



歩く×繋がる
～東松山から広がるウォーキングの輪～

大東文化大学国際関係学部 新里孝一・藤井環・及川宥紀・小材千秋

最終報告会

若いみなさんがウォーキングに参加したり、
実践したりする『ウォーキングのまち東松山』
を全国に発信するため、ご尽力くださいました。ありがとうございました。



取組の位置づけと達成目標

国際関係学部

国際関係特殊講義(地域文化の探求)

東松山市役所との連携によるPBL型授業

テーマ=「『ウォーキングのまち東松山』の全国発信」

達成目標

- 1 自信を覚醒し、自己の潜在的能力に気づく。
 - 2 問題解決に向けて考えることの楽しさに気づく。
 - 3 チームで働く力の難しさと楽しさを体験をする。
 - 4 課外活動や社会活動への参加意欲が向上する。
-

教員の指導方針・指導上の留意点

1 自信の覚醒と潜在能力への気づきのために

- ① **目標達成後のイメージ**が明確になるまで話し合わせる。
- ② 教えすぎない・怒らない・**微細な「成長」「進歩」**を**大げさに評価**する。
- ③ **市長への最終プレゼン**と**学生提案の施策化可能性**
メディアの取材(新聞、ケーブルTV)により**緊張感**を持続させる。

2 チームで働く力の大切さに気づかせるために

- ① **グループ**は、**1~4年の全学年**で編成する。
- ② **1・2年生が生き生きと輝いているかどうか**が評価のポイント
- ③ **団結の象徴**=**オレンジバッグ**(小道具入れ)の活用
- ④ 学内宿泊施設「**M-Lodge**」を無料で利用できるように措置。



▲付箋やマジックなどの入った小道具袋「オレンジバッグ」



評価

1 自信が覚醒されたことにより、「前に踏み出す力」がアップ

⇒中間報告から最終報告、**本気スイッチ**が入り、**目の輝き**が変わった！
本大会への出場希望

2 チームワークの評価

- ・**1年生のアイデア**を採用 3・4年による雰囲気づくりの成功
- ・作業上の役割分担を超えた**協働と情報の共有化**
- ・メンバー同士が**お互いの「すごさ」**に気づく(リスペクト)

3 社会活動や課外活動への意識や意欲が変化

- ・公務員や**「まちづくり」NPO**を志向する学生
 - ・**NGO研究班、フェアトレード研究班**などの課外活動へ波及
 - ・**卒業論文**への意欲的な取り組みとレベルの向上
-



今後の課題

- ・専門的知識や技能を活かし、鍛えられるような課題の工夫
- ・M-Lodgeの利用回数の制限
履修者20名。
利用期間:5月1日～7月17日
延べ宿泊数:156泊
平均7.8泊



テーマについて

PBL型授業

課題(テーマ)出し担当＝東松山市の文化スポーツ課

東松山市(埼玉県西部にある人口9万の自治体)

- ・日本スリデーマーチ: 15万人の参加者。世界第2位の規模。
- ・毎日一万歩運動 ⇒ウォーキングを町づくりの柱にしている

若い人たちがウォーキングに参加し、実践する『ウォーキングのまち東松山』を全国に発信するにはどうすればよいか。



- ①ウォーキングへの若者の参加を増やすには？
 - ②「ウォーキングのまち東松山」の知名度を上げるには？
-



目標設定をめぐる当初の議論

当初検討された目標候補

- 1 日本スリーデーマーチへの参加者数を増やす。
- 2 日本スリーデーマーチに若い女性を参加させる。
- 3 日本スリーデーマーチに学生を参加させる。
- 4 日本スリーデーマーチの広報戦略

4を除く、3つの案を候補として、分担して調査をスタート

- ・スリーデーマーチ年齢別参加者の分析
 - ・若者が歩かない理由や若者の健康観の調査
 - ・それぞれの案の数値目標
 - ・イベント案(宝さがし、写真コンテスト、町コン・・・)
-



目標設定をめぐる当初の議論

当初検討された目標候補

- 1 日本スリーデーマーチへの参加者数を増やす。
- 2 日本スリーデーマーチに若い女性を参加させる。
- 3 日本スリーデーマーチに学生を参加させる。
- 4 日本スリーデーマーチの広報戦略

「歩く楽しさ」
を若者に気付かせたい！

設定目標の転換

さまざまな疑問

- ・学生や若者向けのイベントで参加者数を増やせばいいのか？
- ・お金をかけて芸能人を呼べば参加者数は簡単にふえるが・・・。
- ・「歩く楽しさ」を気づかせることになるのか？
⇒ イベントの効果は短期的。「歩く楽しさ」につながらない。
もっと長期的な視点にたつべきではないか？

目標の転換

生涯にわたり、ウォーキングを自然に感じる文化の創造
目指すは、ナイメーヘン＝ステータスとしてのウォーキング
ウォーキング文化の形成に向けたロードマップをつくる。



設定目標の転換

さまざまな疑問

- ・学生や若者向けのイベントで参加者数を増やせばいいのか？
- ・お金をかけて芸能人を呼べば参加者数は簡単にふえるが・・・。
- ・「歩く楽しさ」を気づかせることになるのか？

⇒ イベントの効果は短期的。「歩く楽しさ」につながらない。
もっと長期的な視点にたつべきではないか？

目標の転換

生涯にわたる

目指すは

ウォーキング文化の形成とロードマップをつくる。

ウォーキング

||

ステータス

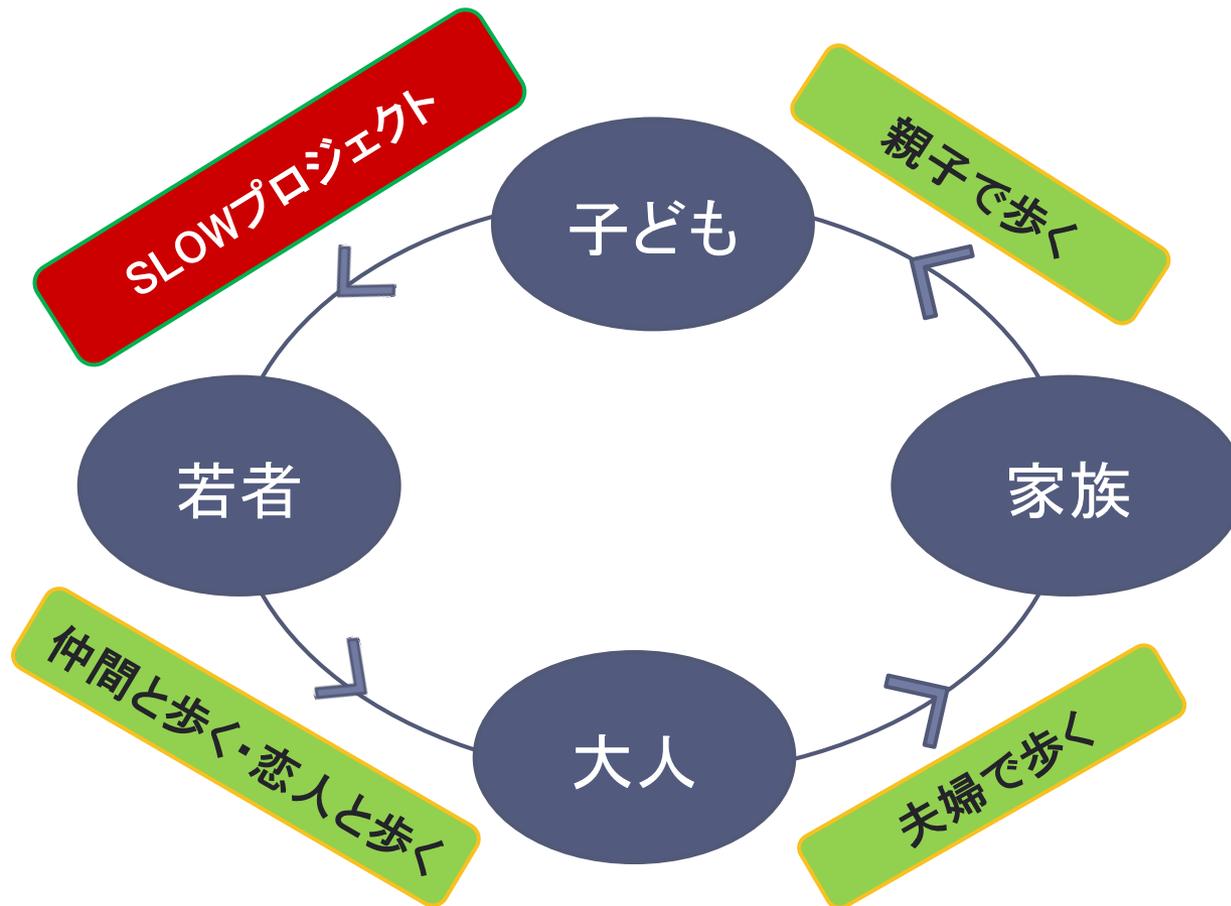
文化の創造

ウォーキング

役割分担

1 「ウォーキング文化」形成の全体像を検討

⇒1年生高木の提案「理想の循環」で構想がまとまる。



SLOWプロジェクト

「ゆっくり、きれいに、健やかに」



歩くことを通して3世代が繋がる



SLOWプロジェクトの組織化

2 アクション・リーダーの組織づくり(及川、柴本)

⇒近隣の大学(東京電機大学)へのよびかけ

3 協力団体への打診(藤井、小材)

⇒比企自然学校(耕作放棄地を利用した田植え・芋ほりウォークの提案)
大学生協(販路の開拓)

4 拠点となる「SLOW カフェ」の計画(藤井、深瀬、高木)

5 資金作りと収支サイクルの検討(藤井、及川、小材)



「SLOW プロジェクト」のための主な活動

1 ヒアリング(③と④以外は土日を利用)

- ①市民ウォーカー(市内のウォーキングセンターで)
- ②ママ・パパ(市内の子育て支援施設「ソーレ」で)
- ③東松山市教育部子育て支援課課長
- ④一般の市民(中心市街地にある「まちカフェ」で)
- ⑤ウォーキング推進室 奥野清歩氏
- ⑥NPO法人「比企自然学校」(里山保全活動)
- ⑦ダンスやウォーキングに携わる各種の指導者
- ⑧学内の農業や体育関連の先生方

2 SLOW カフェの具体化



課題とその解決

拠点となる「SLOW カフェ」をどこにつくるのか？

- 市内の空き店舗利用（まちカフェモデル）
⇒ 資金的に困難。
- 市が運営する「ウォーキングセンター」内に開設
⇒ 構造上、改装費がかさみ困難
- 既存のカフェを利用する
⇒ 市内のカフェをくまなく調査したが、適当なカフェを発見できず。

調査範囲を周辺地域に拡大し、ヒアリングを継続



拠点としてのSLOWカフェ

・保育園のリノベーションカフェを発見

隣町の吉見町にあるカフェ。ややアクセスが悪い。
オーナーは保育園元園長。「SLOW プロジェクト」に賛同。
カフェの使用にも積極的。

カフェ「そら」(吉見町)



結果と評価

スタート段階

アイディアマンの多いグループではない！という自覚を共有
⇒行き詰るたびに、模造紙を広げて Brain-storming を繰り返す。

中間報告段階

- ・リーダー任せではいけないという雰囲気が出ていった。
- ・一人が出した意見を尊重しみんなで時間をかけて考えるようになった。
- ・お互いがメンバーのすごさに気づいてきた。

最終プレゼンを終えて

- ・フリーライダーでいることは損だ！ということを学んだ。
 - ・実はみんながすごいアイディアマンだったことに気づいた！
-
- 

ご清聴

ありがとうございました。

