	6	8	1	121
総計	73	28	4	17	6	15	1	144

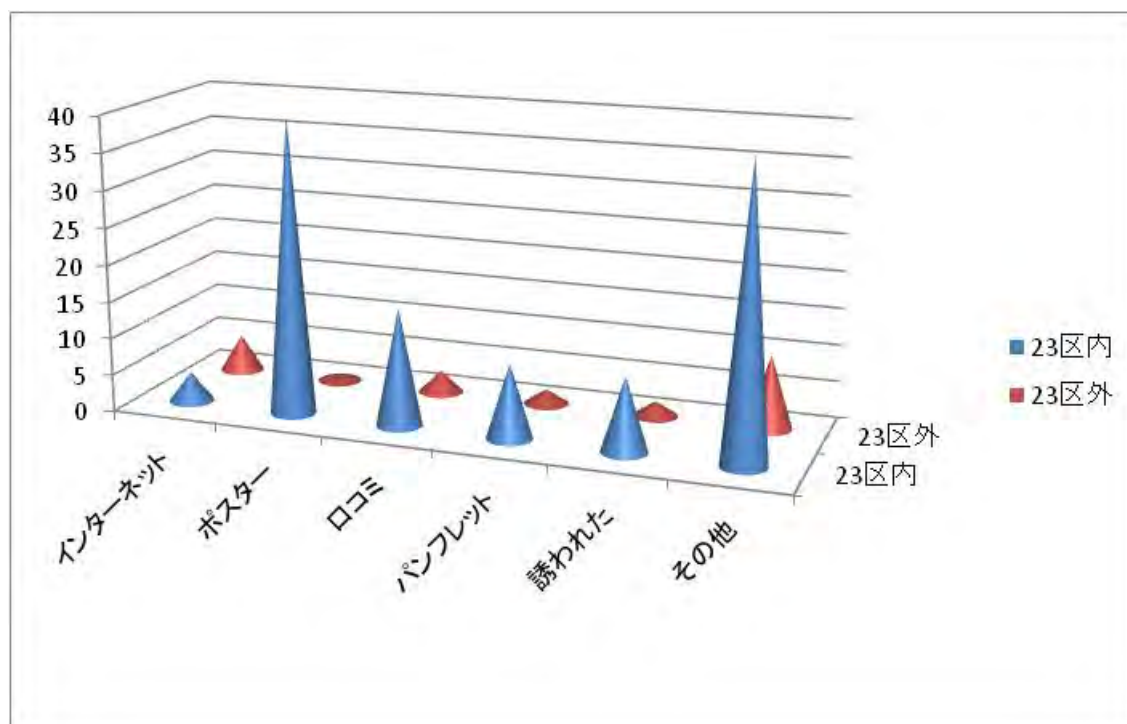


23 区内の利用者は、模擬店、出し物の、フリーマーケットに魅力を感じている人の割合が高い傾向にあった。また、23 区以外の地域からの利用者は、下町めぐりに魅力を感じている利用者の割合が高かった。これは、23 区以外の地域からの利用者は、ここでしか味わえない珍しい非日常的な体験を求めているためであると考えられる。このことは、「下町らしさ」を体験できるメニュー内容の拡充により、現時点では非常に少ない数にとどまっている 23 区外からの利用者を増加させることができる可能性を示唆しているのではないかと考えられる。



⑧住所と情報入手媒体

	インターネット	ポスター	口コミ	パンフレット	誘われた	その他	総計
23区内	4	40	16	10	10	39	119
23区外	5	1	3	2	2	10	23
総計	9	41	19	12	12	49	142



23 区外から来た調査人数が少ないことから結果の解析の厳密さに欠けるが、23 区外の利用者が下町まつりを知った媒体としては、インターネットの割合が高い傾向にあった。23 区外の利用者を呼び寄せるためには、インターネットの活用が課題になるのではないかと考えられる。

#### (4) 調査結果のまとめ

全体を通しての調査結果の概要は、次のとおりである。

- ・利用者の平均年齢は、**38.7** 歳。**10** 代～**80** 代と幅広い年齢層に利用されていた。
- ・文京区をはじめとする近隣の利用者が 8 割を超えていた。根津・千駄木の下町独特の雰囲気強調することで、より多くの人を楽しませることが期待できると考えられる。
- ・家族での来訪が最も多く、全体の半数を占めていた。
- ・初めての利用者は **42%** であった。この新規利用者がリピーターとしてもう一度来訪してくれるような工夫ができれば、おまつりの総利用数のより一層の増加が期待できると考えられる。
- ・1 人当たりの平均滞在時間は **1.7** 時間であった。また、1 ～ 2 時間以内の利用が最も多く、全体の **4+**% を占めていた。
- ・開催情報は、ポスターから得ている人が **35%** であった。**23** 区外からの利用者はインターネットから得た人が高い傾向にあった。
- ・来訪する理由は人それぞれ様々であるが、利用者の多様なニーズを満たすことのできるおまつりであると考えられる。
- ・下町まつりの魅力として、模擬店を挙げている人は **50%** を占めていた。出し物は常時利用が難しいためか **19%** にとどまっていた。
- ・サブ会場に来訪した人は、メイン会場の利用者全体の **28%** と低調であった。サブ会場の利用率を上げるための工夫が課題であると考えられる。
- ・下町まつり全体の改善点としては、「休憩所が少ない」という意見が最多であった。模擬店に魅力を感じている利用者の割合が多いことから、座って飲食できるスペースを増やすことが課題であると考えられる。
- ・1 人当たりの概算消費金額（平均）は **885** 円であった。内訳としては、飲食での消費が最も多いと推測される。おまつりの直接経費を上回る経済効果を発揮していると考えら

れる。また、このような経済効果以外にも、知名度の向上などの有形・無形の効果もあることから、全体としては地域振興に相当程度の効果を発揮しているものになっていると考えられる。

- その一方で、地元商店街等への直接的な経済波及効果は、飲食関係を除いて僅少な傾向が伺えた。おまつりの会場等において、地域の名物や名店等を積極的に紹介していく等の工夫が課題であると考えられる。

## 4 参考資料

### (1) アンケート票

#### 根津・千駄木下町まつりアンケート調査

#### 東洋大学東海林ゼミ

このアンケートは、文京区の観光振興、下町まつりの活性化(多くのひとに根津の魅力を知ってもらうとともに、下町まつりの更なる発展)のため、また今後のゼミ活動に役立たせていただきます。

下記のアンケートにお答えください。該当するものに○を、空欄には記入をお願いします。

- 1 性別 男・女
- 2 年齢 10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代 80代以上
- 3 職業  
1) 会社員 2) 自営業 3) 学生 4) 主婦 5) その他 ( )
- 4 住まいはどちらですか?  
23区内 23区外 埼玉県 神奈川県 千葉県 群馬県 その他( )
- 5 何で来ましたか?  
電車 バス 自転車 徒歩 その他( )  
電車で来た方に質問です。どこの駅を利用しましたか?  
東大前駅 千駄木駅 根津駅 その他( )
- 6 誰と来ましたか?  
友達 親子 夫婦 カップル その他( )
- 7 今まで何回来ましたか?  
1) 初めて 2) 2回目 3) 3回目 4) 4回目 5) 5回以上
- 8 滞在時間はどれくらいでしたか?  
約 ( ) 時間
- 9 何で知ったか? 以下に丸をつけてください。  
1) インターネット 2) ポスター 3) 口コミ  
4) パンフレット 5) 誘われた 6) その他( )
- 10 下町祭りに行こうと思った理由は何ですか?  
( )
- 11 下町まつりにおいて魅力的なものは何ですか? (3位まで順位をつけてください)  
( ) 模擬店・( ) 出し物(お囃子、和太鼓など)・( ) 子どもひろば  
( ) フリーマーケット・( ) スタンプラリー・( ) 下町めぐり・( ) 商店街一斉売り出し
- 12 サブ会場に行きましたか?  
はい or いいえ

はいと答えた方にお聞きします。

質問 1:どの会場へ行きましたか？（複数可）

不忍通りふれあい館・藍染大通り・宮永仲通り・千駄木二丁目会場  
よみせ通り延命地藏尊・駒込大観音・須藤公園

質問 2:サブ会場の魅力・印象的なものはなんでしたか？

会場名:

( )

会場名:

( )

・いいえと答えた方にお聞きします。

行きたいと思いますか？

はい or いいえ

13 (祭り全体を通して) 改善して欲しい点はありますか？

( )

14 今回お祭り以外に他の目的はありますか？

( )

15 下町まつりで使ったおおよその合計金額を教えてください。

1)0 円      2)500 円未満      3)500 円以上 1000 円未満      4)1000 円以上 2000 円未満  
5)2000 円以上

主に何に使ったかを教えてください。

( )

16 下町まつり以外で使った、あるいは使う予定の合計金額を教えてください。

1)0 円      2)500 円未満      3)500 円以上 1000 円未満      4)1000 円以上 2000 円未満  
5)2000 円以上

主に何に使ったかを教えてください。

( )

17 根津・千駄木周辺地域の別の祭りに行ったことはありますか？

はい or いいえ

はいの場合、祭りの名前と下町祭りとの違いがあればお答えください。

祭り( )

違い( )

18 東海林ゼミ製作のパンフレットは見ましたか？

いいえ or はい (場所 )

19 下町まつりに関するパンフレットを見ましたか？

いいえ or はい (場所 )

アンケートは以上です。ご協力誠にありがとうございました。



H2/

10月22日(木曜日) 富 彦 奈 匠 (朝刊)

# 祭り屋台で 観光学べ

## 東洋大生出店 活性化にも一役



「若者の元気で地域を盛り上げたい」と意気込む東洋大の学生と東海林教授(右)

今年24、25日に文京区根津の根津神社境内を中心に開かれる恒例の「根津・千駄木下町まつり」に、今春、区内に移転してきた東洋大学国際地域学部(学生たちが初参加する。街の名所を盛り込んだガイドブックを作り、「プロの味」を自指した)「焼きなどの屋台も出す。学生たちは「若者の元気で、地域を盛り上げたい」と意気盛んだ。(石川純)

根津・千駄木で24、25日

下町まつりは今年で11回。マーケット、子供ジャズパ  
目。同神社と周辺七つのサ  
ブ会場で、物産展やスタン  
なイベントが開かれ、毎回  
プラリー、大道芸、フリー  
8万人が来場する。

協力するのは東海林克彦  
教授のゼミに所属する国際  
観光学科の3年生25人。同  
学部は今年4月、群馬県板  
倉町から同区白山に移転し  
た。東海林教授の「学生は  
現場を通じて学ぶべき」  
との考えから、区に「何か  
協力できないか」と相談し  
た。

ガイドブックで重視した  
のが、「初めて来るお客さ  
んにも使いやすく、分かり  
やすい」こと。下町まつり

の由来や周辺の名所も盛り  
込み、「根津、千駄木のこ  
とも分かり、繰り返し使え  
て、この街にまた来てくれ  
る人が増える」ことを狙っ  
た。上りと下りで段数が違  
うと言われた根津1の「お  
はげ階段」など知られざる  
名所も加えた。5000部  
印刷し、会場で配布する。  
たい焼き、たこ焼きも、  
東海林教授が「学祭レベル  
の出店ではだめ。やるなら  
プロの仕事を目指せ」との  
号令をかけ、夏前から10回  
も試作品を製作。学内で2  
回にわたってテスト販売  
し、アンケートをもとに味  
の改良などを図ってきた。  
たい焼きはプームの「白い  
たい焼き」、たこ焼きは、  
牛乳を入れるなどして口  
触りをなめらかにし、いず

れも自信作に仕上がったと  
いう。  
また、会場で来場者20  
0人にアンケート調査を行  
い、同まつりをさらに盛り  
上げるための提言を区に提  
出する予定で、来年以降の  
協力も視野に入れている。  
ゼミ長の和南城夕里さ  
さん(20)は、「年を召した皆  
さんの情熱に、地域への熱

い思いを感じた。若い私た  
ちが参加して、もっと盛り  
上げるのができたらうれ  
しい」と話している。実行  
委員会の瀬戸克己(会長、80)  
は、「これまでは実行委員  
会も年配の人が多かった。  
若い学生の参加で、下町ま  
つりが活性化し、若いお客  
さんが増えることを期待し  
ている」と話している。

News & Information 一覧

- 2009年
- 2008年
- 2007年
- 2006年
- より前年のNews & Informationへ

- 学部
- 大学院
- 研究所・研究センター
- 東洋大学附属高等学校
- 訪問者

- 学生団体・サークルの活動
  - スポーツ
  - 展示会・講演会・研究会
  - その他

- 交通アクセス
- キャンパスマップ
- 窓口のご案内
- プレスリリース
- 資料請求

HOME > News & Information 一覧 > News & Information 詳細ページ

前のページへ戻る

## 国際観光学科・東海林克彦教授ゼミが「第11回根津・千駄木下町まつり」に初参加

| News & Information 一覧へ |

2009年10月24日(土)、25日(日)に「第11回根津・千駄木下町まつり」が根津神社境内をメイン会場として開催され、大勢の来場者で賑わいました。

このお祭りに、2009年4月白山第2キャンパスに移転した国際地域学部国際観光学科 東海林克彦教授のゼミに所属する3年生25名たちが参加・協力しました。

ゼミ生たちは、根津・千駄木下町まつり実行委員会と連携をとりながら、根津・千駄木地区の主な見どころおよびおまつりを紹介したガイドマップを制作・発行。プロ顔まけの「たこ焼き」「たい焼き」の店出事業を展開し、下町まつりを盛り上げる一役を担いました。また、会場の来場者にアンケート調査を行い、取りまとめた集計結果を今後、まつりを盛り上げるため区に提言する予定です。このガイドマップは会場で配布されました。



ゼミ長の和南城夕里さんは「25人がガイドマップ・利用者アンケート調査・「たこ焼き」「たい焼き」の屋台と3チームに分かれ、前期からゼミで議論・検討を重ね、何回も修正し、やっとこの日を迎えた。各チーム大変な面もあったが、頑張ってきてよかった。地域のお役にたてて本当にうれしい。このよき伝統を後輩たちにつなげたい」と語ります。

東海林克彦教授は「根津・千駄木下町まつりに協力・参加することは、座学で学んだ観光学を現場で実践できる貴重な経験になる。来場者数を予想し材料を仕入れたり、来店される方の年齢を予想し好みを想定したり、実際に体験してみないとわからないことばかり。実践で学んだことを活かし、文京区との連携をさらに図っていきいたい」

とこれからの期待しています。



#### (4) 調査を終えて (各ゼミ生の感想)

##### ○増戸 晃子

根津・千駄木下町まつりへの出店を通して一番強く感じたことは、協力することの重要性であった。おまつり全体を盛り上げるためには、個々の店の事だけを考えるのではなく、出店者同士の相互協力が必要だということである。おつりに使う小銭が足りなくなった時、忙しい中でも両替を行ってくれる店があったり、互いの店の宣伝を行ったりと、小さな助け合いが様々あった。地域全体で活気溢れる祭りを作り上げようというモチベーションの高さをじかに感じることができ、そのような良い環境の中で屋台出店を行えたことは非常にいい経験となった。

お客さんの中には、新聞記事を見て足を運んで下さった方が多数おり、さらにゼミで作成したパンフレットをもらって行ってくれたのは嬉しい結果であった。しかしアンケートの結果を見ると、実行委員会で作成したパンフレットに比べて、ゼミで作成したパンフレットを見た人は少なかったようである。この結果は、宣伝媒体としてパンフレットを上手く活かしきれなかったといえるだろう。おまつりの宣伝として、ガイドをより効果的に活用するためには、事前に駅やコンビニなど利用頻度が高い場所に設置するとともに、当日はガイドを目立つ場所に設置し、より多くの人に見てもらえるような工夫が必要であると思われる。

実際に屋台を出店し、アンケートも実施させて頂いたことは、私たちが少しでも地域の活性化に貢献するための課題を発見するいい機会となったと考えている。

##### ○関川 由依

私はこの事業を通してお店を出すということの大変さを学ぶことができ、また地域社会へ貢献することの素晴らしさを感じることができたと考えている。

私はたい焼きの作製・販売担当をしたが、みな初心者なので、初めは中身が生であったり、中のあんこがはみ出てしまったりと試行錯誤の日々であった。実際に学校で予行演習として販売したが、生のたい焼きを売ってしまったり、形が悪かったりなどしてクレームを受けた時はショックを受けたと同時に、お金をもらうからには初心者だからという生半可な気持ちではやってはいけないのだな改めて思ったものである。

また出店するにあたっては、ただ商品を作り、売るという簡単なものではなく、利益を得るために需要予測を立て、材料の発注をし、会計の管理などもしなければならない。こういったことも、実際この事業をしなければ分からなかったと思う。この経験は、これからどのような仕事でも活かしていけると思っており、とても良い体験ができたと感じている。

また、この事業の目的は、根津・千駄木下町まつりの活性化ということで行ったのだが、参加している地域の方々の笑顔と優しさに、私たちの方が色々とお助けしてもらった気がする。また、地域の人々と触れ合うことができ、とても貴重な体験ができたと思っている。

### ○石井 裕哲

私は、根津・千駄木下町まつりに参加して、とても良い体験ができたと思う。私は、たこ焼きの出店を担当したのだが、材料の仕入れ値を下げ利益率を上げることよりも、地域の人々と交流したことの方が、私にとって貴重な体験ができたと思う。また、実行委員会の会議に参加させて頂いたりして、下町まつりの舞台裏を身近に感じることもできた。地域の方々も私達の参加を喜んで頂いて、当日も大盛況のうちに終えることができ、大変貴重な体験だった。この事業を通して学んだことについては、これから存分に生かしていきたいと考えている。

### ○和南城 夕里

ゼミの体験学習として始めた根津・千駄木下町まつりへの出店事業が、文京区と東洋大学との連携事業になり、最初は少し戸惑った。しかしながら、これほどの大きな舞台を与えて頂いたことで、真剣に、本気で体験することができたと思っている。「やるならプロになれ」という合言葉で、皆で試行錯誤し、時には意見をぶつけ合うこともあった。自分たちで一つのお店を立ち上げるという体験から、見えている部分よりも見えなかった部分の方が多いことも知ることができた。見えなかった部分が見えてくることによって、最初は自分たちの仕事をするだけで精一杯だったが、だんだんとどのようにしたらこの出店が地域に貢献できるのかということも考えられるようになり、楽しませることを楽しむことができるようになったと思っている。この出店事業などによって、少しでもおまつりや地域が盛り上がりただけなのかと思うと喜びを感じる。私自身にも考えるきっかけをくれたこの体験に感謝するとともに、この事業に携われたことを誇りに思う。

### ○栗原 理恵

今回、根津・千駄木下町まつりに参加させていただいて率直に思ったことは、思った以上に盛り上がりを見せていたことである。話に聞いて色々と想像はしていたが、地元で小規模で行うようなおまつりだと思っていたので、天候が悪いにもかかわらず、たくさんの来場客があったことに驚いた。出店をする団体には、お手伝いをする小学生くらいの少年からお年寄りまで幅広くいて、訪れる客も地元の人が多く、地元で根付いたおまつりという印象を受けた。私は利用実態調査を行うために会場を歩き回っていたのだが、そんな時地元の方々には気さくに話しかけていただき、私たちの話にも真剣に耳を傾けてくださったおかげで貴重な意見をたくさん聞くことが出来た。そんな意見の中には、下町まつりをより良くしていくための来場者の声が多く見られた。私自身でも感じたことであるが、下町まつりの会場には出店しているお店の数に比べて座って飲食できるスペースが少なく、これを増やすとずっと滞在時間を長くすることができるのではないかと考えている。その

他には、宣伝が不十分であるのではないかということも感じた。下町のお祭りであるから地元の人がたくさん来てくれれば良いと言われればそれまでであるが、こうした時代の中で根津・千駄木下町まつりのような地元の方の手づくり感のあるおまつりを他の地域の方に知ってもらうことも大切であると思う。そのためにも実行委員会や文京区でホームページを作成するなどして、ポスターを使った宣伝だけでなく、より多くの人に情報が伝わる体制を考える必要があると感じた。今回、私たちが参加したことによって多くの人に下町まつりを知ってもらえるようになれば良いと思し、また、私たちの参加が、少しでも地元の方のお役に立てたのであればとても嬉しく思う。

### ○大嶋 敦志

根津・千駄木下町まつりの出店事業として参加した私たちを、文京区に住んでいる方々、おまつりの関係者の方々が「期待しています、頑張ってください」などと応援してくれたことを、私はとても印象に残り、嬉しく感じた。

事業部会でお年寄りの方を筆頭に話を進めていたが、この根津・千駄木下町まつりを成功させたいという熱意が切に伝わってきた。実際、おまつりが始まり、まず感じたことは、おまつりに参加している人も、来場される人も、とてもアットホームな雰囲気であったことであり、自然と初参加の私たちでもその場に溶け込むことができた。このような、人が温かく、初めて来た人でさえ身近に感じる事が出来るおまつりをもっともっと色々な人々に知ってもらいたいと思った。そのためには若い世代にも下町まつりを知ってもらい、是非とも参加を促し、より活性化することで、全国に知名度が上がり、毎年東京都からはもちろん、他県からも来るという高い誘致度を確立できると思っている。

私たち東洋大学の学生は、根津・千駄木下町まつりの伝統を受け継ぎながら、地域との交流、活性化を図り、その火付け役として他大学の学生にも良い影響を与えられる存在でありたいと思えるとても貴重な体験ができた。

### ○小林 香織

今回の根津・千駄木下町まつりへの屋台の出店というのは私達にとって初めての試みであり、屋台を出店するためには多くの業務を理解し実施する必要があった。何もかもが初めてで壁にぶつかり戸惑うことも多かったが、先生の指導を受けながら皆が一丸となって取り組み、何度も練習を重ね、なんとか私達の屋台を形にすることが出来た。

本番当日は、主催者の皆さんの役に立てるのか、私達の屋台にお客さんは来るのか、という不安と緊張でいっぱいだったが、そんな暗い気持ちを下町まつりの温かさが一瞬で吹き飛ばしてくれた。店の前を通るたびに声をかけ応援して下さる出店者の方々、「上手だ

ね」「おいしかったよ」と気軽に話しかけて下さるお客さん、親切にアンケートに答えて下さる来場者の方々。私達は下町まつりの温かさに助けられ、多くのことを学び、実践し、成長することができたと思う。

また調査の結果からは、宣伝範囲の拡大、休憩できる場所の改善、若年層への参加促進という課題が明らかになったが、これらの課題への対処が下町まつりのさらなる発展に繋がることになると思われる。

### ○村崎 温子

私がこの根津・千駄木下町まつりに参加して強く感じたことは、地域の人たちの協力がすばらしいなと思ったことであった。そして下町まつりに初めて参加した私たちを快く迎え入れてくれたことである。自分たちが売っているものを差し入れとしてくれたり、売れ残ったタイ焼きを買ってくれたりなど、本当に感謝の気持ちでいっぱいである。私は、タイ焼きなどの屋台をやるのが初めてなのもあり、最初は不安であった。でもすべて自分たちで考え、どうしたらお客が来るのか、どう工夫したらお客が満足するのかを一つずつ考えながらやるのは楽しい経験であった。学校でも予行練習をし、私たちのゼミは注目されていた。

この下町まつりをもっともっと活性化するには、宣伝活動に力を入れるべきではないかと感じている。アンケート結果で、私たちが作成したパンフレットを見ていない人が結構いたが、駅や人が集まる場所で宣伝活動をし、たくさんの人たちが下町まつりの存在を知ってくれたらいいなと思っている。このような体験を通じて、地域の人たちと一緒に協力してできるような経験をしてみたいと感じた。

### ○神内 俊幸

今回、私たちは初めて根津・千駄木下町まつりに参加した。最初は分からないことばかりで戸惑いもあったが、下町まつり実行委員会の方や私たち同様に出店をされていた方、それに地域住民の方々等、さまざまな方の協力もあってこの下町まつりを成功させることができたように思う。アンケートの質問事項も多かったが、多くの来場者の方から快くアンケートに回答していただけたので、正確なアンケート結果も得ることができた。このようなアンケート結果を得ることができたのも、協力していただけた皆様のおかげである。

私がこの下町まつりに参加して思ったことは、文京区で毎年開催されている、文京つじまつりや文京あじさいまつりと同様に、この下町まつりも地域の方から非常に親しまれているということである。地域住民が主体となって、この下町まつりを活気づけていこうという雰囲気を下町まつりに参加して感じるすることができた。

しかし、その一方で、下町まつりに来場されていた方に若年層の人はそれ程多くなく、今後この下町まつりをより一層発展させるためにも、若い人たちが能動的に参加したいと思うようなおまつりへと転換していく必要があるのではないかと思った。

最後になるが、私は下町まつりに参加したこの2日間、本当に有意義な時間を過ごせたように思う。来年以降は文京区外の人々に下町まつりのPRや宣伝広告といった何らかの形で、下町まつりがより多くの人に周知されるよう協力していきたいと思った。

## ○関口 諒

下町まつりを実施し学んだことが2つある。

まず、一つ目に計画の重要さである。私が担当した出店事業のたい焼きであっても、器具の大きさ・形、また、材料の取り寄せ・管理、更には模擬販売を実施して時間帯別販売個数を予測することに関しても、全て一つ一つがしっかり計画されていることである。

二つ目には、この出店事業を通して実際の商いの場を体験し、販売の大変さ、また逆に販売の楽しさ、人と人とのつながりがいかに重要かということを経験で感じる事ができたことである。

そして最後に、私たちの主な目的である下町まつりによる地域活性化に少しでも力になった事を嬉しく思っている。文京区の皆さんに感謝したいと思う。

## ○熊谷 奈菜

今回、私たちが初めて根津・千駄木下町まつりに参加してみて、根津・千駄木という町の魅力を感じることができた。地元の人はとても温かく、初めて参加した私たちにやさしく声をかけてくださり、嬉しかったのはもちろんですが、町のみなさんと一緒におまつりを作っているという思いが高まった。また、今回ミニガイドの作成に携わることによって、その情緒あふれた温かい街並みや歴史に直に触れ、深く知ることができた。

ミニガイドの作成を通して感じたことは、根津・千駄木の町の魅力の多さである。公園・歴史的建造物・街並みなど名所と呼ばれる所が多く、この町の魅力をおまつりに訪れる人にも訪れない人にも知ってもらいたい！という思いから、ミニガイドには大きく町の地図と見どころを掲載した。実際におまつりの会場でミニガイドを手に入れている人に感想を聞くと、「こんなのがほしかったのよ〜」「文京区に住んでいるけど知らなかったわ」などという反応が返ってきてとても嬉しかったのを覚えている。しかし、ミニガイドはおまつりの会場と学校のみ配布だったので、来場者のほとんどはその存在を知らないという状況であった。根津・千駄木下町まつりや根津・千駄木の町の魅力を多くの人に知ってもらうには、宣伝と広告の工夫が必要だと感じた。おまつりへの来場者のほとんどは徒歩か電車を利用していただいたので、近隣のスーパーや駅などにミニガイドやパンフレットを置くことにより、目にする機会や手にとってもらえる機会が増えると思われる。

もっと根津・千駄木下町まつりを通して、町の温かみや魅力を多くの人に感じてもらいたいものである。そのために、広告や宣伝だけではなく、今回のアンケートで出た祭りの弱みは見直し、強みはますます伸ばしていくということが重要だと思っている。

### ○寺内 千明

私は最初、この根津・千駄木下町まつりに屋台を出店するということが不安であった。その最大の理由は、私たちが参加し、屋台が上手くいかず、おまつりに迷惑をかけ、おまつりのイメージダウンになってしまわないかということである。

私はこのような事態は絶対に避けなければならない、やるからにはしっかり成功させたいと思っていた。学祭のような雰囲気とは違う、下町まつりの運営側としての責任感を持ち、下町まつりを今まで以上に盛り上げたいと考えたのである。

そのために、ゼミ生全員が納得するまで話し合い、何度も何度も試作と改善を繰り返し、商品として恥ずかしくないものを作れるようになった。その結果、白たい焼き・たこ焼きづくりの腕前だけでなく、ゼミ生同士の絆も深めることができたと考えている。

おまつりでは、地元の方々が、私たちが初参加であるにもかかわらず温かく迎えていたのだのおかげで、私たちが臆することなく、練習した力を十分に発揮することができた。根津・千駄木下町まつりに参加し、このような貴重な経験をさせていただいたことに感謝の気持ちでいっぱいである。これからも、根津・千駄木下町まつりが盛会でありますよう心からお祈りするものである。

### ○兒玉 亜衣

根津・千駄木下町まつりに参加してみて、下町というだけあって、おまつりの関係者の方々もお客さんも温かい人が多かったように思う。アンケートを取っていて「家が近くだから」「毎年来ている」という答えが多く、地元の方に愛され、毎年の開催を楽しみにしている人が多いということがわかったし、そのような行事に参加できたことをとてもうれしく思っている。

同時に、座るところが少ないという意見も多かったが、実際に休憩できるスペースは限られており、そこは常にいっぱいだった。小さい子供を連れた家族や年配の方が多い中で、これはよくないと思った。また、サブ会場には行かない（知らなかった）という声も多かった。会場内の設備、宣伝に関しては改善点があると感じた。おまつりは来てくれるお客さんあってのものなので、これらは下町まつりの今後のために重要になってくると思う。

ミニガイド製作や出店事業、利用調査をやってみて、それぞれの難しさを実感したが、自治体と協力して何かをすることはなかなかできることではないので、貴重な体験になっ

た。大変なことも多くあったが、たくさんのことを学べてよかったと思っている。

### ○関口 明日香

私は、根津・千駄木下町まつりでの出店事業を通じて「一つの店をつくり上げることの大変さ」を知った。私自身、おまつりにおいて、出店する側に立つのは初めての経験であり、最初は出店事業に関する知識は全くといっていいほどなく、ゼロからのスタートであった。企画から最終的な段階に至るまでは、何度も失敗を重ね、長い時間を要した。商品企画・店舗設計・生産管理・商品の味や見た目の試行錯誤。苦しい思いもしたが、これらの課題解決を細部まで繰り返し、改善していくことによって、作業効率を格段にアップすることができることを学んだ。そして、おまつりに出店している屋台には、全て上記のようなプロセスがあって成り立っているのだ、ということを見ると、今までの屋台に対する価値観が変わり、出店している人々に感心の念を抱いた。

根津周辺の地元の人々は皆親しみやすく、おまつりの雰囲気全体が温かく感じられた。私たちが実施したアンケートにも、気軽に応えて下さり、おまつりに関する良い点はもちろん、改善すべき点も真剣に語ってくれて、このおまつりは本当に愛されているおまつりなのだと感じた。

アンケートの結果より、今後はおまつりの知名度をアップさせ、各会場のハード面をさらに強化し、来訪者がより充実した時間を過ごせるよう改善していくことが必要だと思われる。

これからも地元の方々を中心に、コミュニケーションを図る場として、温かい雰囲気のもと、広く永く愛されるおまつりをつくってほしい、と思った。

### ○平田 実千

根津・千駄木下町まつりには、多くの方が根津神社まで足を運んでくださり、地域の方々がおまつりを盛り上げるために工夫してくれ、また私たちの初出店もあり、大盛況に終わった。地元の方が長い間築いてきた伝統あるこのおまつりに、私たちが急に参加することになったにも関わらず暖かく迎えてくれた。このおまつりは多くの人々の支えがあってこそ成り立っているのだと、本番を迎えて改めて思った。このおまつりに参加するということで、私たちも試行錯誤し臨んだのだが、まだまだ至らない点が多かったと思う。私はミニガイド班で、根津・千駄木下町まつりのミニガイドを作成したのだが、いまいち貢献できてなかったような気がする。実際に完成したガイドがどこで配布されたのかも分からず、情報が把握できてなかった。そのせいか、私たちが作成したガイドの存在を知らない人が多かったようである。また機会があれば、次はパンフレットの存在のPRや目立つ所(大学

内、駅など)に置かせてもらうなどの工夫をしたいと考えている。

### ○宮本 歩美

私は、根津・千駄木下町まつりに参加して、地元の方々が私たちを温かく迎えてくれたことがとても嬉しかったと感じている。出店している方々がフレンドリーに話しかけてくれたので、私たちも楽しく出店することができた。

実際におまつりに参加して、おまつりに来ているお客さんは家族連れの方や年配の方が多く、とても地元の方に愛されているおまつりなのだと感じた。しかし、若者の姿があまり見られなかったので、もっとたくさんの若者に来てもらえるようになると、このおまつりはさらに盛り上がると思っている。そのために、チョコバナナやクレープといった若者向けの屋台があると、若者の集客率は上がるのではないかと思った。

さらに、会場が奥まった所にあり、大きな道に面していなかったので、お客さんには少し場所が分かりづらいのかなと思った。もっとたくさんの人に来てもらうためには、宣伝に力を入れる必要があると思った。それに、年配の方が多いので、もっと休憩できる場所が多くあるといいと思っている。

今回、たい焼き・たこ焼きの出店をさせて頂いて、根津・千駄木下町まつり良さを実際に感じる事ができた。今まで以上に宣伝に力を入れ、休憩場所を増やすことによって、今後さらに活気のあるおまつりなると考えている。

### ○久保田 龍太郎

私たちは根津・千駄木下町まつりを通じて根津・千駄木地区の町をもっと知ってもらおうとミニガイド作成を行った。ここには歴史的建造物や、風情ある町並みが残っている場所が多くある。ただし、それを利用については語弊があるが、魅力を十分に伝えられていないと思う。将来的に、活かしたまち作りをすることで、もっと人を引き寄せることの出来るまちになる可能性を十分に秘めていると思う。

最初は、下町まつりと聞いて失礼ながら小ぢんまりとしたおまつりだと思ったが、実際参加してみると多くの地元の人で賑わい、まちで盛り上げようとしていると感じた。しかしながら、まだまだ多くの改善すべき点がある。私個人として苦労して作ったということもあり、一番気になった点がミニガイドの設置場所である。設置箇所が会場では本部だけで、あまり効果的に利用できないと思った。実際、アンケート調査を行った際も「これいいね」と言ってもらえる場面もあったが、「どこにあるの?」と存在自体を知らない人が殆どだった。各会場の入り口付近に設置して頂けると、より多くの人に見てもらえるのではないだろうか。その他の点は、報告書や他の人の感想に書かれていると思うので割愛する。



最後に、今年から始まったこの根津・千駄木下町まつりとの連携であるが、文京区と東海林ゼミ、おまつりの更なる発展を見守っていきたいと考えている。

#### ○齊藤 拓也

今回、根津・千駄木まつりに出店事業・利用調査を通して参加させていただき、ありがたく思っている。私がまずこのおまつりに参加し感じたことは、人と人の距離の近さであった。地方出身である私が、一時東京にいることを忘れることができた。また、アンケートにも気軽に答えてくれた点も、とても印象に残っている。これは、ひとえに実行委員会の方々の工夫や努力があったからだと感じた。

地元に着したおまつりとして地域住民に親しまれているこのおまつりの良さをもっと広げていくことで、下町の文化や良さが広がることに繋がり、また、さらなる集客数の増加にも繋がるのではないかと考えている。

おまつり当日、さまざまな場所でイベントがされていたが、アンケートの結果から、サブ会場のイベントに参加している人が比較的少ないようであったが、ポスターの掲示場所や、パンフレットの配布などの工夫を行い、もっと集客数を増やすことができるのではないかと考えた。

このような地域密着型のおまつりというのは、赤字の影響などから年々減ってきている。そのため、根津・千駄木下町まつりのようなおまつりを残していくことはとても重要であると、今回参加してみてより一層感じた。

#### ○西村 茉衣香

今回、根津・千駄木下町まつりに参加させていただき、地元の方々の温かさや、団結心を感じた。地元の方々は、おまつりに初めて参加する私たちを快く迎えてくださり、「一緒に頑張ろう」と温かいお言葉をかけてくださった。このことから、みんなでおまつりを盛り上げ、成功させようとする団結心を感じられた。地元の方々が温かく迎えてくださったおかげで、私たちもおまつりを楽しむことができ、良い経験ができたのでおまつりに参加できたことをうれしく思っている。

おまつりを通して感じたことは、私たちと同世代の若い人たちの参加が少なく、年配の方が多いと思ったことである。私はおまつりの最中、屋台を出店していた70代の女性の方とお話をした。その方はとても明るくお元気な方であった。下町まつりは、このような元気な年配の方々が盛り上げており、年配の方々の力が地域の活性化につながっていると思った。ここに若者の力が加わったら、さらなる発展が期待できると思われる。若者の参加を促すために、情報提供の方法を改善したり、私たちのように屋台を出店してみないか

若者に呼びかけたりすると良いと思った。おまつりの改善点としては、お年寄りの方の参加が多いので、ゆっくりと座りながら食事をしたり、お話をしたり出来るような休憩スペースを広くとると良いと思っている。

今後のおまつりの発展、そして下町の活性化のためには、年配の方々と若者の力の融合が不可欠だと考えられる。

### ○大滝 由桂

根津・千駄木下町まつり当日の根津神社境内は、とてもわきあいあいとした雰囲気です。小学校の頃のバザーのようなあたたかい懐かしさを感じた。

準備段階から、来客者は年配の方が多いということを実行委員の方から伺っていたのだが、思っていたよりも家族連れや小学生くらいの子供も多く老若男女問わずみんなが楽しめるおまつりという印象だった。

しかし、アンケートの結果をみると、やはり他の年代と比べると中学生から20代前半くらいの若者が少ないことや、逆に小さい子供を連れて方やご年配の方が多く訪れているにもかかわらず、休憩所や座る場所が少ないことなどが今後の課題となるのではないかと思う。サブ会場も含めると根津・千代地区全体の大きなおまつりなので、大きい通りにおまつりの飾り付けを施すなど、町全体でおまつりの雰囲気を作るともっと盛り上がるのではないかと感じた。

根津神社の境内でアンケート調査をした際もほとんどの方が快く協力してくださり、周りの模擬店の方も、今年から参加した私たちに好意的に接してくださった。実行委員の方には、この下町ならではの人のあたたかさを大切にしつつ、若者や遠方から来る訪問客を取り込んで根津・千駄木祭りをさらに発展させていって欲しいと思っている。

### ○宮城 梨奈

私たちが出店など根津・千駄木下町まつりに参加してまず感じたことは、地元の方々の温かさだった。出店に携わる方々もお客さんも非常に親切で、初参加の私たちを温かく迎えてくれた。アンケートを取る時も、皆協力的でたくさんの声を聞くことができた。根津・千駄木下町まつりは、地元の方々に愛されているおまつりであり、年配の方々が中心になっておまつりを盛り上げていることがよく分かった。しかし、若者の参加をもっと増やし、より活気あるおまつりにしていくべきであるとも感じた。そのためにも、若者が興味を持つような企画作りや、近隣の学校への呼びかけといった情報伝達も重要になってくると思われる。

アンケート結果を通して、遠方からの来訪はごく稀であり、おまつりの来訪者のほとん

どが文京区民であると分かった。おまつりの改善点として多く挙げられていたのが、休憩所が少ないことであった。神社を見渡しても分かったが、椅子やテーブルが少なく、年配の方の来訪や家族連れが多いため、不便であると思った。また、来訪理由を尋ねる質問項目から、「たまたまやっていたから」や「通りすがりでの来訪」が多いことが分かったが、もう少し宣伝が必要であると感じた。

今後下町まつりをさらに発展させていくためにも、下町まつりの宣伝やアンケート調査で明らかになった会場内の改善などが、非常に重要になってくると思われる。

## ○川上 直也

ゼミの活動の一環で根津・千駄木下町まつりに参加することが決まってまず思ったのが、楽しそうだということである。しかしながら、おまつりに参加するためにいろいろな準備をしていると、楽しいという気持ちだけではやっていくことが出来ないと思った。その理由としては、学生として初めての参加であることや、出店するからにはお客さんに満足してもらえるものを提供するなどの様々なプレッシャーがあげられる。そのようなプレッシャーを少しでも取り除くために、ゼミ生で何回も話し合いなどを行うことによって少しずつ不安がなくなり、次第に自分たちの商品に自信を持つことが出来るようになってきた。

おまつり当日はとても不安でしかたがなかった。しかしながら、お店の準備をしていると地域の人々やおまつり関係者の方々が、「一緒に頑張ろうね」「あとで買いに来るから」などたくさん声をかけてくれることによって、不安は次第になくなっていった。初めての参加ということもあり、私たちのたこ焼き・たい焼きは大盛況であった。片付けをしていると地域の方が、「また来年もよろしくね」「やっぱ若い人が参加すると活気がでる」などと言われ、自分たちが参加してよかったのかなと初めて思うことができた。

おまつりに参加して思ったのは、人との関わりはとても重要だということである。おまつりに参加することによって、普段関わらないような人々と交流し、心がとても温かくなった。また、学生という私たちが快く受け入れてくれたおまつり関係者の方や地域の人に感謝したいと思う。よそ者が入ってくることに對して良く思わない人がいるのは、当然であると思う。そういった壁を話し合いによって取り除くことができ、やはり人との交流は重要だと実感した。おまつりに参加したことによって得た経験は、私の大学生活を充実させたと思っている。また、次回も後輩とともに参加し、地域によい刺激を与えられたらなと思っている。

最後になったが、こんな私たちを受け入れてくれたおまつり関係者や地域の方々に「本当にありがとうございました。これからもよろしくお願ひします。」と言いたい。

### ○飯塚 将一

私はミニガイド作成に携わっていたため、広告・宣伝事業の視点から根津・千駄木下町まつりを見てみようと思う。下町まつりに参加してみて感じたことは、実際に私たちの作成したミニガイドや文京区で作成されたパンフレットを使っている人々が少ないように感じたことである。アンケート調査をしても、5,000部を印刷・配布している割にはミニガイドを持っている人は少なく、また、これらを知らない人々もいて、アンケート中にミニガイドを配布することも少なくなかった。

これは、パンフレット類の配布場所が少なかった、あるいは目に付きにくい位置に置かれていたことが、このような認知度の低さにつながったということではないだろうか。本部に多く置かれているのを目にしたが、本部の位置は、入り口から遠く離れた位置にあり、さらに屋台やフリーマーケットからも離れた場所に位置しているため、人通りの少ない人の目に付きにくい場所であるといえるだろう。

従って、もっと人通りの多い出入り口付近や座ることのできる休憩所、駅周辺などを中心に配布するべきであったのではないかと感じた。知る機会や見る機会も与えられなければ、せっかくのパンフレット類も活かす機会を失い、意味のないものになってしまうだろう。今後、下町まつりをより多くの人々に広め、楽しんでもらうためにも、人の目に付く配布場所を選定し、効率良く広告・宣伝を行っていくべきであると思う。

### ○田村 祥規

私はまず、「根津・千駄木下町まつりに出店側で出る」ということに対して、簡単にできることだと思っていた。しかし、いざ計画から始めてみると、困難や悩みは尽きないもので、想像をはるかに超えた大変さがあった。長い準備期間を経て本番に臨んだが、本番では地元の人々との交流や催し物を見たりして、地元住民の暖かさに触れることができ、出店事業を楽しく行うことができた。そして、地元住民の力強さとこの地域への愛着を感じられたと思っている。

私たち学生が出店事業を行うことによって、地元住民に何らかの刺激を与えたと終わってから言われたが、刺激を受けたのは私たちも同じだと思っている。今回の経験は貴重なものなので、この経験を今後の人生に活かしていきたいと考えている。

### ○小足 志津恵

私が、今回、根津・千駄木下町まつりに参加して感じたのは、まずおまつり自体がとてもアットホームであるということだった。私は初め学生が地域の方々と一緒に出店事業をするということに、すごく緊張していた。しかし、初参加の私たちが緊張しながらも挨拶をすると、地元の方々は明るく挨拶を返してくれた。またそれだけではなく、「頑張っ

期待しているよ」や、中には「私たちも負けてられないね」などと話しかけてくれた方々もいた。そんな地元の方々のおかげで、私は緊張がほぐれ、楽しく出店事業をすることができた。また、アンケートをした際、お客さんの優しさにとっても助けられた。私は緊張しながらも一人の男性の方に声をかけた。その方は写真を撮るのが好きで、今日はおまつりや景色の写真を撮りに来たということを私にお話してくれた。少し長めのアンケートにも嫌な顔ひとつせず、丁寧に受け答えてくれたうえに、私に趣味の話までしてくださってとても嬉しかった。初めに声をかけた方がとても温かかったおかげで、私はそのあともたくさんの方に声をかけることができた。お客さんはみな親切で、何人もの方が快くアンケート調査に協力してくれた。下町まつりは温かい地元の人たちにとっても愛されているおまつりであることを、そのとき改めて実感した。

アンケートの結果を通して感じたことは、まず座るところが少ないということである。アンケート調査で声をかける方の多くが、皆、縁石などに腰をかけて食事や休憩をしていた。これでは、いすやテーブルが少なく、多くの方が目的としている食事や休憩を取るのにとっても不便だと感じた。また、当ゼミで作ったパンフレットが、あまりお客さんの目に留まっていないのではとも感じた。しかし、駅や街中に貼っているポスターはとても宣伝効果があるように感じた。

今後、下町まつりを発展させていくためには、今以上に休憩所やイスやテーブルを設置し、お客さんが休憩できるスペースをより増やすことと、パンフレットやポスターなどによる宣伝をこれからも継続して続けていくとよいと思われる。また当ゼミでも、下町まつりがより活性化するように、パンフレットでの宣伝効果を上げる努力をしたいと思う。