

2022 年度（令和 4 年度）

文学部学外活動応援奨学金 実施報告書

2023 年 2 月 28 日提出

中央大学 人文社会学科 中国言語文化専攻

学籍番号：21E1514010L

氏名：谷合莉奈

檜原村の地域活性化を目的とした商品開発

目次

第1章 はじめに

- (1)活動の背景
- (2)活動の目的
- (3)本編の構成

第2章 檜原村の紹介

- (1)地理
- (2)概況
- (3)農作物

第3章 商品の紹介

- (1)商品の概要
 - ①檜原村の活性化に有効な商品イメージ
 - ②商品の5W1H
- (2)ドリンク紹介
 - ①ドリンクの詳細
 - ②商品名について

第4章 活動の紹介

- (1)活動の概要
 - ①スケジュール
 - ②メディアでの紹介
 - ③販売実績
 - ④その他の活動

第5章 おわりに

- (1)活動の成果
- (2)今後の展望

謝辞

第一章

(1) はじめに

はじめに自己紹介をしてから活動の背景について説明したい。著者は東京都の西部にある「檜原村」という都内とは思えないほど自然豊かな場所で生まれた。中学までは地元の学校に通ったが、高校進学の際、村外に一時的に移住した。それまでは閉鎖的な村の雰囲気嫌気がさし、すぐにでも移住したいと考えていた。しかし実際に離れてみると檜原村は様々な魅力に溢れていたことに気がついた。今回の活動の背景として、現在檜原村では急速に人口減少と少子高齢化が進み地域産業も衰退の一途を辿っているという事情がある。このままでは失われてしまうかもしれない檜原村の魅力をより多くの人に伝えたい、また今まで恵まれた環境で育ててくれた村の人々や檜原村の未来のために活動したい、という想いがこの活動に取り組むきっかけとなった。

(2) 活動の目的

今回の活動の目的は「食品ロス問題解決」と「地域活性化」だ。開発する商品の材料に、売れない・食べきれない・収穫できない等の理由で、捨てられてしまう食品を使用し食品ロスを減らしたい。そして檜原村の魅力を村外の人に広めるだけでなく、村内の人にも再発見してもらうきっかけにすることで地域活性化につなげたい。特に若い世代の人々にこの活動を知ってもらい、檜原村を訪れ、檜原村に住み、そして住み続けるきっかけにしてほしいと考えている。そのために檜原村の特産物である、じゃがいも・ルバーブ・紅茶・ブルーベリー・キウイフルーツ・柚子という6種類を使用したオリジナルドリンク、商品名「むらぺちの®」を開発し、これを村内の飲食店に提案して商品化するという企画を考えた。

本報告書ではこの活動のために奮闘した日々について綴りたいと思う。また本報告書を読んで下さった方が、文学部学外活動応援奨学金について理解を深め、いつか自分のやりたいことがある時「あの大学生にできたなら私にもできるかもしれない、よし、まずはやってみよう！」と行動するきっかけになったり、勇気づけられるようなことに繋がったりすることを期待しつつ、この報告書をまとめたい。

(3) 本編の構成

第一章では活動の背景や目的を紹介する。続いて第二章では檜原村について説明し、第三章では商品の概要などを紹介する。第四章では実際の活動の説明を行い、第五章では活動の成果や今後の展望について述べたい。約一万字に渡る長文だが、この報告書を読んで

下さった方が、読み終える頃にはすっかり檜原村の虜になるような願いをこめて報告書を執筆したいと考えているので、ぜひ最後までご覧いただきたい。

第二章

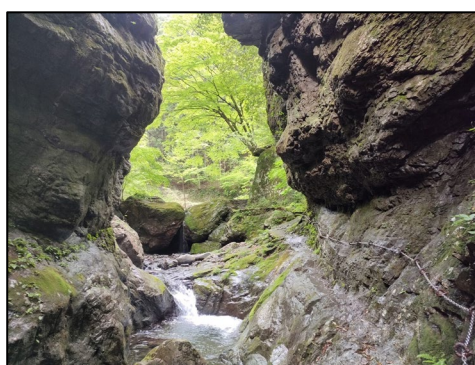
(1) 地理

檜原村は東京都の西部に位置し、山梨県や神奈川県とも隣接している。また島嶼部を除いた東京都における唯一の村であり、面積は東京都の市区町村で3番目に広い。村域の9割以上を森林が占め、平坦地は少なく、村の大半が秩父多摩甲斐国立公園に含まれている。また溪谷や滝などが点在し、多様な動植物が自生する豊かな自然を有している。そのため観光スポットとしても有名でハイキング、ツーリング、バードウォッチング、溪谷での釣りやバーベキューなど手軽な川遊びなどが盛んである。

写真1. 檜原村の位置



写真2. 檜原村の名所（神戸岩）



(写真1 出典：旅のとも ZenTech より

URL: https://www.travelzentech.jp/japan/tokyo/Hinohara_Village.htm)

(写真2 出典：檜原村観光協会 HP より

URL: <https://hinohara-kankou.jp/articles/012/>)

(2) 概況

現在、檜原は人口減少と少子高齢化が課題となっている。檜原村役場 HP の統計資料(表1参照)によると、2023年1月1日現在、檜原の総人口は2,038人で島嶼部を除いた東京都の自治体の中で最も少なく、また、世帯数は1,127世帯である。住民基本台帳を基に作成された資料(表2参照)によると、檜原村の対前年増加率は全体的にみると増えているが、総人口は年々減少している。そして現在(2022年1月1日現在)では65歳以上が人口比の50%以上を占める限界集落の一つとなっている(表3参照)。

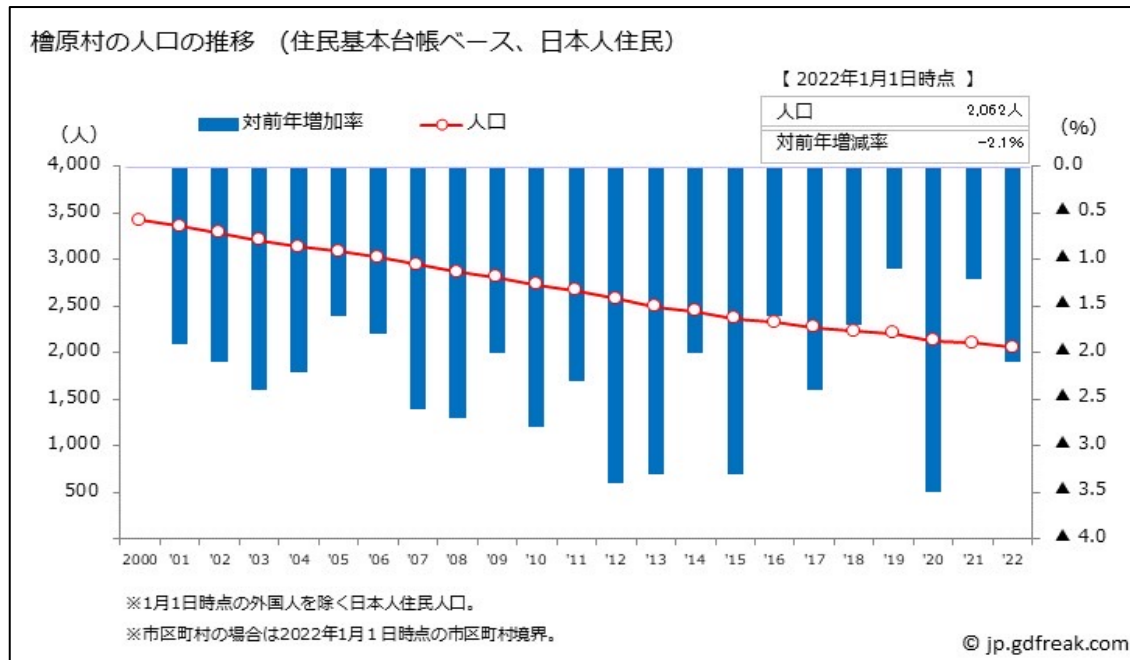
表1. 檜原村の統計資料「人口と世帯数の推移」

令和						
年	男 (人)	女 (人)	計 (人)	人口 対前 年度 比	世帯数 (戸)	世帯 数 対前 年度 比
2	1,051	1,087	2,138	△ 73	1,160	△ 21
3	1,048	1,064	2,112	△ 26	1,165	5
4	1,030	1,039	2,069	△ 43	1,137	△ 28
5	1,010	1,028	2,038	△ 31	1,127	△ 10

出典：檜原村役場 HP 統計資料より

URL: <https://www.vill.hinohara.tokyo.jp/0000000160.html>

表2. 檜原村人口の推移

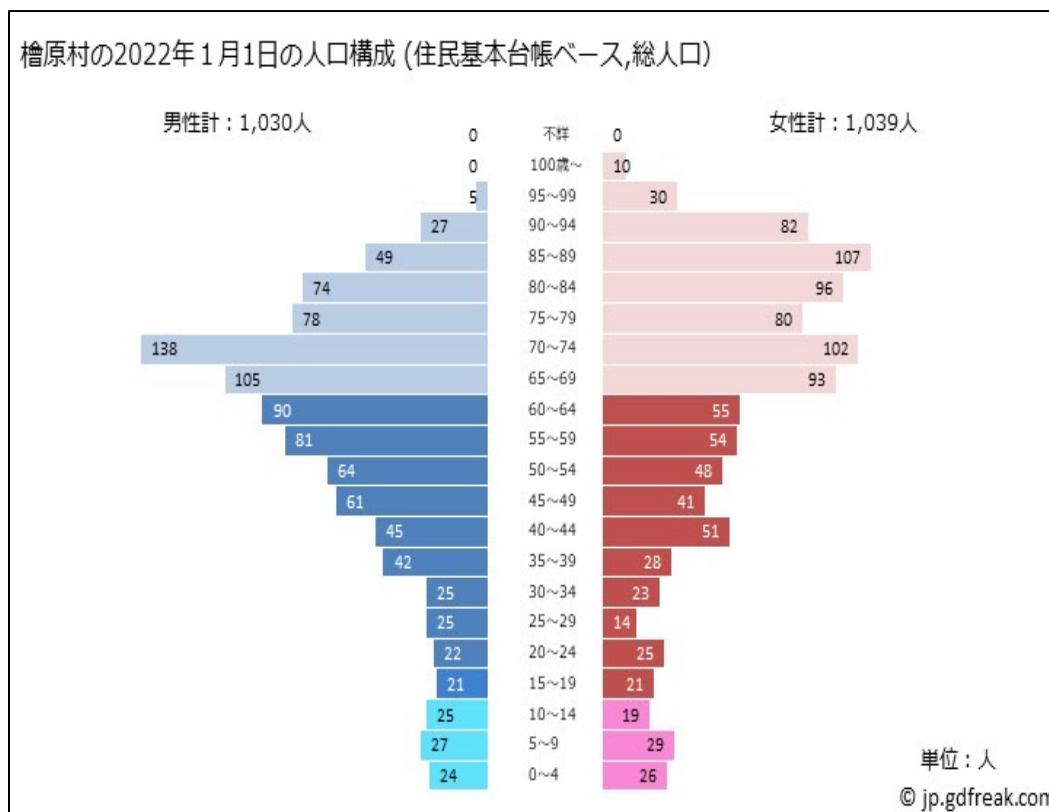


出典：GD Freak! HP より

URL: <https://jp.gdfreak.com/public/detail/jp010050000001013307/15>

(注：データ出所 総務省の国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口、総務省の住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数を基に GD Freak!が作成)

表3. 2022年の人口ピラミット（住民）



出典：GD Freak！HP より

URL: <https://jp.gdfreak.com/public/detail/jp010050000001013307/16>

（注：データ出所

総務省の国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口、総務省の住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数を基に GD Freak!が作成）

また高齢者の大多数が農業を営んでいるが、高齢のため農作物を収穫したくてもできず、廃棄することが多くなっている。そして農家のほとんどが小規模農家のため大量生産できず、村外の商業施設やスーパーマーケットなどで販売したくてもできないという現状にある。地元直売店も数店あるが、運搬の問題をはじめ、規格外の農産物は販売できない、機械化が進みオンラインでの販売交渉が困難等の理由で、収穫しても自分達で処分するしかなく大量の食品ロスが発生していることが課題となっている。

また檜原村には勤務場所が少ないことから生産年齢人口（20～60代）も次々と村外へ流出してしまっている。檜原村役場の統計資料によると、平成17年度と平成22年度の生産年齢人口を比較してみるとわずか5年間で約200人減少している（表4参照）。

加えて村内には保育園～中学校までしかなく、村外の高校まで通学するのに少なくとも平均して約往復4時間以上かかる。そのため多くの学生が高校進学の際に移住してしまう傾向にある。ゲームセンターや大型商業施設、コンビニさえもなく多くの学生は村外

まで遠出して遊ぶしかない。そのため、特に流行している飲食店や観光スポット（スターバックスや原宿など）に憧れを持っている学生が多い。

表4. 檜原村の年齢5階級別男女別人口の推移

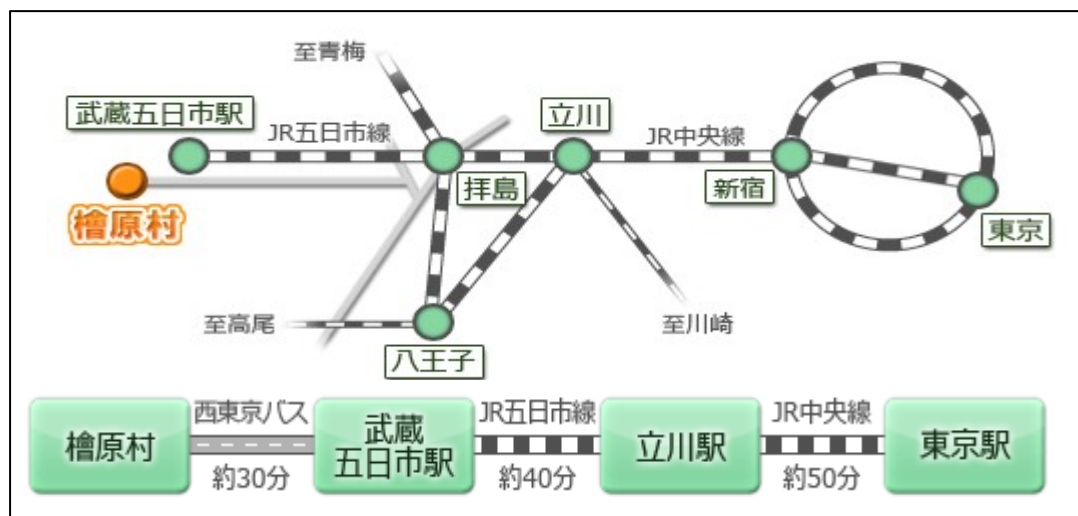
平成17年					平成22年				
階級	男 (人)	女 (人)	計 (人)	割合 (%)	階級	男 (人)	女 (人)	計 (人)	割合 (%)
0才～4才	31	27	58	1.8	0才～4才	25	26	51	1.8
5～9	47	50	97	3.1	5～9	24	30	54	2.0
10～14	61	49	110	3.5	10～14	42	45	87	3.1
15～19	72	51	123	3.9	15～19	52	45	97	3.5
20～24	86	75	161	5.2	20～24	56	41	97	3.5
25～29	58	54	112	3.6	25～29	61	48	109	3.9
30～34	62	47	109	3.5	30～34	45	51	96	3.5
35～39	92	51	143	4.6	35～39	59	46	105	3.8
40～44	85	70	155	5.0	40～44	84	50	134	4.8
45～49	108	61	169	5.4	45～49	87	66	153	5.5
50～54	121	104	225	7.2	50～54	106	62	168	6.1
55～59	147	93	240	7.7	55～59	125	100	225	8.1
60～64	103	102	205	6.6	60～64	148	93	241	8.7
65～69	120	124	244	7.8	65～69	100	105	205	7.4
70～74	126	147	273	8.8	70～74	108	121	229	8.3
75～79	113	154	267	8.6	75～79	103	143	246	8.9
80～84	74	137	211	6.8	80～84	82	137	219	7.9
85才以上	54	160	214	6.9	85才以上	72	183	255	9.2
計	1,560	1,556	3,116	100	計	1,379	1,392	2,771	100

出典：檜原村役場 HP 統計資料より

URL：<https://www.vill.hinohara.tokyo.jp/0000000130.html>

その結果、かつては主に若い世代が林業に携わり高齢になると農作物を販売して生活する、というスタイルが主流だったが、現在は村内に働く場所がないため仕方なく村外に働きに出る人々が多い。また最寄りの駅（武蔵五日市駅）まで（武蔵五日市駅から檜原村役場まで）車かバスで最短でも約30分かかかるような交通の不便な土地であるため（図1参照）、年々村外に移住する人々が増えている。

図1. 檜原村周辺の交通機関でのアクセス



出典：檜原村役場 HP より

URL：<https://www.vill.hinohara.tokyo.jp/0000000059.html>

しかし視点を変えてみれば、都心（東京駅）から電車とバスで約2時間弱という条件であることから、近年は日帰りで行くことができる観光地として人気である。平成29年度に西多摩地域広域行政圏協議会という組織が作成した「西多摩地域入込観光客数調査報告書」によると、年間27.9万人もの観光客が西多摩地域の各市町村を訪れたそうだ。詳細は、以下のとおりである（表5参照）。

表5. 西多摩郡地域入込観光客数

区分		平成29年												合計
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
青梅市	日帰り	80,167	46,853	81,731	115,114	143,682	38,397	50,500	88,676	108,108	84,556	118,209	53,560	1,009,553
	宿泊	5,387	4,808	6,562	7,334	8,932	6,379	8,918	13,745	5,668	6,813	8,774	7,444	90,764
	計	85,554	51,661	88,293	122,448	152,614	44,776	59,418	102,421	113,776	91,369	126,983	61,004	1,100,317
福生市	日帰り	19,860	16,431	29,148	36,091	44,411	40,472	56,581	99,242	41,881	29,113	45,979	22,039	481,248
	宿泊	2,188	2,677	2,090	2,211	1,927	2,208	2,615	2,133	2,646	2,819	2,655	2,335	28,504
	計	22,048	19,108	31,238	38,302	46,338	42,680	59,196	101,375	44,527	31,932	48,634	24,374	509,752
羽村市	日帰り	22,213	19,528	33,669	44,431	52,445	20,250	19,401	31,543	35,726	40,029	40,761	21,106	381,102
	宿泊	536	571	622	710	734	561	746	978	580	652	687	721	8,098
	計	22,749	20,099	34,291	45,141	53,179	20,811	20,147	32,521	36,306	40,681	41,448	21,827	389,200
あきる野市	日帰り	65,048	58,473	102,332	127,057	166,643	122,528	177,737	485,815	171,394	105,997	158,412	71,857	1,813,293
	宿泊	841	832	2,321	3,224	4,945	2,628	13,901	19,065	6,434	3,452	4,288	1,279	63,210
	計	65,889	59,305	104,653	130,281	171,588	125,156	191,638	504,880	177,828	109,449	162,700	73,136	1,876,503
瑞穂町	日帰り	5,008	7,525	11,895	11,426	8,955	5,192	5,763	8,517	7,949	6,809	8,294	4,657	91,990
	宿泊	24	10	20	101	168	41	182	347	32	76	84	90	1,175
	計	5,032	7,535	11,915	11,527	9,123	5,233	5,945	8,864	7,981	6,885	8,378	4,747	93,165
日の出町	日帰り	55,869	42,861	55,445	60,174	67,890	48,393	59,822	68,684	61,343	56,615	61,692	54,890	693,678
	宿泊	0	0	0	6	43	13	172	333	111	50	77	0	805
	計	55,869	42,861	55,445	60,180	67,933	48,406	59,994	69,017	61,454	56,665	61,769	54,890	694,483
檜原村	日帰り	9,341	6,498	15,710	26,377	35,002	22,695	28,135	35,638	21,786	18,065	30,144	12,467	261,858
	宿泊	59	52	88	435	1,089	433	3,426	6,858	1,797	6,858	1,290	201	16,704
	計	9,400	6,550	15,798	26,812	36,091	23,128	31,561	42,496	23,583	19,041	31,434	12,668	278,562
奥多摩郡	日帰り	32,845	30,976	49,830	72,165	93,957	46,918	74,318	128,659	83,694	66,223	111,402	39,800	830,787
	宿泊	3,135	3,672	5,632	6,761	16,665	9,718	22,527	39,223	17,749	9,772	13,084	4,923	152,861
	計	35,980	34,648	55,462	78,926	110,622	56,636	96,845	167,882	101,443	75,995	124,486	44,723	983,648
合計	日帰り	290,351	229,145	379,760	492,835	612,985	344,845	472,257	946,774	531,881	407,407	574,893	280,376	5,563,509
	宿泊	12,170	12,622	17,335	20,782	34,503	21,981	52,487	82,682	35,017	24,610	30,939	16,983	362,121
	計	302,521	241,767	397,095	513,617	647,488	366,826	524,744	1,029,456	566,898	432,017	605,832	297,369	5,925,630

出典：平成29年度西多摩郡地域入込観光客数調査報告書より

URL：<http://www.nishitama-kouiki.jp/nishitama/wp-content/uploads/2021/02/kanko-29.pdf>

そのため、山・川・滝など自然の観光地だけでなく、次々と新たな観光スポットが出現している。例えば、私のアルバイト先であるじゃがいも焼酎工場「ひのはらファクトリー」もその一つだ。

写真3. ひのはらファクトリー

この施設は2021年7月にオープンし、村の野菜や加工品、雑貨の販売と飲食の提供などを行っている。施設の指定管理者である(株)ウッドボックスは、以前は山梨県大月市に本社があったが、当施設の創設とともに檜原村に移転し、檜原村役場と協力しながら運営している。



出典：ひのはらファクトリーHP より

URL：<http://www.nishitama-kouiki.jp/nishitama/wp-content/uploads/2021/02/kanko-29.pdf>

また檜原村役場では大学や学生と共同して様々な活動を展開している。

2022年度には中央大学商学部の学生と檜原村が連携して地サイダー（ルバーブサイダー）の企画・販売を行った。

写真4. ルバーブサイダー

中央大学商学部のHPに掲載された紹介記事によれば、学生がゼミの活動で地域の資源を活かしたビジネスづくりにチャレンジし、檜原村の地域活性化を図った。活動の背景として、檜原村を訪れる10・20代の観光客が少ないことから、若い方向けのSNS映えする見た目の商品を開発することになったそうだ。2022年11月2日から村内の各店舗で販売開始しており、現在も絶賛発売中だ。



(出典：中央大学 商学部 HP より)

URL：<https://www.chuo-u.ac.jp/academics/faculties/commerce/news/2023/01/64115/>

このように檜原村では村外の団体とも積極的に協力しながら村の発展のために様々な活動が展開されている。

(3) 農作物

檜原村では豊かな自然環境を活かし、四季折々の特色溢れる様々な農産物が収穫される。春頃にはルバーブが収穫される。先程紹介した「ルバーブサイダー」の主原料であるルバーブ（タデ科ダイオウ属、多年草、和名ショクヨウダイオウ）は野菜に分類されるが、あんずのような独特な香りと、リンゴやレモンのような酸味があるため、砂糖とあわせて

ジャムなどに加工されることが多い。またルバーブはシベリア南部原産の植物である。シベリアの気候や土地が、檜原村と共通する部分があることから栽培研究が行われ、今では村を代表する農作物の一つとなっている。夏には梅やブルーベリー、秋には栗やキウイフルーツ、冬には柚子などが収穫される。農作物の中でも特に有名なのは、じゃがいもである。大部分が山間部である檜原村では畑は斜面が多い。じゃがいもは水はけのいい場所が適しており、檜原村の斜面に作られた水はけの良い畑で栽培されるじゃがいもは美味しいと評判だ。そのため、生産人口が少ない割に収穫量はかなり多い。

日本の農作物収穫量を調査するジャパクロップスという会社の運営するウェブサイトが日本全国の農作物の収穫量について調査した結果、檜原村では1年間（2006年度）に春植え馬鈴薯（じゃがいも）の収穫量が東京都で8番目に多く、約191(t)も収穫されている（表6参照）。

表6. 檜原村の農作物収穫量（じゃがいも）

檜原村		2006年度産	
春植えばれいしょ じゃがいも			
			
項目	値	順位	
		東京都	日本
収穫量	191(t)	8(位)	630(位)
作付面積	11(ha)	6(位)	614(位)
出荷量	58(t)	20(位)	536(位)
*東京都内の順位は40の市町村の中の順位、日本の順位は全国1805の市町村の中の順位となっています。			

出典：ジャパクロップス HP

URL: <https://japancrops.com/municipalities/tokyo/hinohara-mura/crops/>

檜原村ではじゃがいもを村で1番有名な農産物として栽培や商品開発を推奨しており、既にじゃがいもを主原料とした焼酎やクッキー、アイスなど様々な商品が販売されている。

写真5. ジャがいもクッキー



写真6. ジャがいもアイス



写真7. ジャがいも焼酎



出典：写真5, 6, 7 筆者撮影

以上のような背景から、今回の活動にあたってジャがいもをはじめとする四季折々の農作物を使用して新たな商品を開発し、檜原村の魅力をより多くの人々に発信していきたいと考えた。

第3章

(1)商品の概要

① 檜原村の活性化に有効な商品イメージ

はじめにどのような商品が檜原村のPRに効果的なのか、現状を把握し分析する必要があると考えたため、筆者は村民と村外から訪れる観光客を対象に村内の商業施設にてインタビュー形式でアンケート調査を行った。調査概要は以下のとおりである。

アンケート(インタビュー形式)実施

●調査概要

- ◇調査目的：檜原村の活性化に有効な商品イメージを調査する
- ◇調査対象：村外から檜原村を訪れる観光客と檜原村住民(10~70代の58人、村内29人、村外29人、比率村内：村外=1：1)
- ◇調査方法：村内のガソリンスタンド(出光石油)、お土産屋(山の店)、飲食店(ひのはらファクトリー)の協力を得て、インタビュー形式の調査を行った。
- ◇調査項目：「檜原村の特産物を使用したどんな食べ物があったらよいと思いますか？」
- ◇調査期間：2021年7月1~7月31日

調査の結果、地元住民からは特に以下のような声が上がった。「規格外、売れない、高齢化のため収穫できないような食品ロスになってしまう農作物をどうにかしたい」

「檜原村にはまだこれといったお土産がないため、若い人の感性で見た目が映えるオシャレで可愛い、簡単に作って食べられる食品があったらいい」という意見が多かった。

また観光客の方からは、「ハイキングやツーリングするときに便利な片手で移動しながらでも食べられる物」「既に定食屋などはあるから、ワンコインくらいで手軽に買えるテイクアウトのもの」「ここ(檜原村)でしか味わえないオリジナルティー溢れるもの」などの意見が上がった。

以上のアンケート結果から、村民と観光客によって意見がわかれた。しかし、いずれのニーズにも応える食品の商品開発をする必要があることが判明した。

② 商品の5W1H

アンケートで得た意見から求められる商品のコンセプトを考察することにした。5W1HとはWho(だれが)When(いつ)、Where(どこで)、What(なにを)、Why(なぜ)、How(どのように)を指し示すビジネス用語だ。それを基に求められる商品像を考えてみた。

Who	When	Where	What	Why	How
観光客や若い人	昼間	檜原村村内	特産物を使用した食品	食品ロス問題解決・地域活性化	食品を開発・提案し飲食店で販売してもらう

考察の結果、檜原村の特産物を使用したオリジナルドリンクを開発・販売することにした。このような商品(ドリンク)を開発すれば村民と観光客のいずれのニーズにも応えることができるのではないかと考えた。

またアンケートを行った結果、あることに気がついた。私が個人的に店舗を構えて商品を販売するよりも、既に檜原村村内にある飲食店や商業施設地域に、今檜原村で求められる商品を企画・提案し、商品化してもらう方が現実的であり、加えて、より地域の活性化につながるのではないかと考えた。そのため今回の活動では私のアルバイト先のじゃがいも焼酎工場「ひのはらファクトリー」のカフェエリアに私の想いを伝え、商品(ドリンク)を企画・提案し、商品化させてもらうことになった。

(2)ドリンクの紹介

① ドリンクの詳細について

ドリンクには檜原村の特産物6種を使用することにした。それぞれの種類は次のページに掲載した写真にあるように、じゃがいも、ルバーブ、ブルーベリー、紅茶、キウイフルーツ、柚子の6種類だ。ドリンクのレシピはとても簡単で、それぞれの種類の農作物と牛乳とシロップ(農作物を砂糖漬けにしたものを使用)をミキサーで混ぜるだけで

ある。レシピを簡素にすることで、村内の飲食店のどこでも、誰でも、材料さえあればすぐに作ることができるようにした。また、SNSが発達している現代は写真映えする商品が流行する傾向にあるため、味はもちろん見た目の良さにもこだわった。そして集客を図るために商品イメージが伝わりやすいポスターを作成し、SNS (Instagram) で情報を発信したほか、村内の公衆トイレや公共施設に掲示した。このポスターのデザインは筆者が「Phonto」という無料のアプリケーションを使用して自力で作成し、印刷も自宅のコピー機で印刷することでなるべく費用を節約した。また材料費も廃棄される予定だった農作物が中心のためコストを抑えることができた。そのため、1杯あたり550～660円とほぼワンコインで購入可能な価格設定が可能になった。じゃがいもむらぺちの[®]は通年販売の定番商品とし、他の種類は旬の季節に応じて期間限定販売することで、また檜原村を訪れたいくなる、リピーターを増やす工夫もこらした。以下は開発した商品のポスターと原材料の写真である。

・じゃがいもむらぺちの[®]

(じゃがいもは規格外の小さいもの、一部虫食いのものを使用)

写真8. じゃがいもむらぺちの[®]ポスター



写真9. 原材料のじゃがいも



出典：写真8, 9 筆者撮影

・ルバーブむらぺちーの®

(ルバーブの茎の緑の部分を使用(通常、茎の赤い部分が使われ、緑の部分は捨てられるため、今回は茎の緑の部分を使用した))

写真 10. ルバーブむらぺちーの®ポスター



写真 11. 原材料のルバーブ



出典：写真 10, 11 筆者撮影

・ブルーベリーむらぺちーの®

(ブルーベリーは、高齢のため自ら収穫することが難しい農家さんの畑から収穫の手伝いをする事で破格の価格で提供していただいた)

写真 12. ブルーベリーむらぺちーの®ポスター



写真 13. 原材料のブルーベリー



出典：写真 12, 13 筆者撮影

・紅茶むらぺちーの®

(紅茶の茶葉を製品化にする際に生じる端材を仕入れた)

写真 14. 紅茶むらぺちーの®ポスター



写真 15. 原材料の紅茶



出典：写真 14, 15 筆者撮影

・キウイフルーツむらぺちーの®

(キウイフルーツは高齢のため自ら収穫することが難しい農家さんの畑から収穫の手伝いをすることで破格の価格で提供していただいた)

写真 16. キウイむらぺちーの®ポスター



写真 17. 原材料のキウイフルーツ



出典：写真 16, 17 筆者撮影

・柚子むらぺちーの®

(柚子は規格外の小さいもの、一部虫食いのものを使用)

写真 18. 柚子むらぺちーの®ポスター



写真 19. 原材料の柚子



出典：写真 18, 19 筆者撮影

② 商品名「むらぺちーの®」について



今回このドリンクの名称には商品のイメージが浮かびやすく、可愛く、話題性のある名称として、(株)スターボックスの代表的商品「フラペチーノ®」を参考に、檜原村の“むら”とフラペチーノの“ぺちーの”を組み合わせる「むらぺちーの®」と名付けた。そうすることでスターボックスに憧れがある村内の学生にも興味をもってもらいやすくする狙いもある。

また村内外の人々から親しまれ、村のシンボルとなるような商品にする必要があると考え、商標登録とシンボルマークの考案を行った。商標登録とは、商品や役務の提供者が提供元を他者と区別するために使用する標識を登録し、商標権を取得する手続きであり、概要は以下のとおりである。(詳しくは図2を参照)


図2. 商標登録の基本


商標の「き」「ほ」「ん」 ~これだけは押さえておきたい3点~

【基本の「き」】
商標とは次の2点を満たすものを指します。
(1) **事業者が使用するマーク**
(2) **自己の商品・サービスと他人の商品・サービスを区別するために使用するマーク**

 ばてまる社のマーク  JPO社のマーク

【基本の「ほ」】
商標権 = 「マーク」 + 「使用する商品・サービス」のセットで登録される。
※マークだけを登録しているわけではない。

 + 【第12類】自動車
【第12類】自動車 においては、ばてまる社の商標

 + 【第43類】宿泊施設の提供
【第43類】宿泊施設の提供 においては、○×社の商標

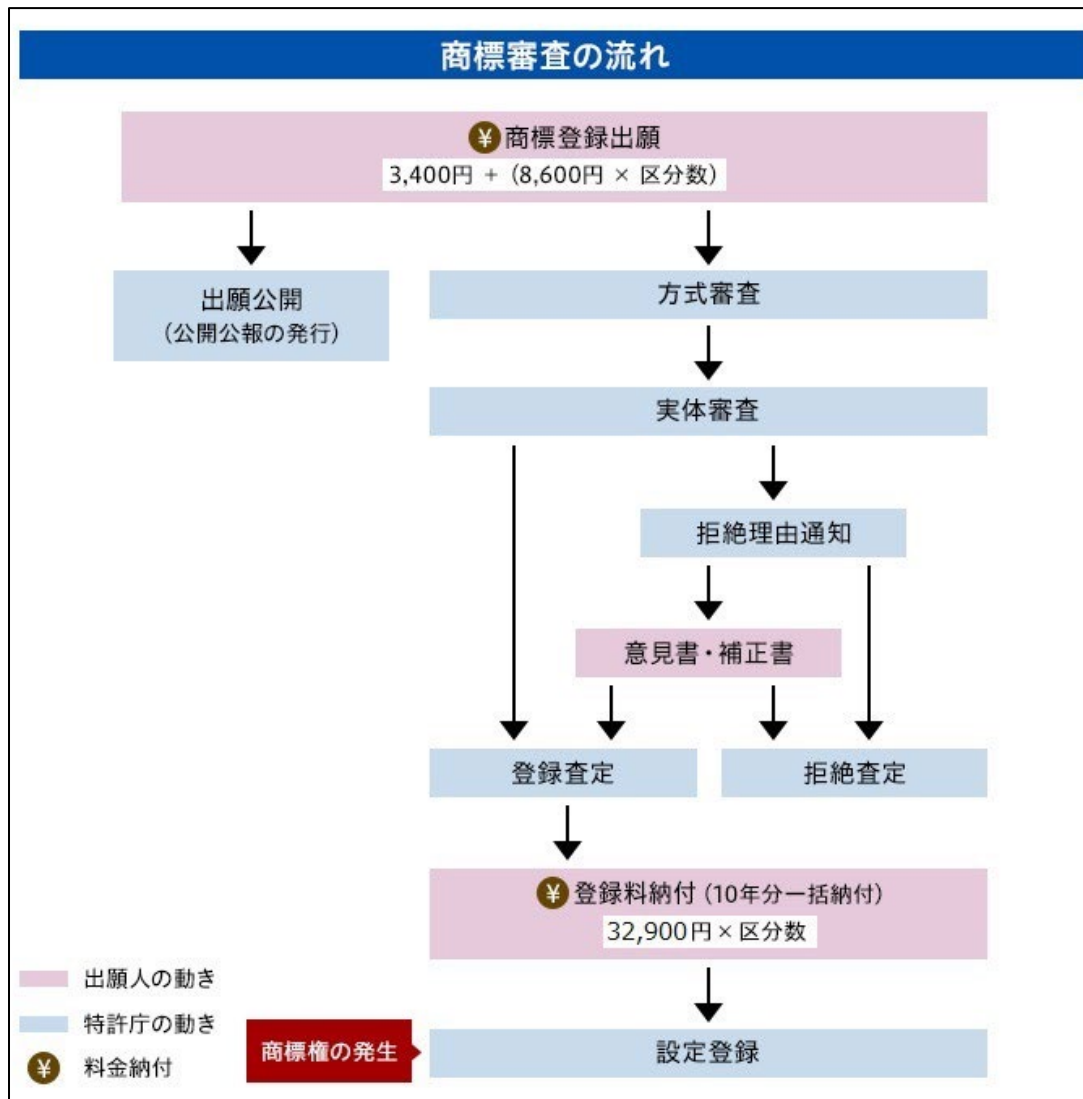
【基本の「ん」】
商標権を取る主なメリットは2つあります。
(1) 商標権を取得しておくことによって、自分の商標として使い続けることができる。
(2) 自分の登録商標もしくはそれと似たような商標を使っている人に「使うな！」と言える。
(指定商品・指定役務について独占することができる。)

出典：経済産業省 特許庁 HP より

URL : <https://www.jpo.go.jp/system/basic/trademark/index.html>

商標登録をする方法は以下の手順で行われる（図3参照）。

図3. 商標登録審査の流れ



出典：経済産業省 特許庁 HP より

URL : <https://www.jpo.go.jp/system/basic/trademark/index.html>

商標登録しようと考えたきっかけは、「むらぺちの®」という称呼が、(株)スターバックスのとても有名な商品（「フラベチーノ®」）と類似していたためである。2003年12月にスターバックスは、韓国（ソウル）のコーヒーショップ・チェーン「エフレア（Elfrey）」に対して商標ならびにロゴマークがスターバックスの商品と類似しているとして特許庁審判院に告訴した例がある（写真20参照）。

写真 20. スターバックス、類似商標訴訟



出典：AFPBB News より

URL: <https://www.afpbb.com/articles/-/2165827>

「むらぺち一の®」の開発が商標権侵害などの問題にならないように注意する必要があったが、私には商標について全く知識がなかった。そこで、商標登録を行うために 2021 年 10 月頃から秋葉原にある東京都知的財産総合センターに通い始めた。そこで商標に関する知識や申請の手続きについて学んだ。担当者の方と何度も会議を重ね、多大なるご指導とご協力をいただいた結果 2021 年 12 月 11 日に霞が関にある特許庁に出願することができた。そして 2022 年 5 月 16 日、査定の結果、無事に商標が登録され、今後 10 年間は名称を独占して使用することができるようになった。名義上筆者個人の名前で取得したが、筆者一人でこの活動を継続していくことは困難である。今後もこの活動を継続していくために、称呼「むらぺち一の®」とロゴマークは私以外の個人や団体も使用可能にしたいと考えており、村内で検討する予定である。

写真 21. 商標登録申請書類



(出典：筆者撮影)

ロゴマークは筆者がデザインした。6種類のドリンクに合う6種類のカラーバリエーションを用意した。これまでも檜原村の特産物を使用した加工品は数多く存在したが、おしゃれなパッケージがあまりなかったので、デザイン性を重視して作成した。“M”は「むらペチーの®」の“む”から由来している。「HINOHARA IN TOKYOU JAPAN」と記載したのは、檜原村の名前が東京都や日本だけでなく、世界にも通用するようにしたいという願いが込められている。「Murapechino Syrup」と記述されている件については第4章で説明する。

写真 22. むらペチーの®ロゴマーク



(出典：筆者作成)

第4章

(1)活動の概要

① スケジュール

今回の活動は、商品開発や商標登録から販売にいたるまでの具体的なスケジュールを立てる中で、タイムマネジメントの重要性を意識した。実際の活動内容を時系列で整理すると、以下のとおりである。（表6参照）。

表6. 活動スケジュール

No.	スケジュール内容	開始日	終了日
1	アンケート実施	2021年7月1日	2021年7月31日
2	農作物募集	8月	12月
3	呼称・ロゴマーク考案	9月	12月
4	商標登録手続き	10月	5月
5	むらぺちーの®試作	12月	2022年8月
6	SNS運用	2022年1月	継続中
7	村内の飲食店に企画の提案	4月	同月
8	中央大学文学部学外活動応援奨学金	5月	継続中
9	ドリンク販売準備	6月	8月
10	じゃがいもむらぺちーの販売	8月21日	継続中
11	ブルーベリーむらぺちーの販売	12月7日	12月18日
12	キウイフルーツむらぺちーの販売	12月10日	12月18日
13	紅茶むらぺちーの販売	2月1日	2月28日
14	柚子むらぺちーの販売	2月1日	2月28日
15	ルバーブむらぺちーの販売	2月1日	2月28日

(出典：筆者作成)

2. 農作物募集、6. SNS運用と、7. 村内飲食店に企画の提案については後述する。

2. 農作物募集

写真. 23 農作物募集ポスター

村産農作物
大募集!!

少量・形不揃い 大歓迎☆

檜原村の特産物を使用した商品を開発!

- ・目的 檜原村の特産物を使用して食品ロス・地域活性化に貢献
- ・商品 特産物を使用した特製シロップ
- ・対象者 村内で農作物を栽培されている方
- ・対象作物 (檜原村で収穫された下記の作物)

ルバーブ ブルーベリー ユズ キウイフルーツ

・連絡先 FAX : 598-0017 TEL : 042-598-0017 詳細などはお気軽にお問い合わせください!

Mail : murapechiino@gmail.com

(出典：筆者作成)

より多くの農作物を募集するために、このようなポスターを作成し農家の方がよく訪れる施設にポスターを設置したいと考えた。村内の公共施設を何件も回り、この活動の目的を伝えて相談した結果、診療所、ショッピングストア(かあべえ屋)、農業協同組合の受付カウンターの計3か所の施設に協力を得て掲示することができた。その結果45件もの問い合わせを受け、多くの農家さんと交流し様々な思いを知ることができた。その中でとある農家さんの意見が特に心に残った。「若い人たちがみんな外に出てってしまうのは、ここ(檜原村)では食べていけないからだろ?でも若い人たちが畑や村の自然素材を使い製品にして、販

売して収入を得られれば、ずっと村で生活していける。そのための土台作りをしていきたいんだ。」このように語ってくれた鈴木留次郎さんは元副村長で檜原村のことは何でも知っている。じゃがいも栽培組合の会長や、農産物加工販売をする団体の代表も務めていて、農業の6次産業化の先駆者である。農業の6次産業化とは、1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業を掛け合わせて総合的かつ一体的な推進を図り、農山漁村の豊かな地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取り組みのことだ。鈴木さんは、この活動のために使用する農作物を選ぶ際に助言を下さったり、むらぺちーの®ドリンクのじゃがいもと、ルバーブも鈴木さんから購入させてもらうなど、様々な面で強力なサポートをいただいた。

写真 24. ルバーブを持つ鈴木留次郎さん
(写真掲載の許諾あり)

鈴木さんの思いを直接聞いて、筆者も「若者が暮らせる村づくり」に貢献したいと強く思い、よりこの活動に取り組む意欲が湧いた。またこの活動を通して“人と人のつながり”の重要さに気づかされた。鈴木さんをはじめ多くの農家の方々とつながったことで、多くの知識や発想を得て、今あるものを新たな視点から見て考えられるようになった。この活動では食品ロス問題解決・地域活性化につながるモノを売るだけではなく、“人と人のつながり”の重要さなども伝えていきたいと思った。



出典：檜原村観光協会 HP

URL：<https://hinohara-kankou.jp/articles/d004tomesannorhubarb/>

6. SNS 運用

より多くの人にこの活動について知ってもらうために、早期から Instagram にて情報発信を行った。できる限り頻繁に投稿し流行の様々な機能を駆使する工夫を凝らしたことにより、フォロワーも約 450 人獲得することができた。また Instagram を見てこの活動とむらぺちの®について知り、檜原村を訪れてくれた人々も数多くいた。このように実際に効果も出ている。

写真. 25 むらぺちの®Instagram の QR コードとプロフィール



(出典：筆者撮影)

7. 村内飲食店に企画の提案

ひのはらファクトリーにこの活動を紹介し提案したところ快諾してもらえた。しかし従業員の平均年齢が 60 代と高齢の方が多く、これ以上のメニューの増加は従業員の負担となることが予測されたため、ドリンクの下準備(農作物と牛乳とシロップをミキサーで攪拌し冷凍したもの)は筆者が営業時間前に行うこととなった。そうすることで提供時はトッピングをするのみで簡単にドリンク作成ができるようになった。

② メディアでの紹介

これまでの活動を通して計 3 回メディアからの取材を受けることができた。はじめは 2022 年 10 月 6 日に檜原村の地域おこし協力隊が発行している『SPOON』という雑誌取材を受け、12 月号に掲載された(写真 26 参照)。

次にテレビ朝日の「帰れマンデー 見つけ隊!!」という番組の 2022 年 10 月 17 日放送回で檜原村の特集があり、むらぺちの®が紹介された。番組の取材では、私自身もインタビューを受けて商品を紹介した(写真 27 参照)。

最後に 2023 年 2 月 17 日に『西の風新聞』という西多摩地域に特化したタブロイド版の地域新聞社の取材を受けた。2023 年度の発行時に掲載される予定だ。

筆者自身がこれらの取材を受けるために交渉したわけではないが、農作物募集ポスターや Instagram での情報発信、農家さんやドリンクを飲んだ人の口コミによって取材の依頼がきた。メディアの影響は大きく、放送・出版後にはかなり知名度が向上した。なかには「むらぺちの®目的で檜原村を訪れました」という声も上がった。

写真. 26 『SPOON』記事

ひのはら SDGs

第3回
食材ロスをなくして、村の振興へ！

谷合 莉奈 さん（ひのはらファクトリー）

今回は、ひのはらファクトリーでシロップの商品開発に取り組む谷合莉奈さんの活動をご紹介します。

幼少期に大人同士の会話から「高齢で収穫が難しい、野菜やお茶の端を捨てている」など食材が廃棄されている現状があることを知った莉奈さん。高校時代に村外で過ごした経験から、改めて人のつながりや温かさ等の村の魅力を感じたと言います。

村の振興や農家の応援に繋がることがしたいとの想いから、檜原村の食材を活用したシロップの開発をスタートさせました。

シロップは5種類(ルバーブ・紅茶・ブルーベリー・柚子・

キウイ)ひのはらファクトリー他、村内の直売所などで販売される予定です。

商品の開発にあたり大切にしてきたのは、地域の人の声に耳を傾けること。活動を通して、人と人とのコミュニケーションの中からアイデアが生まれると感じたそうです。

村外への魅力発信とともに、村内の人たちにも檜原村の良さを再認識してもらおうきっかけにしたいと想いを語ります。

谷合莉奈さんのアイデアと行動力が、檜原村に新たな風を巻き起こします♪

おしゃれなシロップ！
ファクトリーに立つ谷合莉奈さん！

写真. 27 「帰れマンデー」取材

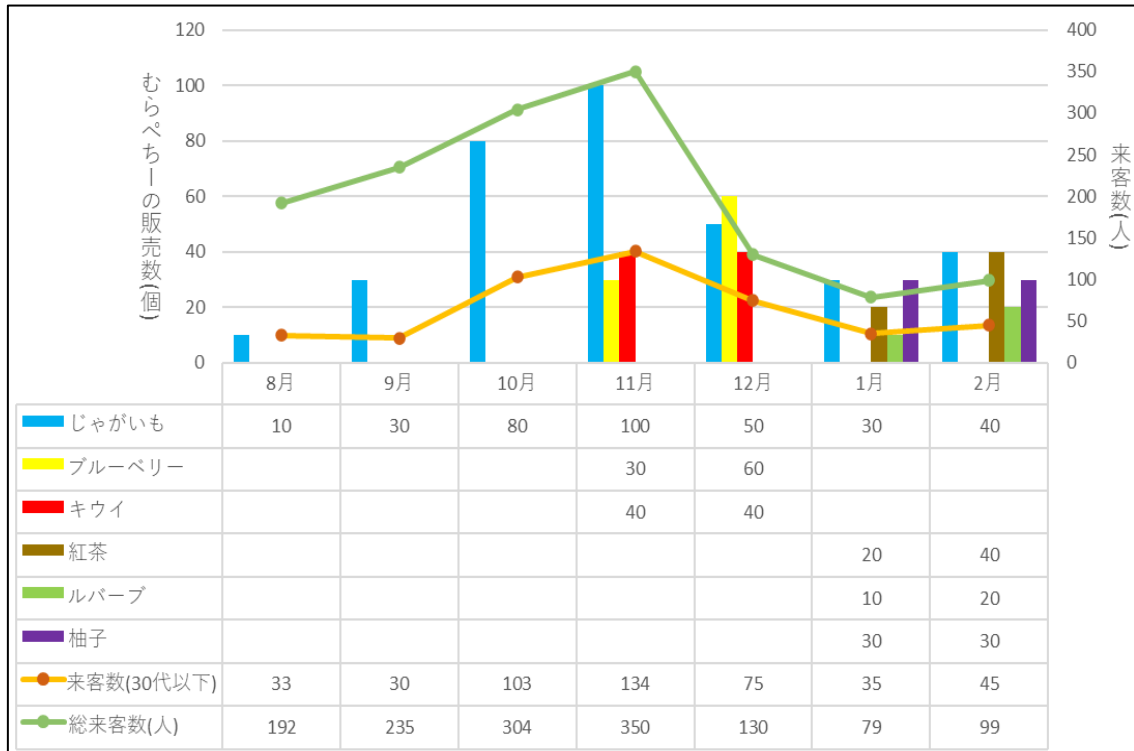


出典：写真 26、27 筆者撮影

③ 販売実績

販売実績と来客数は、以下のとおりである。

表7. 販売実績と来客数



出典：ひのはらファクトリーでの売り上げ情報(ドリンクの下準備を 10 個単位で行った関係で、売り上げ実数にも端数はない)と、来客情報(来店時に記入する名簿にある年齢の項目を参照)をもとに筆者作成

この表は8/21～2/27までの約6か月間の販売実績を表している。6か月間の総来客数は1,389人、そのうち30代以下は455人と約三分の一の人々を集客することができた。これまでひのはらファクトリーでは若い世代の来客が少ないことが課題となっていたが、今回の活動により多くの集客を得て、課題を解決することができた。

また6か月間の総売り上げは371,800円であり、大きくひのはらファクトリーの運営にも貢献できた。特に12～2月の冬季は閑散期となり例年来客数が減ってしまうのだが、その期間も安定して売り上げを立てている。

そして、来客数や売り上げが上昇したことを、農作物を提供してくださった農家の方々に報告すると、1人の農家さんから以下のような言葉をいただいた。「これまで捨ててしまおうかと思っていたものが、やり方次第で色んな活かし方ができることが分かったよ。でも今は、それだけもったいないことをしてきていたことに気づかされたから、これからは食品ロスが出ないように工夫して取り組んでみようと思う。莉奈ちゃん、このことに気がつかせてくれてありがとうね。」このように言ってもらったときは嬉しさのあまり涙ぐんだ。

これらのことから本活動では、村内の飲食店の集客や売り上げに貢献し、地域活性化で
きただけでなく、農家さんに食品ロスを意識してもらうきっかけにもなり食品ロスの根
本的な問題解決にも効果を発揮することができた。このように想定以上の成果を得るこ
とができた。

④ その他の活動

本報告書ではドリンクについて詳細に説明したが、この活動から派生してもう一つの
活動も同時に行っていた。檜原村役場には「檜原村ものづくり支援事業」という制度があ
る。この制度は、新たなものづくりに必要な経費の一部を檜原村役場が補助することによ
り、地域資源を活かした新製品等の開発や販路を開拓し、地域の振興及び雇用の拡大を
図ることを目的としている。筆者はこの制度を利用してむらぺちの®ドリンクの主な材料
となる「むらぺちの®シロップ」を開発した(写真 28 参照)。2021 年冬頃から資料作成
や、材料の確保等様々な準備を行い、役場の会議でプレゼンテーションをする機会を得て
企画の説明を行った結果、2022 年 8 月 3 日に認定してもらうことができた。このシロ
ップを開発することになったきっかけは、アンケートに応じてくれた方々や農家さんから
「檜原村特産のお土産が欲しい」と要望があったからだ。加えて、この活動について話
した友人からも「檜原村はなかなか遠くて行けないかもしれないから、自宅でむらぺちの
®を飲めたらいいね」と言われたことがあった。これらの意見がもととなり、お土産用に
購入したり、自宅でむらぺちの®ドリンクを再現できるようにしたいと考え、じゃがい
もを除く全 5 種類のシロップを開発した。じゃがいもは腐りやすいため、シロップには適
さないからである。販売は 2023 年 3 月中に開始し、村内の飲食店や道の駅に並ぶ予定だ。

写真 28. シロップのイメージ写真



(出典：筆者撮影)

第三章の最後に説明した、ロゴマークに「Murapechino Syrup」と記載したのは、この
シロップを商品化した際に使用することを考えていたからである。ドリンク容器に貼り

つけることも検討したが、プラスチックの容器に入れて提供するため最終的には、容器とともに、シールも廃棄してしまうことになる。廃棄するごみの量減らすために、ドリンク容器にはシールを貼らないようにした。しかしシロップの容器はガラス製のため完食後も使用することができる。花瓶や小物入れ等にリユースしてもらえるよう、シールや瓶、蓋もすべておしゃれでかわいく檜原村をアピールできるデザインを筆者が考案した。シロップ作製活動にかかる費用には、自己資金と、檜原村役場の「檜原村ものづくり支援事業」で支援を受けた資金を利用した。

第5章

(1) 活動の成果

活動の目的は食品ロス問題解決と地域活性化だった。個人的には目標を達成できたと考えている。まず、廃棄されてしまうはずの全6種類の農作物を購入しドリンクにしたことで食品ロスを削減した。また価値がないと考えられていたものから、新しい価値を生み出す方法を示すなど、食品ロス対策の意識を広めることもできた。

次に、少額ではあるが農家さんも報酬を得てその資金で他の作物を栽培するなど、農業の活性化にも貢献できた。また SNS や取材での情報発信、口コミ等により村内外から多くの関心を集め檜原村の魅力を広められた。実際に、むらべち一の®を目的として檜原村を訪れたり、インターネットで情報共有しこの活動について宣伝してくれるなど、応援してくれた観光客や村民の方々がたくさんいた。特に若い世代が多く、地元の中学生がリピーターになり何度も飲みに来てくれたことがよく印象に残っている。それにより今までよりも顧客の年齢層が下がりより多くの人々の集客につながった、と飲食店の方からも好評をいただいた。その結果、むらべち一の®ドリンクの販売は今後もひのほらファクトリーで継続してもらえることになった。これらのことから農業や飲食店をはじめ、檜原村全体の活性化にも繋げられたと考えている。

しかし活動はすべてが順調でなく、むしろハプニングの連続だった。商標登録や本奨学金の申請書類を作成するために徹夜したり、都内の省庁まで何度も通ったり、発売までの準備不足で飲食店の方からお叱りをいただいたり、農作物が集まらず朝から晩まで一軒一軒農家を訪ね、身体的にも精神的にもかなり苦しかった。特に困難だった点はタイムマネジメントだ。どんなに完璧に計画を立てても自分が想定していたように物事は進まず、はじめはその度に落ち込み活動が停滞してしまうことが多かった。その経験から限られた時間の中で様々なことを考慮しながら予定を立て、ハプニングにも上手に対応し、1つ1つ達成していくことの難しさを知った。また本活動は学校の授業やゼミのように指導して導いてくださる方がいなかったので、指導していただけることのありがたさと、これまでの自分は受動的に活動していたことによりようやく気がつけた。このよう

な気づきがきっかけになって、大学の課題や資格試験、アルバイトなど他の活動でも、タイムマネジメントを意識しながら積極的に行動できるように成長できたと感じる。様々な困難を経験したが応援してくさっている方々の協力によって、何とか今回の活動を行うことができた。

これらの経験から「人と人」、「人とモノ」、「人と地域」の繋がりが与える影響の重要性に改めて気づかされた。以前は必要最低限の繋がりの中で生活することが楽で一番良いことだと考え、住民同士の繋がりが強い地元が嫌になり檜原村を出たこともあった。しかしこの活動で農作物やむらぺちの®という「モノ」を通じて、さらに多くの「人」に檜原村の魅力を伝え「人と地域（檜原村）」をつなげることができた。また様々な「人」と出会い協力してもらうことで1人ではできないようなことも達成できた。このことに気が付けたことは私の人生の中でもとても大きな成果だと思う。

(2) 今後の展望

今後の展望は2つある。

まず、今後も飲食店に、食品ロス問題解決・地域活性化のための商品を提案していく活動を続けたいと考えている。また筆者は中国言語文化を専攻して学んでいるので、近隣の大国である中国の方々が檜原村に訪れたいくなるように、SNSで中国語を使用して檜原村アピールしたり、中国語版の観光案内マップや、標識・音声ガイドを作成するなど、今後檜原村が世界的な観光地としても有名になるように活動したい。

それだけではなく、檜原村はもちろんだが、日本国内の地域の活性化のためにも貢献したいと考えている。そのためにより多くの人のお話を聞き、現場に赴き、様々なことを体験して、視野を広げ、幅広く活動していきたい。

次に、今回の活動で得た様々な経験や想いを多くの人に伝えたいと考えている。具体的には檜原村の小中学校に伺い、檜原村の将来を担う若い世代にこの活動を知ってもらいたい。そして地元檜原村の魅力を再確認することはもちろん、「人と人」、「人とモノ」、「人と地域」の繋がりの重要性を知り、自らの行動のきっかけにもしてもらいたいと思っている。今後も檜原村やほかの地域の方々の、そして自分の未来のために奮闘していきたい。

謝辞

本活動報告書の作成にあたり、多くの方々にご指導ご鞭撻を賜りました。
ここにお名前を記し、感謝申し上げます。

指導教官として終始多大なご指導をいただいた、中央大学文学部中国言語文化専攻及
川淳子准教授に深謝いたします。

同専攻教授材木谷敦教授には活動計画書の作成にあたり、懇切丁寧なご助言を賜りま
した。ここに心から感謝を申し上げます。

文学部学外活動応援奨学金の採用にあたり、文学部長の新原道信教授ほか諸先生方、文
学部事務室の西村克也氏をはじめとする皆様に、様々なご支援をいただきました。厚く御
礼申し上げます。

最後に、本活動に携わってくださった檜原村の皆様には多大なるご協力をいただきま
した。ここに感謝の意を表します。