

Project E02	地域協働専攻 地域政策グループ ～我が町にある「市場の存在意味」から 新たな町おこしを考える～
メンバー	[学 生] 鎌田 帆南/南 優希/バゲンダアビガイル、オブザーバー(4名) [担当教員] 金鉉善
<p>【背景】 大型スーパーなどが町のあらゆる所にできているにもかかわらず、市場は町のシンボルとして存在している。これは日本だけではなく、世界においても市場はその町のシンボルとして存在感を放っている。</p> <p>【目的】 そこで、町にとって、市場の存在意味について調査し、そこから新たな町おこしを提案する。また、韓国・ソウルにあるチョンルン市場で交流イベントに参加し、自らが韓国の関係人口(移住する「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様にかかわる人のこと)になる。</p> <p>【概要】 前期は市場の存在意味についての事前調査と交流イベントで出店するブースの準備を行った。 9月中旬に韓国・ソウルに赴き、まずはソウルの大規模な市場を観察し調査をした。 そして後半のチョンルン市場での交流イベントでは4つのブースを担当し、集客の対象者を子どもと大人に分け、日本文化の体験を企画した。これは日本の縁日をイメージしており、ぷよぷよボールすくい(子ども向け)、うちわづくり(子ども向け)、だるまの目入れ体験(大人向け)、茶道体験(大人向け)の4つのチームに分けて企画した。ブースは非営利を目的とし、募金活動を併せて行った。イベントを行ったチョンルン市場の商人会の方々の協力を得てブースの出店をさせていただき、イベント当日は、韓国人で日本語を専攻している現地の大学生に通訳として参加していただいた。また、本学函館校のスタディツアーのメンバーと現地で合流し、ブース出店のスタッフとして協力していただいた。</p>	
<p>【プロセスと成果】</p> <p><前期の事前準備> 前期は市場の存在意味についての事前調査として、メンバー各々が「市場とは何なのか?」についてインターネットなどを用いて調査した。結果として、多種多様な商品を大量に流通させるために、安定したネットワークを築き、適正な価格で売買されるための公共性の高い重要な役割を担っていると分かった。 また、前期はブース出店の準備として、ブースで使う備品の準備や小道具の作成を行った。具体的には茶道の道具の確保や、うちわ作成のための絵の具やスタンプ台を購入した。また、より日本の縁日のイメージに近づけるため、ガーランドや旗などを自作し、現地のブース装飾のための準備も行った。</p> <p><交流イベントの成果と課題点> 夏季休業中の9月に韓国に赴き、大規模な市場の観察をした後に、チョンルン市場での交流イベントに参加した。イベント当日の募金活動では152,350ウォン(日本円で約1万5000円ほど)を集めることができた。4つのブースはどれも大人気で、想像を超えた集客のために売り切れや備品が足りなくなってしまう、その対応が困難だった。私たちプロジェクトメンバーと、当日参加のスタディツアーメンバーの事前の情報共有が不足していたために現地で補う必要があった。</p> <p><市場調査の結果> ・広蔵(カンジャン)→多くの観光客(若者)、<u>食べ物</u>がほとんど、とても狭く入り組んだ道 ・東廟(トンミョ)→若者が少ない、<u>衣料品</u>や日用品を扱っている、雨天のため道の出店がなかった ・南大門(ナンデムン)→観光客が多い(中高年)、<u>衣料品・装飾品・小物</u>が多い、道はまっすぐ ・明洞(ミョンドン)→多くの観光客(日本人が多い)、なんでもある、夜も明るい、日本語を話せる店員さんが非常に多い</p>	



だるま販売の様子



茶道体験の様子

【総括と反省・今後の課題】

◎一週間ほどの滞在で世代を問わず多くの韓国の方々と交流をすることができ、とてもいい経験となった。市場によって特徴が異なるのは、それぞれ地域に適して発達してきたからということが分かり、市場は地域を活性化させるのに必要不可欠な存在であると再認識できた。

◎関係人口になるというもう一つの目標には達成できたメンバーとそうでないメンバーがいた。この違いは言語の壁や文化の違いが大きく影響しており、「失礼な言動をしてしまうのではないか？」という不安から、積極的に関わり合いになることができないということがあった。目標を達成できたメンバーは、「次回渡韓したときにはもう一度訪ねたい」と思う店ができたと振り返っている。

◎このプロジェクトのテーマである、「新たな町おこしを考える」活動はすることができなかった。

◎このプロジェクトは初めての試みであったこともあり、プロジェクトの運営において情報共有の不足が多く、メンバーと協力者間でうまく連携ができておらず、その結果として商人会の方々や通訳の大学生に迷惑をかけてしまった。今後は、学生内だけでなく、協力してくださる方々にも連絡事項が伝わるような工夫が必要である。

【地域からの評価】

通訳をしてくださった韓国の大学生からフィードバックをいただいた。

<良かった点>

- ・他国でのイベントを1から企画したのが本当にすごかったし、市場の雰囲気合うイベントだった。
- ・学生中心の活動だったのがよかった。
- ・子どもだけでなく大人も楽しめるイベントだったのがよかった。

<改善する点>

- ・責任の所在が不明である。引率の先生とコミュニケーションをとれていないと感じた。学生と先生の責任の範囲を決めておけば、混乱がなくなるのではないかな。
- ・臨機応変な運営が多かったため、次回はもっと組織的な方がいいのではないかな。

【その他】

◎年間スケジュール

- 5月 市場についての学習、プロジェクト考案
- 6月 ブースのシミュレーション
- 7月 小道具の作成
- 8月 最終確認、事前情報の入手
- 9月 韓国に滞在
(9月18日～25日)
- 10月～ 調査結果のまとめ・反省など