

はじめに

岐阜市は岐阜県の南部に位置する人口 40 万人の中核市で、名古屋からは電車で揺られること 20 分で到着する立地の良い場所である。清流長良川が市を横切り、金華山をはじめとする山々に囲まれた風光明媚な土地でもある。長良川（長良川鵜飼、小瀬鵜飼）では毎年 5 月～10 月に、国内で唯一“宮内庁式部職鵜匠”の肩書を与えられた鵜匠が鵜飼を行っている。戦国の名将・斎藤道三や織田信長とのゆかりも深く、寺社仏閣も多く残され、歴史ある町でもある。

岐阜市の課題

冒頭でも述べた通り、名古屋へのアクセスも良く、自然にも恵まれ、歴史ある土地であるのだが、「都会過ぎず田舎過ぎず暮らしやすい」ⁱと評されるように、都会志向のある若年層や名古屋勤務の若年層の愛知県への転出が多いことが岐阜市の課題の一つである。また、長良川の鵜飼は有名ではあるものの、開催期間が限られ、その他の史跡も全国的に有名な場所は少ない。岐阜市には年間を通して観光を誘致できる資源や、岐阜市の名から連想する全国的に知名度の高い名産品や産業がないのである。そして、その何も無さが岐阜市への転入者へのアンケート結果にも繋がっており、転入前に気付かなかった岐阜市の魅力は何ですか？という問いへの回答 3 番目に「魅力はみつかっていない」ⁱⁱが上がってしまったのだと考えられる。また、同調査の岐阜市に住み続けるために必要なことは何ですか？という問いへの回答で上位 3 番目に「働く場の充実」が挙げられ、市民にとって魅力ある職場が不足していることにも注目したい。

岐阜市立図書館の課題

岐阜市立中央図書館、もとい、“ぎふメディアコスモス”は全国的に有名である。これは決して誇張ではなく、毎日のように行われている視察は日本国内のみならず海外から訪れる団体も含まれている。“伊東豊雄の建築”、という付加価値が、図書館界だけではなく建築業界、そして観光客の興味を引いている。そして、滞在型図書館として快適な環境を提供することを重視している岐阜市立中央図書館では、貸出し冊数の増減に囚われることなく様々な試みに挑戦している。しかしながら、ビジネス支援に絞って開館してからの数年を振り返ってみると、岐阜県よろず支援拠点と連携しているビジネスチャレンジ支援相談窓口だけに比重が偏り、岐阜市立図書館独自のビジネス支援サービスが弱いようにも感じられる。もちろん、司書同席で行われる相談窓口は立派なビジネス支援であるが、

図書館の軸であるレファレンスによるビジネス支援や他機関との連携が弱いのではないだろうか。また、その図書館単独での独自サービスへの意識の弱さが、岐阜市立図書館のビジネス支援のアピール不足にも繋がっている。

岐阜に引っ越して来て感じたこと

私は令和5(2023)年に岐阜市へ引っ越して来た。これまでの人生で岐阜市には全く縁が無く、あまり意識もしなかった市町村である。しかしながら、名古屋から電車で20分という利便性の良い立地、そして、自然豊かで不便でない程度の田舎具合がすぐに気に入った。さて、このこととは別に岐阜市に来て強く印象に残ったものがある。それがスポーツ用品店、特にアウトドアに特化した店が多いということだった。スポーツ用品店のヒマラヤが全国で唯一アウトドア専門店をオープンしたのが岐阜市であり、ショッピングセンターに行ってもモンベルや好日山荘などのアウトドア用品店の売り場面積が広く、充実している。自分の地元ではこの規模の売り場や店舗数が無かったので非常に強く印象に残った。

岐阜とバーベキュー

後日判明したことだが、スポーツ用品店ヒマラヤが令和3(2021)年8月～令和4(2022)年7月に調査した県別バーベキュー関連グッズ売上高ⁱⁱⁱで岐阜県が堂々のナンバー1に輝いたという。その額約2,130万円、2位の山口県が約1,062万円であったので、おおよそ2倍の金額をバーベキュー関連グッズ購入に費やしたことになる。また、岐阜県はバーベキューコンロ所有率No.1(ヒマラヤスポーツ調べ、平成27(2015)年7月～平成28(2016)年6月)^{iv}で、4世帯の内3世帯がバーベキューコンロを所有している計算になるのだと言う。これは大阪府民がタコ焼き器を保有している率と同じらしい。株式会社クロス・マーケティングが、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女5,000人を対象に行った「アウトドアに関する調査(2022年)」^vでは、バーベキューの直近3年以内実施は16%、1年以内は10%であったが、岐阜県内で話を聞くとこの数値は大きく変動する。気候の良い時期では毎週のようにバーベキューを行うという話をよく耳にするのだが、その場所は川だけではなく家の庭だと教えてもらった。それもあってのバーベキューコンロ所有率No.1なのである。(ただし、岐阜県内に限った調査結果を得る事ができず、この項目に関しては周囲への聞き取りと、SNS上で感じた所感である)

オーストラリアとバーベキュー

岐阜県民が庭でバーベキューをすると聞いた際に思い出したのはオーストラリアでの生活だった。オーストラリア人(オージー)の家の庭にもたいていバーベキューコンロが設置され、気が向いた時に家でバーベキューを行っていた。ここまでは海外ではよくある

話だが、驚いたのは多くの公園に無料で使えるバーベキューコンロが設置されていた事である。このコンロはその殆どが公共施設で、州や市で管理されていた。そして、空いていれば市民だけでなく観光客でも使用することができ、平日、週末を問わず様々な人に利用されていた。利用の仕方も至って単純で、バーベキュー用品とスーパーで買った食材があればボタンを押すだけでバーベキューが楽しめる。使い終わったら掃除をして、次の利用者と交代する。出来上がったバーベキューは付近に設置されたベンチや芝生の上で味わえばいい。ゴミ箱も設置されているのでその処分に困ることもなかった。オーストラリアでは公園での飲酒は禁止されているので、酒類が伴うことはなかったが、スーパーで売られている食材はその殆どがオーストラリア産で、公園の近くのスーパーで食材を調達することが殆どだった。家でバーベキューを行う時も同様だ。家の近くのグロッサリーショップで地元の旬の食材を買い、リカーショップで調達したオーストラリア産のワインと共に家族や友人との時間を楽しむ。バーベキューは彼らの生活の一部であり、立派な文化であった。



オーストラリアの公園に設置されている公共のバーベキューコンロ

バーベキューを活用したビジネス支援

オーストラリアのブリスベンでは、その公式ホームページに [Barbecues in parks](#) というページがある程にバーベキューを大事にしている。岐阜でそれを真似て公園にバーベキューコンロを設置するのはスペース面でも管理面でも予算面でも難しいが、各家庭がそれに準ずる数のバーベキューコンロを所有しているのでそれを活用して話を進めたい。

1. 岐阜市にとってのメリット

岐阜人にとってバーベキューは慣れ親しんだイベントである。関心があり興味を引くトピックスでもある。また、先のクロス・マーケティングの調査では直近でバーベキ

ューを実施したのは20代で21%、30代は20%と若い世代で高い結果となった。これが全国調査であることは考慮しなければならないが、この20代～30代という世代は親子二世代での図書館利用を見込める世代であり、幼児や児童を将来の図書館利用者に繋げる為にも注目したい世代である。ただし、岐阜市から最も転出し易い世代でもある。だが、転入超過になる40代以降^{vii}は過去に岐阜市に住んでいた経験がある岐阜市との関係人口が多かった。その、岐阜市との関係性を積極的に作りたい世代である若年層とバーベキューを最も行っていた世代には相関性がある。

2. 図書館の目的

図書館の利用者は固定化される傾向がある。利用する市民は利用し、使用しない市民は全く利用しない。それを、バーベキューという比較的アウトドアに興味があるだろう層を、図書館というある意味インドアの世界に引き込みたいという思惑がある。これが成功すれば今まで図書館に足が向かなかった層を取り込める。また、アウトドア関連で起業を考えている、または起業している市民が、自分の事業と図書館が結びついていない可能性は高い。しかしながら、図書館ではビジネス支援を行っており、起業やビジネスを続けていく上で有用な情報が星の数ほどある。そこをアピールし、ビジネス支援事業の利用率と実績を上げていきたい。

3. 多様な起業の可能性

バーベキューを軸としたビジネス、及び、キャンプ等のアウトドアビジネスは、COVID-19 流行中（コロナ禍）にその需要が急速に伸びた分野である。今はまだ、余暇活動として一般に定着する過程と言えるだろう。定着が進めばそこから発展するものは多岐に渡る。食の面から見れば、地元産食材の地産地消を推し進めることができる。岐阜市では近郊で採れる野菜を“ぎふベジ”と称してアピールに力をいれている。この“ぎふベジ”の売り上げを伸ばすことで生産力を高め、就労者を増やしていくことができるだろう。また、長良川の鮎やその他の魚を活かすこともできる。鮎漁が解禁されている季節しか運営されていな“やな場”の季節外営業の可能性も出てくる。また、これだけバーベキュー関連用品の売り上げが多ければ、新しい用具の開発や会社の立ち上げにも繋がられるだろう。そして、手ぶらでできるバーベキュー場は県外からの観光客の誘致に成功している。あるテレビのインタビュー結果では、収録日に会場でバーベキューをしていた8割が愛知県民だった。岐阜県民は自宅にバーベキューコンロを備えているのだから当然の結果ではあるが、県外人口が増えれば地元食材の消費が増えるだけでなく、食材そのもののアピールができ売り上げにも繋がる。また、観光客の誘致は経済効果にも繋がる。県外客が増えれば観光農園やグランピング、キャンプ場などの売り上げも増加する。特に、近年流行っているグランピング施設は、オールインワンクルーズなどの付加価値を付けて客の単価を上げ、安さ第一主義からの脱却の足掛かりとなっている。また、過去の講習会レポートでも触れられているが、岐阜には道の駅

が多い。その利用率が上がればお土産を買う層も増え、新しい店の誘致や雇用の促進に繋がる。レジャー白書 2020 の余暇活動の潜在需要でバーベキューは5番目に列挙されていた。男女年齢別でみると、男性の全体で4位、10代で4位、20代で3位、30代で4位、40代で2位と根強い人気を誇っている。女性では10代で2位、30代で6位と男性の支持よりはやや劣るものの、バーベキューの潜在需要には期待できるものがある。また、アウトドア総合情報サイト「TAKIBI」の運営をおこなう株式会社フォーイトが、全国の10代～50代までの男女500人を対象にバーベキューの予算に関するアンケート^{viii}を行った結果、バーベキュー実施予定回数×バーベキュー1人あたりの予算で見ると、バーベキュー予定回数が増えるほど予算も増加する傾向があり、バーベキュー好きな人ほど食材や機材へのこだわりが高まっていることが伺えた。バーベキューは周辺事業を含めて今後の可能性がある事業なのだ。

図書館のビジネス支援サービスとして

1. 図書館での展示と巡回展示

OPAC でバーベキューと検索しただけで大量の本がヒットする。メインはもちろん料理本だが、ここにキャンプめしやキャンプレシピを追加すれば更に検索結果が増える。最近のバーベキューはただ肉や野菜を焼くだけではなくなった。メスティンやフライパンを使ったレシピに、アルミホイルの焼き焼きなど、お洒落で映える料理も人気である。図書館では料理本が人気だ。まずはそれらバーベキュー×キャンプ×ごはんの展示で市民の心を掴み、それらを分館や図書室への巡回展示にする。次に岐阜市が推している“ぎふベジ”を主体とした展示に少しビジネスの要素を付け加える。最後にバーベキューやその関連ビジネスと起業の仕方、そして図書館のビジネス支援を軸とした展示を行う。それらを全て巡回展示に出すことで、今は中央図書館に一挙集中してしまっているビジネス支援を、図書室の方にも伸ばしていきたい。なぜならば、中央図書館よりも、図書室の周辺の方がビジネスチャンスやビジネス・農産業の悩みを抱えている地域により近接しているからだ。この巡回展示を、図書館がアウトリーチしきれていない分館・図書室周辺市民の課題解決への最初の小さな一歩としたい。

2. ショッピングセンター・野外イベントへのアウトリーチ

昨年、岐阜市では“金華橋ストリートライン”と呼ばれるイベントを実施した。4車線道路の内2車線を封鎖し、封鎖した場所を歩行者天国やイベント会場としたのである。イベント会場エリアにはキッチンカーが立ち並び、警察署や岐阜市が運営する健康増進施設、科学館や岐阜医療科学大学、そして一般企業まで様々な施設や機関が参加した。図書館もイベント会場の1つに出展し、くつろいで本を読める空間の演出・提供、物販、そして子どもへの読み聞かせなどを行い、大盛況の内にイベントは終了した。そのイベントでの経験を活かし、まずはショッピングセンターへアウトリーチを行いた

い。先にも述べた通り、岐阜にはアウトドア用品に力を入れたスポーツ用品店やアウトドア専門店が多い。それらのお店と連携をし、ディスプレイやサンプルをお借りしてイベントスペースを設置する。そこでお店の販促をしつつ図書館の展示や読み聞かせ、電子図書館のPRなどを行い、ショッピングモールを訪れた不特定多数の人々に図書館の活動をアピールしたい。また、それとは別に、野外イベントにも積極的に参加し、大型本や紙芝居を使ったおはなし会、そしてどこか昭和の街頭紙芝居師を彷彿とさせるイベント等を行い図書館のPRを行いたい。また、科学館や大学と連携することで、河川や山への理解が深まる簡易講座の開催も十分に見込まれる。図書館×公園^{ix}に注目が集まっている昨今、図書館×バーベキューにも挑戦してみたいのではないだろうか。

3. ビジネスチャレンジ支援相談窓口

現在も毎週当館で行っているビジネス支援事業である。岐阜県よろず支援拠点と連携し、コーディネーターと司書、そして相談者での相談会を開催している。日本政策金融公庫や商工会議所などは敷居が高いと感じている人々の為にも、気軽に訪れることができる図書館での相談窓口は継続していきたい。また、ビジネス・ライブラリアン講習会に参加して気づいたことがある。それは、現状ではよろず支援拠点からコーディネーターが来館する日のみ行っているこの窓口だが、相談先を紹介する、解決方法を探すお手伝いをする、統計データを検索する等、図書館の司書しかいない日でも相談窓口と銘打ってもいいのではないかと感じた。もちろん、相談者が抱える課題への具体的なアドバイスはできない。しかし、課題を抱える人が相談先を知らない場合が多々ある。また、起業に興味はあるが専門家に相談する程でもない、いきなり専門家と話すのは緊張するという人に、話を聞いた司書が窓口の役割を果たし、専門家個人にダイレクトに繋げてあげるのも立派なビジネス支援だと学んだ。図書館の予算も人員も削減される一方である。ビジネス支援をしているというアピールと実績は、削減への抵抗として必須だ。それでビジネス支援として課題解決の手伝いもできるのであれば大いにやる価値のある挑戦である。

4. ビジネス支援セミナー

こちらも継続事業である。毎年7月に初心者向けの3日間連続講座（日にちは連続しないが3日間の参加必須）を開催し、11月に実践編としてより踏み込んだ内容のセミナーを行っている。最近徐々にアウトドア関連の起業を検討している参加者が増えてきた。当館の相談窓口や岐阜県よろず支援拠点での相談内容を見ながらセミナー内容を検討しているが、バーベキューを題材にした展示を行っている間はその関連講座を開催したい。

5. 連携先

岐阜県よろず支援拠点や日本政策金融公庫、岐阜商工会議所など、現在も連携が取れている場所とは引き続き連携していく。また、今回の講習会で触れられていた岐阜県中

小企業診断士協会へ新たにアプローチする。その他にも、新たな連携先や会場を探している機関・企業を見つけ出し、積極的にコンタクトをとって連携先を拡大していきたい。更に、岐阜市が運営している岐阜薬科大学では既に長良川温泉組合と共同で薬膳料理の開発提供をした実績があり、今回の案件にも十分対応が可能だと考える。これをベースに岐阜市内の大学や短期大学との連携をすすめ、岐阜市からの転出が多い若年層の岐阜市との関係人口の増加、そして、岐阜市内での起業や就職にも繋げていきたい。

まとめ

今回のビジネス・ライブラリアン講習会では想像以上に多くのことを学ぶことができた。多くの知識を学ぶこと、事例を知ることで、岐阜市立図書館のビジネス支援について整理、課題を把握することができた。間もなく、岐阜市立中央図書館は開館から10年を迎える。その節目の年を前に、当館には大きな変化が訪れる。令和6(2024)年度、ビジネス支援の大きな柱であったビジネスチャレンジ支援相談窓口の予算が減らされ、商工課の予算も削られることが決まった。逆風の中で迎える新年度である。それでも、今回の講習会に参加したことで、図書費の予算内でできること、予算が無くてもできることなど、この逆風を乗り越える為に使える手段を多く学んだ。どこも予算が減らされて困っているのは同じ。それも上手く連携を取って助け合えば解決できる。図書館も課題を抱えている。その課題を解決できれば、その方法もビジネス支援、そして課題解決の糸口として役立てるのではないだろうか。岐阜市立図書館は既に崖っぷちに立っている。今後は頼れる仲間達と共に、恐れることなく様々な事にチャレンジし、“知っていること”を“自分たちができること”に変えていきたい。また、竹内会長の言葉にもあったように、自己研鑽の為に費用や時間も惜しみなく使い研鑽を積んでいこうと思う。

ⁱ 岐阜市. 平成30年度 岐阜市内に転入された皆様への調査報告書. 岐阜市, 平成31年, p. 10

ⁱⁱ 岐阜市. 平成30年度 岐阜市内に転入された皆様への調査報告書. 岐阜市, 平成31年, p. 11

ⁱⁱⁱ 読売テレビ. “【岐阜県】バーベキュー好きすぎ! だけどうらやましいぞ、岐阜県民!” . 読みテレ. 2022. 10. 04, <https://www.yomitv.jp/kPjf0> , (参照 2024-03-19).

^{iv} 東海ウォーカー. “バーベキューコンロ所有率 No. 1 の岐阜県で、飛騨牛が無料で振る舞われるバーベキューイベント初開催” . WalkerPlus. 2018. 9. 28, <https://www.walkerplus.com/article/163609/> , (参照 2024-03-19).

^v 株)クロス・マーケティング. “【アウトドアに関する調査(2022年) キャンプ・バーベキュー編” . Cross Marketing. 2022. 3. 25, <https://www.cross-m.co.jp/news/release/20220325/> , (参照 2024-03-19).

-
- ^{vi} Brisbane City Council. “Barbecues in parks”. Brisbane City Council. <https://www.brisbane.qld.gov.au/things-to-see-and-do/council-venues-and-precincts/parks/park-facilities/barbecues-in-parks> , (参照 2024-03-19).
- ^{vii} 岐阜市. 第二期 岐阜市まち・ひと・しごと創生総合戦略. 岐阜市, 2019年, p. 5
- ^{viii} 株式会社フォーイト. “今年1年間で何回バーベキューをする予定? 「1年間のバーベキュー回数」に関するアンケートを実施”. TAKIBI. 2023, <https://www.takibi-reservation.style/media/fieldreport/kanto/95686/#t1> , (参照 2024-03-19).
- ^{ix} 図書館×公園. ライブラリー・リソース・ガイド, 2023年夏号, 160 p
- <参考文献>
- 地域構想研究所編. 地域人. 大正大学出版会. 2019. 112p