

新・八王子かるた ～みんなで創る八王子の宝物～

Hachioji Karuta New Edition ～Let's create a Hachioji Gift～

チーム五八五

齋藤 夏海, 田代 みらい, 谷口 趣夕, 山本 実紅

指導教員 青野 健作

創価女子短期大学 国際ビジネス学科 青野ゼミナール

キーワード: かるた, 八王子活性化, 誰でも参加可, 地域交流

1. 目的と現状分析

八王子市は、日本の首都東京にありながら、広大な生活エリア、豊かな自然をもつ市である。また、東京都心や関東、中部地方への各都市へのアクセスも抜群に良い立地である。さらに、地元住民や学生から愛される数多くの料理店や八王子野菜なども存在し、非常に魅力的な街である。しかし、多摩地域の中では知名度が高い八王子でも、真の魅力はあまり知られていないのではないかと。

また、八王子市は学園都市と呼ばれ、大学生数は多いが、在学中の数年しか八王子に在住せず、卒業後は市外へ出て行く学生が多い。したがって、学生をはじめとした八王子市在住の人達へも、改めて市の魅力を感じないまま市外へ転出する可能性がある。

さらに、全国的にポピュラーな八王子の名物土産はまだ少ない実態がある。八王子へ足を運ぶ起因となる一つとして、名物品を新たに開発すべきであると考えます。

以上の理由から、私たちは八王子かるたの制作を提案する。

2. 提案内容

八王子の名所・景色・食べものなどをテーマとした題材を募集し、「八王子かるた」を制作する。

題材について

かるたの顔となる五七五の文章と、ペアとなる写真を公募する。応募対象者は、八王子を訪れた経験がある人。対象年齢・国籍等に制限は設けない。

文章、写真共に、八王子に関するもののみとする。また個人が特定できるような写真は不可とする。

応募先

市役所担当窓口まで郵送で応募もしくは、インターネットで投稿できる特設ホームページを開設し、募集する。

選定方法

案1 市職員が選定。

案2 かるたについての有識者と、一般希望者で構成する「かるた選定委員会」を設置。

案3 上記のかるた選定委員会の組織に、八王子在住の学生が参加する。

制作後の展望

八王子のご当地グッズとして、市内各商業店で販売する。八王子の新たな名物として話題を呼ぶことができ、市外へのアピールとなる。また下記のように、かるた発売と連動した市内での観光促進活動を進めることも可能である。

利用案1：制作したかるたをモチーフとしたポスターを作成し、市内の各所に設置する。

利用案2：限定かるたカードを配布する。市内の観光スポット各所で、その場所にちなんだ限定かるた（ペアカード）を配布する。そのカードはかるた内で既存のカードと取り換えれば、使用して遊ぶことができる。（図2）

また、かるたの遊び方動画を作成し、八王子市公式YouTubeチャンネル「HachiojiCityOffice」にて公開する。

3. 効果

「八王子かるた」の制作により、多くの効果が期待できる。まず、かるたの販売に加え、かるたが話題を呼ぶきっかけとなり、市を訪れる人が増えれば、経済効果に繋がる。

かるたは室内で気軽に遊べるものであり、小さい子どもも遊びやすい。家庭において遊びの選択肢を増やすことができ、保護者と子どもの語らいの場も増える。そして、遊びながら文字を読んだり、八王子の名所等に触れたりすることができるため、子どもが楽しみながら勉強できるツールとなる。また、子どもだけでなく、高齢者の方が遊んだ場合は脳の活性化が期待できる。

そして、このかるたに応募した人は、自分の作品が選ばれるかもしれない楽しみや、制作に参加しているという充実感を得られる。年齢制限がないので、老若男女が参加できる。また、応募者はもちろん、選定を行う人も、多くの角度から寄せられた八王子の魅力を再発見・再認識できる機会となる。

4. 最後に

私たち学生は今回、まだまだ知らない八王子の魅力がたくさんあることに気づいた。より多くの年齢層の人がそれぞれの視点から見た八王子の素晴らしい「今」を応募し、地域の活性化につながることを願う。



(図1) かるたのイメージ



(図2) 限定版かるたのイメージ

画像引用元

道の駅「八王子滝山」

[道の駅「八王子滝山」東京都八王子市の道の駅 \(michinoeki-hachioji.net\)](http://michinoeki-hachioji.net)

むねさだブログ「東京都唯一の道の駅！「道の駅八王子滝山」は新鮮野菜やお土産、美味しいご飯が楽しめるぞ！【PR】 #たま発 #tamahatsu #多摩の魅力発信プロジェクト」

<https://munesada.com/2018/09/30/blog-13421>