クリスマスマーケット in TOYAMA を開催して

金城　朱美・平野　嘉孝・鈴木　浩司・竹澤　みどり・濱　貴子

（工学部教養教育センター）

要約：　2022 年 12 月 17 日に富山駅南北自由通路と北口広場で「クリスマスマーケット in TOYAMA」を学生と教員とで開催した。学生同士コミュニケーションをはかり、学生と教員、地域の人が協働することができた。本プロジェクトでは、ドイツ発クリスマスマーケットをその特徴を残しつつ、富山風にアレンジした。富山県のいいもの・場所などを発信し、ドイツの「幸せな空間」を富山で創出するには、ゆるキャラの存在が大きく、新しい形のこれまでにないクリスマスマーケットとなった。これまでとは異なる地域協働を考え、ドイツの幸せな空間を富山でも実現してみようと試み、ひとつの文化ができるきっかけと文化になるまでの経緯を示そうとする、金城の研究課題でもある。本論では、ドイツと日本のクリスマスマーケットについて考察し、富山県でクリスマスマーケットの開催に至った経緯、その目的、開催までの準備、当日の様子などを報告する。本プロジェクトの叙述は、文化の継承や郷土愛、場所愛着などについて考察するきっかけにもなるだろう。

キーワード：　クリスマスマーケット、ドイツ、富山県、協働、ゆるいつながり（弱い紐帯の強み）

1. はじめに

北陸にはドイツ発クリスマスマーケットがなかった。そのため、富山の人たちにもクリスマスマーケットはなじみがない。本稿は富山で初めてクリスマスマーケットを開催し、学生、教員、地域の方とのこれまでとは違う形での協働の在り方を探り、ドイツの幸せな空間を富山でも実現してみようと試みた記録である。本稿を執筆しながら、本プロジェクトは発起人金城の人となり、さらには生様が反映されていたことが浮き彫りになった。本稿をひとつの文化ができるきっかけとその経過としてとらえ、文化の継承や郷土愛、場所愛着などについて考える機会を提供できれば幸いである。

ドイツ・クリスマスマーケットが大阪で始まったのは 2002 年で、年々その人気が高まり、老若男女が楽しめる空間となっていった。しかし、新型コロナ感染症のパンデミックにより 2020 年～2021 年まで中止となり、2022 年 11 月に会場を管理していた梅田スカイビルのホームページ（HP）で「本年度以降開催を見送ることとなりました」と告知され、あっけなく幕を閉じた。

筆者（本稿は金城がまとめたため、筆者とは金城を指す）は在独中（1998 年～2018 年）と帰国後も毎年ドイツ国内のクリスマスマーケットを訪れ、それぞれの特徴について考察してきた。そして 2021 年に日本のクリスマスマーケットを調査する機会を得た。コロナ禍ということでインタビューはできなかったが、東京、横浜、秋田、福岡のクリスマスマーケットで参与観察はできた。秋田をのぞいて、これらのクリスマスマーケットはビールの祭であるオクトーバーフェストのようで、外で食事をするイベントと化していた。販売されていた食べ物もドイツ食とは限らず、洋食（ピザ、パスタ、ロシア料理、ムール貝、ステーキなど）にスペインのチュロスなど、なんでもありの状態に見えた。「これは違う！」と行く先々で声を上げたくなる気持ちを抑え批判するのではなく、日本でどういうクリスマスマーケットを開くことが可能なのかを考え、実際に富山でクリスマスマーケットを開いてみようと思った。どのタイプのクリスマスマーケットであれば、富山で開催できるのか検討した。その結果、小都市で開かれている地元の同好会が主体となり 2～3 日間限定で開催されているクリスマスマーケットをモデルにした。善は急げ、出張後、地域協働支援室の神村氏に相談し、「面白そう」だということで、うまくいきそうな予感がし、計画を立て始めた。

学生にどの程度企画・運営してもらうことができるのか、そもそもパンデミックが終了しているのか、クリスマスマーケットが急に中止になってしまうかもしれないと思うと筆者の気持ちが揺らぎ、なかなか前に踏み出せないこともあった。開催費用がかさまないように、どのようにドイツの幸せな空間を創出できるのか思案を重ね、自己負担なしでの開催は無理なことに腹をくくって「やるぞ」と決意した。幸い、一度決めたことは何が何でも最後までやり抜こうとする筆者の性格に助けられて開催できた。当日、筆者は取材を 5 件も受け（北日本新聞、富山新聞社、北陸中日新聞、読売新聞東京本社北陸支社富山市局、ケーブルテレビ北日本新聞 NEWS）、ミニステージに招待した方々や、遊びに来てくださった同僚や学生とゆっくり話す時間もなく、筆者のアンケート調査に時間が十分に確保できず、自分のゼミの学生に十分に情報伝達することができなかった。そういう意味では失敗であるが、無事終了し、参加された方々からは「楽しかった」との感想をいただき、学生も楽しく参加でき、さらに学ぶこ

ともあったようなので、結果としては成功したと評価したい。

大々的には公表してこなかったが、この「クリスマスマーケット in TOYAMA」の開催は、学生と地元の人が接する機会をつくり、学生は富山県について学ぶことで富山県への関心を高めて愛着を持つこと、県内就職に結びつくこと、思い出といった非地位財を増やすことで主観的幸福感を増大させることができることを学生に知ってもらうことも目標としていた。そういう意味でも、これまでとは異なる地域協働型授業の試みであった。大きなイベントを開催するには、参加者のつながりが重要であると筆者は考えている。そのため、筆者のゼミや講義でも学生同士が横にゆるくつながれるような工夫を重ねてきた。本稿では、まず金城教養ゼミの取り組みについて紹介し、次にドイツと日本のクリスマスマーケットの特徴について考察してから、クリスマスマーケット当日の様子や今後の課題などについて述べる。

2. 教養ゼミでの取り組み―ゆるいつながり（弱い紐帯の強み）の重視

教養ゼミとは、教養教育センターの全教員が 1 年にわたって実施するゼミであり、各教員の扱うテーマは異なる。「大学では、専門分野における高度な知識を獲得するだけでなく、自ら考え、創造し、表現することが重視される。（中略）そのため 1 年次に全ての学生が教養ゼミに所属し、各教員の提示する諸テーマの学習を通して、問題発見・議論・レポート作成・プレゼンテーション等のトレーニングを行うと共に、少人数の学生と教員との密接なコミュニケーションによる総合的な人間形成の機会を提供する」ことを授業の目標として掲げられている（富山県立大学工学部　2022）。筆者は 2019 年に本学に着任した。前期に学生の自己紹介、パワーポイントによる発表、グループワークなど実施したため、みな互いの顔と名前は憶えているものと思っていたが、後期の中頃、学生がゼミのメンバーの名前を知らないという現状を目の当たりにし失望した。そのため 2020 年からは、学生たちが顔だけではなく名前も意識して覚えられるように工夫した。この年はコロナ禍 1 年目で、最初は学生が大学に登校できず、オンラインでしか顔を合わさなかった。だからこそ「ゆるいつながり」を構築することが肝要であると考え、新しい知り合いが大学でできてほしかった。ゼミ発表の内容やグループワークのテーマを、個人の考え方や趣味がわかるようなものにしたところ、ゼミ生が前年よりも言葉を交わすようになり、学科の枠を超えて親しくなれたようだった。2021 年はコロナ禍 2 年目で、基本的に 2020 年と同様の取り組みをし、さらに筆者の教育モットーである「楽しく学ぶ」により力を入れた。富山の食文化を学ぶために「ますのすしミュージアム源」を訪問したり、立山信仰の世界をより深く知るために立山博物館と雄山神社芦峅祈願殿を訪問したりし、体験型の授業を取り入れた。こうしてゼミ生同志の交流も深まり教員とのコミュニケーションもはかれた。2022 年はコロナ禍 3 年目となり、2021 年に実施した国内クリスマスマーケットのフィールド調査結果を活かして、ゼミでクリスマスマーケットを開催することを目標とした。学生の（と）ゆるいつながりを形成し、さまざまな角度から食文化と富山県の伝統工芸品について学ぶことも授業に盛り込んだ。

クリスマスマーケットを開催するにあたり、学生が主体的に参画し、さまざまなことを学んでほしかった。そのためには学生がお互いに意見を出し合うことができる雰囲気をつくることが重要であった。シラバスにもクリスマスマーケットをゼミで開催することを明示したうえで、履修者を募ったところ、人数が集まった（男子 6 名、女子 7 名）。最初はみな緊張して不安そうに見えた。しかし、第 1 回目のゼミで筆者の自己紹介に続いて、学生も自己紹介すると、互いのことを知るきっかけができたようで、第 2 回目から小さなグループに分かれて座っていた。

学生同士が気軽に話すことができる雰囲気づくりには、これまでトランプやドイツのボードゲーム（カタンやカルカソンヌ）を用いてきた。学生がスマートフォンで人狼をしている姿を見て、2022 年はカードゲーム「人狼」を加えた。目の前に人がいるのだからオンラインではなく対面で楽しんでもらいたかったからだ。ゼミの後半に教員も含めて全員で人狼をしたこともあった。第 5 回目のゼミでは、竹澤教養ゼミと合同でバドミントンをおこなう予定だったので、それまでに名前を覚えられるように、学生は授業中に吊り下げ名札をつけていた。バドミントンの時には服に名前を書いた養生テープを張り、名前がわかるように工夫した。

3. ドイツと日本のクリスマスマーケット

3.1. ドイツのクリスマスマーケット

筆者はグリム童話を研究しており、すでにクリスマスとメルヒェンがドイツでは切っても切れない関係であることを考察している（金城ハウプトマン　2015）。クリスマスの前に開かれるクリスマスマーケットには独特の雰囲気がある。そこは、寒空の下、友人や同僚、家族と楽しんでいる「幸せな空間」なのである。ドイツのクリスマスマーケットを大きく分類すると、マルクトタイプ、メルヒェンタイプ、中世タイプ、異文化タイプ、同好会タイプと 5 つのタイプに分けられる。商業的であるマルクトタイプが一番主流である。各地で開かれ、青空市場（マルクト）が開かれる場所や駅前広場、宮殿の公園など、交通アクセスの良い、人が集まりやすい場所で 1 か月程度開催される。販売されているモノや体験できるコトは特別ではない。メルヒェンタイプは数としては少ない。グリム童話と関連していて「メルヒェンクリスマスマーケット」（Märchenweihnachtsmarkt）と称され、カッセル

やベルリンで開催されている。会場にグリム童話を素材にした飾りがあったり、語り手からメルヒェンを聴ける場所があったりする（Kaneshiro-Hauptmann 2013）。名称にメルヒェンがついていなくても、ドレスデンのクリスマスマーケットの一角にはメルヒェン広場が設けられ、「ラプンツェル」や「ホレおばさん」といったドイツで有名なグリム童話の登場人物のオブジェがあったり、グリム童話の主人公の前を通過していくミニ鉄道に乗れたりする。中世タイプは、1980 年代からドイツでも人気のある中世風マーケットをベースにしたクリスマスマーケットで、たいてい入場有料である。通貨の単位がユーロではなくターラーと書き換えられていたり、売り子の服装が中世風衣装であったり、出店の構えが通常の小屋ではなくテントであり、鋳物や木製品の実演販売があるのが特徴である。異文化タイプはベルリンでよく見かけられる。北欧の料理やホットワインを楽しめるビール醸造所跡地で開かれるクリスマスマーケットや、フィンランド大使館主催のものや、ベルリン在住の日本人が開いているクリスマスマーケットもあり、屋内開催もある。最後の同好会タイプは、小都市にみられるマーケットで、地元の同好会（Verein, フェアアイン）や学校などがメインで 1 週末だけ店を出し、各団体のメンバーが接客する。売り上げは各団体の運営資金となり、価格はそれほど高くない。

ちなみにクリスマスマーケットで欠かせない食べ物は焼きソーセージ、欠かせない飲み物はホットワイン（Glühwein, グリューワイン）、回転木馬といった乗り物である。

3.2.　日本のクリスマスマーケット

ドイツ連邦共和国総領事館が入居する大阪市の梅田スカイビル前で、ドイツ・クリスマスマーケットが 2002 年から 2019 年まで開催されていた。これが本場ドイツを倣ったクリスマスマーケット第 1 号であった。その後、2010 年から横浜赤レンガ倉庫で、2015 年から東京の日比谷公園など大都市でクリスマスマーケットが開催されるようになった。こうして大都市でクリスマスマーケットが開かれるようになる。

2021 年に博多駅前のクリスマスマーケットや天神のクリスマスマーケット、秋田県小坂町、東京、横浜のクリスマスマーケットを調査し、参与観察をおこなった。小規模ではあるが秋田県小坂町でもクリスマスマーケットが 2013 年から開かれている。お雇い外国人として 1873 年に小坂鉱山に招かれたドイツ人クルト・アドルフ・ネットーが、自宅でクリスマスを祝った。そのため小坂町は日本で祝われたクリスマス発祥の地とされ、小坂鉱山事務所の前でクリスマス前の土曜日限定でクリスマスマーケットが開かれるようになった。2021 年度はイルミネーションと、小坂鉱山事務所内、赤煉瓦倶楽部内での販売と、クリスマスマーケットに出店予定だった各店舗で特別な商品とメニューが販売されていた。

どのマーケットでも食を中心にしているが、先述したように必ずしもドイツ料理に限定しているのではなかった。ホットワインをアレンジした果肉入りホットライスワイン（熱燗とは異なる）、ドイツビールも提供されており、ドイツのクリスマスマーケットとは異なり、広い飲食コーナーが設けられている風景を見て、ドイツのビールの祭り「オクトーバーフェスト」を連想した。コロナ禍のためレストランなど店内での食事は、はばかれる時期であったためか、事前に有料入場券をアプリやインターネットから購入するか、LINE から入場申請が必要で、個人情報を提供する必要があったにもかかわらず、外で食事をとることには抵抗がないようで大変にぎわっていた。提供されている商品の販売価格は小坂町を除いて高めで、ホットワイン 1 杯 700 円から、ソーセージやステーキなど 1 品 800 円～2000 円とレストラン並みの価格だった。ドイツのクリスマスマーケットでは、ホットワイン 1 杯は 3.5 ユーロ、パンに挟まった焼きソーセージは 4.5 ユーロ前後である。円安の影響で、円換算するとそれぞれ 500 円、630 円程度と高めだが、2000 円もする料理はドイツのクリスマスマーケットにはなく、一品で（ある程度）空腹が満たされる量もある。

1 人で来場している人は少数派で 2 人以上の人ばかりで、時間帯によって来場者層は異なるようだった。昼間は家族連れや年配者、友人同士と思しき人たちが多く、夜になるとカップルが増えてきた。いずれの会場もイルミネーションが美しく、夜はロマンチックな雰囲気を味わい、インスタ映えする写真を撮りたい人たちが集まってきているようであった。

こうした光景を目の当たりにし、行く先々で「これは違う。これはクリスマスマーケットではない。クリスマスの物も売っているけれどオクトーバーフェストのようだ。そもそも、なにが違うのか。なぜ、こうなってしまったのか」に注目して観察していくと、以下のことがわかった。居酒屋のようにシェアして食べられるものが多く、世界の料理とドイツビールを味わえ、日本には外で食事をとれるレストランや居酒屋は少ないけれども外で普段食べないようなものを食すことができ、会場に大きくてキラキラ輝く、クリスマス・イルミネーションが人を引き付ける、いつもと違う空間である。これが日本のクリスマスマーケットの特徴といえるだろう。

4.　クリスマスマーケット in TOYAMA

4.1.　開催に至るまで

学生とクリスマスマーケットを開催するには、さまざまな問題があった。開催日時、場所、開催費用、そして万が一、開催できなかった場合にどう対応するのか、そもそもこうした教養ゼミを履修したい学生が十分集まるのか、他の教養ゼミと共同開催できるのかという懸念事項があった。開催日時について、ドイツのクリスマスマーケットは寒空の下で開催されるのが普通である。その感覚で 12 月に開催することに

筆者は何の抵抗もなかった。12 月第 1 週目の土曜日は、富山市総曲輪のグランドプラザで、高級志向のマーケットが開かれているためこの日を避けた。12 月第 2 週目の土曜日は学内の補講日になっており、出席できない学生がいるかもしれないためこの日も避けた。残るは 12 月第 3 週目の土曜日 12 月 17 日だけとなり、消去法で日程は決まった。

場所探しだが、人が集まりそうなスペースを探した。富山駅南北自由通路の使用を考え、2022 年 2 月 15 日に空き状況と借りる方法について電話で確認した。必要書類の提出（企画書、使用希望場所の図面）について説明を受け、2 日後に提出し、4 月 21 日に仮予約できた。開催日が確定し、予定通り教養ゼミで取り組めることに胸をなでおろした。とはいえ、周りから「12 月の富山は寒い。大雪の日がある。」との声が聞こえてきたため、6 月に入り 11 月の開催や、屋内会場での開催も考えてしまい、神村氏に「ブレています」と指摘された。さらに場所や日程を変更することで協働先から承諾を得られなくなる可能性が高いと助言され、途中で変更することなく予定通りの日時と場所で開催した。屋内で開催となると、神村氏の指摘にもあったが、学内開催でもいいはずで、学内で開催したくなかったから学外の施設を探していたことと矛盾していた。学内開催すると備品の運搬は楽であり、学生の移動にも問題はなくなるが、県大祭の延長になりそうであり、学内関係者しか集まらないのではないかと懸念し、学内は会場候補になかったという経緯があった。

第 5 回目の教養ゼミは、平野ゼミと竹澤ゼミと合同開催した。ドイツと日本のクリスマスマーケットの特徴を筆者が簡単に説明し、富山駅南北自由通路で開催する日時を伝え、どんなモノやコトがあればいいと思うのか学生に問うた。まずは、金城ゼミからの提案をそのまま紹介する。

学生 1：駅には、観光客も、普段から仕事や学校のために利用する人も多いと思うので、片手で持てる料理(または飲み物)が良いと思った。イルミネーションができない場合は、目印となる何かを飾ったり置いたりすれば、多くの人の目に止まると考える。

学生 2：イルミネーションや、クリスマスツリーはもちろん、いろいろなものが売られていたり、グリム童話のキャラクターたちが登場していて、まち中を歩いているだけでもたのしめて、あきないところだと思いました。

学生 3：ドイツの有名な商品（食べ物、置き物）を売る。音楽で雰囲気をつくる。

学生 4：関係ないかもしれないけど、ポストカードの販売とか浮かびました。個人的にホットココアを飲みたいです。

学生 5：インスタ映えスポットのような物を作るという案は、若者の注目も集められるのでとてもいいと思った。ただ、かなりセンスが問われそう。

次に、平野ゼミからの提案を紹介する。

学生 6：ますのすしのような富山の有名なものを販売。

学生 7：食べ物の屋台があったりステージがあったら楽しそうだと思った。

学生 8：お菓子を作っておいて、袋でまとめておいて売ってもらう。

学生 9：クリスマス前のワクワク感を味わってもらうなら、来てくれた人たちに一人ひとつずつツリーの飾りつけをしてもらって、みんなでクリスマスツリーを完成させていくというのもおもしろいと思います。午前に富山駅に来て、午後に帰るとき、またどうなったか見に来てくれるかもしれません。どんな人が駅を利用するか、駅の近くに何があってどんな人が来るかを調べて、ターゲットを決めたり宣伝したらいいと思いました。

学生 10:クリスマスツリーを置いたらいいと思った。

学生 11：ホットドックみたいなものであれば自分たちにもできそう。

学生 12：今、まだコロナが落ち着いていないため、イベントを行うときは感染予防をしっかりすべき。

学生 13：インスタ映えするスポットや曲、ダンスなどはどの層も楽しめるからした方がいいと思う。やたいをするのもいいと思う。

竹澤ゼミからは、以下の提案が出た。

学生 14：軽音楽部の人たちも連れてきて演奏をしたらとてもおもしろそうで盛り上がると思う。

学生 15：演奏でなくても音楽を流した方が「幸福な空間」を作りやすいと思う。音楽が耳に入ってくるだけで楽しい気分になると思う。

学生 16：体験活動で、クリスマスにちなんで、手作りオーナメントリースをつくるのも良いと思います。

学生 17：富山駅の外側の通路までイルミネーションする。

学生 18：ハンドメイド雑貨売ったら沢山買ってもらえそう。ドイツにはかなわないけれど折角富山で主催するなら富山ならではの企画をしてみたらいいんじゃないかと思った。

可能な限り、学生の提案を採用したかったが、さまざまな制約がありほとんど採用できなかった。イルミネーションを設置する場合、昼間にイルミネーションをしても人が集まらないかもしれないし、そもそも材料費がかかる。電源は柱の部分にしかなく、また柱の掲示板などは隠さないことと決められていたので設置が難しく、そして何よりも誰が設計するのかという問題もあった。学内で募集すれば、条件をクリアするものを考案してくれる学生がいたかもしれないけれど、今回は見送った。インスタ映えスポットは作ろうと考えていたが、結局金城ゼミから具体的な案はなく、インスタを強調した場所は作らなかった。富山市が JR 富山駅改札口近くに

設置していたクリスマスツリーのオブジェは、諸事情により2022年から設置されなくなった。

富山駅南北自由通路内では熱源を一切使用できないという制限があり、温かい飲み物の提供ができない。それどころか暖房器具も一切使用できない。そのため、外の北口広場を一部借りて、ホットワインとホットドリンクを販売する場所を設けたが、電源を1つしか取れなかったのでIHコンロ1台と、安全性の面からカセットコンロ1台しか設置できなかったため、注文ごとにドリンクをつくることは難しかった。発電機を置くことも考えられたが安全面から断念した。また、富山市保健所から加熱したものは加熱した場所でしか販売できないと指示があったため、電源のない保温ポットに入れたホットワインを南北自由通路で販売したり、弁当を購入した人にお茶を提供したりできなかった。さらに、富山市保健所から菓子製造業許可のない菓子を販売できないと指導を受けたため、業者にドイツ菓子製造を委託して買い取り、買い取った価格で当日販売することになった。本場ドイツの味を再現しているドイツ菓子製造業者を富山県内で見つけることができなかったため、京都府のドイツカフェみとき屋にシュトレン（シュトーレンは間違った読み方）と焼き菓子の製造を依頼した。

ドイツといえばビールとソーセージを連想する人が多い。ドイツのクリスマスマーケットで焼きソーセージは欠かせない。しかし、ソーセージを焼いたり温めたりして販売するためには営業許可書が必要であり、外部委託するとしても本場ドイツのソーセージ、あるいは国産のドイツ風ソーセージを手ごろな価格で販売してくれる業者が見つかるとは思わなかった。そもそも、クリスマスマーケットで提供する食は地産地消あるいは、富山の名物に限定したかったこともあり、さらにSDGsの観点から、フードマイレージの高いドイツからの輸入製品をわざわざ販売したくなかったので焼きソーセージは断念した。

クリスマスツリーは、生木を購入したかった。調査の結果、富山県にはモミの木の販売ルートがなく、そのためか店頭で販売されている木もドイツのモミの木とはまったく異なった。仮に県内の森から木を1本伐採して輸送した場合、トラックの手配だけで10万円以上するとのことで、1日限りのイベントにそれほどの予算を確保できないし、たった1日のために切られる木もかわいそうだったので生木はあきらめた。その代わりに高さ80㎝程のゴールドクレスト7本、ポインセチアなどの鉢植えと人工のクリスマスツリーを3本用意した。筆者が自ら飾りつけしたい気持ちを押さえて、金城ゼミの学生が飾りつけを担当した（写真1）。

ここでまた問題になったのはクリスマスツリーなど装飾品の買い出しである。ゼミの時間は90分しかない。近くで会場の飾りに使えるものが購入できるのは100円ショップぐらいしかない。11月1日から100円ショップでクリスマス関連商品が販売されているのを知り、ゼミの後で学生有志２人と小杉駅前アルプラザ内の100円ショップで飾りを購入しに行った。そのほか必要なものは適宜、学生からの希望にもこたえつつ、筆者ができるだけ安価で、しかしながら安物には見えないようなものを選んで買い足していった。学生9の案もよかったが、開催時間が11時～16時と短めで、完成したツリーはまた解体しなければならなかったため、この案は実現しなかった。また、何をぶら下げるのか、来場者が密になってしまわないかと感染症予防対策の観点からも、こちらの案は見送った。

音楽に関しても会場には制限があった。南側だとJRの新幹線改札口の近くで通行人が多く、クリスマスマーケットも目に付くという利点はあったが、JRの放送が聞こえる音量でしか音を出せないという制約があったため、南北自由通路の北側を借りた。そのため、富山県立呉羽高校管弦楽部にお越しいただく際に全員ご招待することは叶わず、控室に入る人数18名でご対応いただいた。軽音といえばドラムやベース、エレキギターの演奏がメインになるだろう。にもかかわらず「静かに演奏してください」とは言えなかったため、軽音楽部に出演を依頼しなかった。会場で終始音楽を流しておくというのは名案ではあったが、ミニコンサートを4回実施することで十分と考えていた。しかし当日、コンサートのとき以外、会場は静かすぎた。

学生からの提案で実現したのはふたつあった。ひとつめはキャラクターの登場、ふたつめは手作りオーナメントリース作成である。学生2が提案したキャラクターを筆者が拡大解釈してしまい、「ゆるキャラ」と理解したことから、「ゆるキャラ集合」の企画に発展した。筆者が鈴木浩司教員にクリスマスマーケットの企画について話をする機会が偶然あり、オーナメントリースの手作りは実現した。

以上のように富山駅南北自由通路での開催には制限が多かった。人が集まりやすいという開催場所の利点を生かそうとしたけれども、広報がうまくいかなかった（これは全面的に筆者の責任である）ため、ミニコンサート以外の時間は来場者がそれほど多くなかった。しかし、ゆるキャラが登場すると会場は特にあたたかい雰囲気に包まれた。

4.2.　出店・出場団体について

ドイツ発祥のクリスマスマーケットを富山県で開催できる規模に縮小し、ドイツのクリスマスマーケットの特徴もできるだけ維持しながら、富山バージョンにアレンジした日独クリスマスマーケットを開催しようとした。そのさい、商業的ではなく、ドイツのクリスマスマーケットにある幸せな空間を富山でいかに創出できるかという点が重要であった。ドイツのクリスマスマーケットには、あたたかい光のイルミネーション、寒いけれど語らいながら飲むホットワイン、焼き

ソーセージのにおいと甘くいったアーモンドのにおいが欠かせない。こうした飲み物と食べ物があると、一緒にいる人と語らうことで、気温が低くても体も心もあたたまる。筆者の研究分野と関連するが、ドイツではクリスマス前にグリム童話やアンデルセン童話といったメルヒェンの受容が高まり、本屋にはメルヒェン本コーナーができたり、クリスマスの定番映画「灰かぶりと３つのハシバミの実」が何度も再放送され、クリスマスマーケットでも時間限定でメルヒェンの語りを聴けたりして、メルヒェンを通じてほっこりする。そのため、筆者は昔話の語りのステージを富山のクリスマスマーケットでも実現したかった。食に関し、上記に挙げた制限からドイツクリスマス菓子と、ホットワインとアルコールなしの子ども用ホットワイン（キンダープンシュ）を提供した。飲み物販売は外でおこない、目に付く看板を作成していなかったため（あったほうがいいとの指摘はあったが金城ゼミでの作成に間に合わなかった）販売場所もクリスマスマーケットの一部だとわかりにくく、ドイツ直輸入のグリューワインとグリューワイン用の香辛料を使用してキンダープンシュも用意していたけれども、予想していたほど売れなかった。

ドイツのクリスマス菓子の売れ行きは良く、シュトレンも完売した。ドイツのクリスマス小物は、木製クリスマスオーナメントで有名なエルツ山地の工房で作成された飾りやレース編みで有名なプラウエンのオーナメント、クリスマスの絵柄の紙ナフキンなど現地購入価格を円換算し、端数を切り上げて販売した。

富山の食といえば、鱒寿司と白エビということで、両方をクリスマスマーケットで販売することにした。県内に鱒寿司メーカーは 40 程あるが、鱒寿司の歴史と工場の様子を学べて、鱒寿司作り体験もできるという理由から「ますのすし本舗源」を協働先に選んだ。白エビは、神村氏が富山湾しろえび倶楽部の方をご存じだとおっしゃっていたため、地域協働支援室にお願いした。ここ数年来、日本では SDGs のロゴをみたり、取り組みを聞いたりする機会が急激に増えた。クリスマスマーケットでもさまざまな地球環境問題に目を向けさせるきっかけを作ろうとした。白エビは富山県でしか収穫できず、持続可能な漁業を富山湾しろえび倶楽部は目指し、SDGs 目標 14「海の豊さを守ろう」を知るきっかけになってほしかった。食育に力を入れ、北陸農政局長賞を受賞した広野美代子氏はカフェゴッコの店主である。県産食材を使った弁当などクリスマスマーケットで販売し、また学生に昼食として提供することで SDGs ゴール 3「すべての人に健康と福祉を」とゴール 15「陸の豊さも守ろう」に目を向け、食と健康、さらに幸せについて考えるきっかけを作りたかった。

筆者が富山に移り住んでから手作りの和菓子屋が多いことに驚いた。クリスマスの生和菓子を受注販売している引網香月堂と筆者が交渉し、製品を納品してもらえることになった。濱トピックゼミは富山市西町商店街振興組合と協働しているため、濱教員からクリスマスマーケットに参加できないか打診し、杢目羊羹で有名な鈴木亭との協働が決まった。

富山県の伝統工芸品といえば、高岡銅器や螺鈿、井波彫刻を思い浮かべる人も多いだろう。しかし高額で、買い取り販売するには軍資金が多く必要になる。鋳物メーカー能作の製品は富山駅の「きときと市場とやマルシェ」で販売されているという理由から扱わなかった。学生にも来場者にも広く知ってもらうことをねらいとし、手ごろな価格で、なおかつ手作りで、後継者不足が問題になっている五箇山和紙と土人形を県の伝統工芸品として選んだ。富山県の伝統工芸品は県民にも認知度が低いようであるので、この機会にアピールしたかった。五箇山和紙の製作体験は叶わなかったが、土人形の絵付け体験に金城ゼミが参加できた。工学部の学生は学科を問わずなんらかの「ものづくり」に将来携わることになる。科学技術の発展の恩恵を受け、安価な工業製品を手にすることが多くなり、手作りの物を手にする機会が減っている。そのため、鱒寿司作りと土人形の絵付けから学生に自分で作る経験をしてほしかった。鱒寿司は、地域の伝統食を忘れないでほしい、県外から来た学生には一度味わってもらいたいという筆者の願いもあった。土人形の絵付けは、現在とやま土人形伝承会のメンバーによるボランティア活動で支えられていると知り、若い人も加わることで後継者が少し増えたり、また興味を持ってくれる若者が土人形について発信や作製技術の継承に役立ってくれたりするのではないかと期待した。どちらも学生に好評で、特に絵付け体験を静かに集中して取り組んでいた姿が印象的だった。学生の感想から、手作りの難しさを身をもって学んだことがわかった。

さて、ミニステージに出場依頼する団体は、音楽関係では地元の高校の吹奏楽部と学内サークル（アカペラとダンス）、昔話は「とやま語りの会」、絵本あるいは紙芝居に射水市大島絵本館との協働、富山県のきれいな景色を県大天文部に紹介してもらおうと筆者が考えていた。実現したのは、富山県立呉羽高等学校管弦学部のミニコンサート 2 回、アカペラサークルのミニコンサート 2 回、とやま語りの会による昔話の語り 1 回、天文部による「富山で星がきれいに見える場所」のトークと、会場内に設置したモニターでヨーロッパのクリスマスマーケットの写真と富山県の美しい場所の写真を流すスライドショー、そして目玉ともいえるような「ゆるキャラ集合」であった（図 1、2）。

金城教養ゼミに呉羽高校の楽団出身の学生がおり、彼女が顧問に相談に行ってくれた。参加してくれそうな雰囲気だったため、詳細について（出演時間や移動手段など）の相談は筆者がおこなった。アカペラサークルの出演依頼は顧問の井戸啓介教員からご助言をいただきながら実現した。ダンス部にも声をかけたかったが、やはり外で寒いということ、ダン

スに使う音楽が大きすぎると苦情が来そうなことも気がかりであったし、クリスマスダンスを考案してもらうのも負担になりそうだった。何よりもミニステージの場所がそれほど広くなかったため、参加依頼を見送った。とやま語りの会の方は毎月、富山市民俗民芸村の民芸合掌館いろりの間で「いろりを囲むお話」と題して昔話を語られているが、連絡先がわからなかった。2022 年 10 月 8 日に富山市民俗民芸村を訪れ、学芸員の田尻佐千子氏からとやま民話の会代表の奥井悦子氏に出演に関して打診していただき、後日ご快諾いただいた。

天文部の参加については部長の学生に問い合わせたのち、1 年生の部員 2 名が参加すると返事を得た。またスライドショーでは顧問の松本公久教員にもご協力いただいた。

「ゆるキャラ集合」の企画は、大変面白い企画であったが、いざ内容を詰めていくと問題点ばかりが浮き彫りになり、平野教員の綿密なゆるキャラ関連の動き計画がなければ無事終了できなかった。招待したゆるキャラは、射水市の「ムズムズくん」、南砺市の「NANTO くん」、富山県の「きときと君」そして NHK 富山放送局の「きとっピ」の 4 体であった（写真 2）。きとっピ以外は、こちらで動かさなければならなかった。自治体のゆるキャラ貸し出しならびに返却に関しては神村氏にお願いした。実際に着ぐるみが会場内で歩くシミレーションしてみると、①着ぐるみに入る人、②動線、③稼働時間、④着替え場所、⑤雨が降ったらどうするという 5 つの問題点が浮上した。①は、感染症予防対策として、1 体の着ぐるみを数人で着まわすことは避けた。そのため 1 体に 1 人長時間必要で、さらに付き添いを 2 名つけることにしたため（1 人だと後ろからいたずらされると危険だと考えた）、11 人（きとっピは付き添い 2 名のみ）の学生が必要であった。金城ゼミの 13 人の学生だけではとうてい着ぐるみ担当ができなかった。金城ゼミ 3 人が付き添いし、平野ゼミと富山県立大学地域協働研究会 COCOS（以下 COCOS）に協力してもらった。平野ゼミには「ムズムズくん」を、残り 2 体は COCOS にお願いする形となった。ゆるキャラの控室として、CiC 内にある大学コンソーシアム富山駅前キャンパス研修室を確保していていたため、場所は問題ないと安心していた。しかし、それは大きな間違いであった。着ぐるみの大きさを顧慮すると、エレベーターに乗ることやエスカレーターで移動すること自体困難であり、頭の大きな着ぐるみは台車にのせて移動させることもあるようであるが、それだと当日雨が降ると安全に移動できないことに気づいた（着ぐるみは雨に濡らしてはいけない）。着替え場所について平野と鈴木、金城で話し合った結果、鈴木が 4 方向囲まれているテントをインターネットで見つけ、それを北口広場に設置し、着替え場所兼控室にすることにした。屋根だけのテントは富山市から借りる予定であったが、ゆるキャラが着替えているところや不完全な状態で人前に出ることは許されないため、人目に触れない場所が必要だったのである。

これで④と⑤はおおむね解決した。残るは②と③である。ゆるキャラがいることで、駅に来る人も何かイベントをやっているということに気づきやすいので、できるだけゆるキャラが会場にいることが望ましかった。しかし、急にゆるキャラが登場することで、演奏中の高校生がびっくりしないか、また小さい子が泣き出さないかなど不測の事態が起きないか心配された。演奏家には、それぐらいのことでびっくりして手を止めてしまわない覚悟が求められるだろうし、泣きわめく子がでてきてもそれはそれで構わないだろう。しかし、学生がどれぐらいの時間、着ぐるみを着た状態で過ごせるのかがわからなかった。寒いので急にトイレに行きたくなるかもしれない。そうなるとそのままの格好でトイレに駆け込むことはできないので、着替えなければならない。時間に余裕を持った行動が求められた。そのため、ムズムズくんは 13 時 30 分頃から会場に登場し、休憩のあと、15 時 10 分からの着ぐるみ大集合ステージに参加した。そのほかのゆるキャラは 1 回だけ登場した。会場内をゆるキャラが歩いていると写真を撮る人が足を止めていた。学生がゆるキャラと写真を撮りたい人のスマホのシャッターを切っており、その光景を見ていると学生も来場者もとても楽しそうで和やかであった。

ただ単にゆるキャラがステージに集まるだけでは芸がないと筆者は考え、クイズ大会を思いついた。金城ゼミの学生から質問を募集したが 4 問しか出てこなかった。質問への回答は、ゆるキャラは声を出せないので、ジェスチャーでしか回答できなかった。とはいえ、両手を動かせないキャラもいたため、質問方法と回答方法がなかなか決まらなかった。しかし、当日、司会担当の学生がうまくのりきってくれた。

来場者が何か体験できる出し物があると楽しいのではないかと考え「体験コーナー」を設けた。ドイツのドレスデンのクリスマスマーケットに、クッキー作りができるブースがあるが、たった 1 日のイベントには不向きである。横浜のクリスマスマーケットにはスノードームを有料で作れるブースがあった。何かクリスマスらしいものが作れないかと思案したところ、折り紙教室が思い浮かんだ。折り紙をきれいに折れるのは日本の幼児教育の賜物である（筆者はドイツの幼稚園や小学校で子どもたちと折り紙をしたことがあるが、みな折り紙の角と角を合わせたり、角をつぶさずに開いたりという動作がうまくできなかった）。外国人観光客も駅を通りかかるかもしれないので、折り紙体験は喜ばれるのではないかと思った。学生が折り紙などして楽しくないのではと思った方がいるかもしれない。筆者が比較文化学 II の講義で日独の無形文化遺産をテーマにしていたさい、ドイツの解釈だと日本で将来無形文化遺産になりうるのは折り紙の技術なので、2019 年と 2021 年の前期に折り紙を取り上げ、学生に折

り紙を折ってもらったところ非常に楽しんでいた。筆者が竹澤教員にお願いしてみたところ、快諾していただき竹澤教養ゼミが折り紙教室を担当することになった。

竹澤教養ゼミの学生は夏休み中に実家などで使わなくなってしまった折り紙を集め、約 1000 枚折り紙が集まった。その折り紙を使って、後期の後半から折り紙教室の準備が進められた。学生たちが何を折るのか選び、自分たちで折り紙を折って教えられるよう練習を重ねた。

学生が提案していたクリスマスリースの作成は、鈴木教養ゼミが担当した。あらかじめ作成されたクリスマスオーナメントの販売と、ミニクリスマスリース作りがおこなわれた。

「体験コーナー」の出し物に「アヒル釣り」がある。日本では聞きなれない言葉であるが、ドイツでは Entenangel の名で祭りの出店や、子どもの遊びでよく知られている。ここで使われるアヒルは、胴体の高さ約 7 ㎝、長さ約 8 ㎝、幅 6 ㎝程度の大きさのプラスチック製のアヒルで、色も黄色だけではなくピンクや黄緑など色とりどりで、筆者はドイツで購入して持ち帰った。アヒルの頭には輪がついており、釣竿で釣れるようになっている。専用の釣り竿でこのアヒルを釣って遊ぶ。胴体の下にはおもりが付いていて、アヒルを水に浮かべてもひっくり返りにくい仕組みになっている。出店のアヒルのおもりには色がついていて、色ごとに点数が異なり、合計点数によって景品がもらえる。出店のアヒルは水に浮かんで常に動いているが、そのアヒルの装置を日本に持って帰れなかったため、ビニールプールで代用した。1 分間で釣れた数により景品がもらえるというルールを学生が考えた（図３）。食べ物をアンケート調査の謝礼で渡すことは大学で禁止されているので景品にできない。そこで、アヒルの関連のモノを景品に使おうと探した。筆者がポケモンにアヒルキャラがいることをみつけ、学生に意見を聞くと、ポケモングッズを景品にすることに賛成だった。ポケモンは子どもにも大人にも人気だ。ポケモンセンターでクリアファイルや鉛筆など筆者の自己資金で調達した。

万が一、開催できなかったことを考え、ドイツ料理の調理実習を行ったさいには写真で記録し、白エビ、鱒寿司、和菓子についてのグループ発表は発表資料を残した。2022 年 10 月 13 日に「ますのすしミュージアム源」訪問時にはビデオと写真撮影、2022 年 11 月 17 日に「とやま土人形絵付け体験」時には写真撮影して記録を残し、それぞれ作ったものの写真と体験談も残しておいた。記録係の学生が撮影した写真などを令和4年度後期地域協働成果発表会のポスターに使用した（図３）。

4.3　運営費と広報について

さて、大きなイベントを開催するには資金が必要である。そして大学の授業の一環で実施するとなると、経費で購入できるモノにも限界がある。そのため、ある程度の自己資金投入は覚悟していたが、可能な限り助成金を活用したかった。学内の地域志向教育プログラムと、学外の（公財）富山県ひとづくり財団研究助成事業（地域課題解決枠）に応募した。学内の方は無事採択されたため、場所代や備品を購入できる目途がついた。研究助成事業に応募したのは、本クリスマスマーケットはゼミでの取り組みだけでなく、筆者にとって研究素材であり、ある種の「実験」でもあり、地域課題解決の第 1 歩でもあったからである。富山県には豊かな自然と美味しい食や先に挙げた伝統工芸品もある。しかしながら富山県では平成 12 年以降人口流出が止まらず、学生の県内就職率も令和 3 年度は 40％であった。筆者の授業やゼミを通じて、富山県民でも五箇山地区へ出かけたことがない学生がいることや、富山県内の観光スポットにあまり行ったこともなければ行こうともしないこと、県外出身者からは交通アクセスが悪いことと交通費が高いので気軽に出かけることができないということがわかった。地域課題改善につなげるにも県内就職につなげるにも、富山県をもっと身近に感じる必要があり、また富山県に愛着を持ってもらえるようなことに取り組まなければ、本学の学生をはじめ若者が富山県を去っていくのではないかと考えた。美しい自然と美味しい食べ物があるだけでは十分でない。それらと関わったりすることで、誇りを持てるようになることが必要ではないか。本クリスマスマーケットがそのきっかけになり、これまでとは違うきっかけで地域課題に取り組む人が増えることを望んでいる。

さらに、クリスマスマーケットの来場者にアンケート調査をおこなうことで、クリスマスマーケットに対するイメージや、期待するモノやコトについて知り、どの程度ドイツに対するイメージと関連性があるのか考察したかった。また、筆者はクリスマスマーケットという新しい文化をどういう形で地域協働できるのかを探り、またこの新しい文化を定着させることができるのか、どのように新しい文化が作られていくのか考察したい。庶民的な企画を通して、若者が富山の豊かさを多方面から知り、愛着を持ってもらえるのかに興味を持った。2022 年 11 月 4 日に研究助成事業は採択されたと事務局から連絡が入った。そのころ、開催費用の節約を考え始めていたが、準備は一気に加速した。

新しい形のクリスマスマーケットだったという点は自画自賛できるが、広報にかんしては努力したけれども広く告知できなかったと筆者の自己批判しかない。広報がうまくいかなかった理由は複数あるが、そもそも筆者ひとりで全体の予定を組み、実行しなければならない、また実行しようとした項目が多すぎたこと、初めてのことで準備時間の配分を誤ったこと、そのため広報の準備に十分な時間をかけられなかったことが一番の原因である。プログラムは 2022 年 11 月 5 日に確定し、その前に 2022 年 10 月 20 日に金城ゼミの学生とチラシに使う色を決め、デザインはゼミ生の一人から担当し

てみたいと申し出があり、その学生にお願いした。チラシの素案を 2 点 11 月上旬に受け取り、金城ゼミで決め、他の教員からも了承を得た。チラシの発注は 11 月中旬を目指していたが、作業に時間を要し、チラシの完成は 12 月初めまでずれ込んでしまった。それから筆者が可能な限り関係者にチラシを手渡しに行った。

クリスマスマーケット専用 HP を開設しようとしたが、筆者にはその知識と時間が足りず､その代わりにブログを 11 月に開設した。しかし無料バージョンのため、ブログ名称の変更ができず、検索してもヒットしなかった。ソーシャルメディアには学生個人のアカウントからクリスマスマーケットの宣伝をするようにお願いしていたが、どれほど拡散できたのか測定できない。筆者個人の Twitter からクリスマスマーケット関連情報を流してみたが、あまり効果はなかったようである。地域協働支援室の Twitter にもご協力いただいた。大学 HP にはプレスリリースが掲載され、そのためか当日、筆者は想定外だった人生初の取材対応に追われた。井戸教員の計らいにより、2022 年 12 月 10 日エフエムいみずでラジオスポットを作成させてもらう運びとなった。収録に本学工学部 2 年生 2 人（当日司会担当者とアカペラサークル部長）が参加し、原稿は筆者の素案があったほうがいいという要望があったので、彼女たちが素案をもとに作成した。2022 年 12 月 14 日（水）朝と 12 月 16 日（木）夕方の 2 回、クリスマスマーケットの宣伝が放送された。

金城ゼミの学生はというと、前期はお互いなかなか打ち解けることができていないようだった。大学の敷地内で（外で）お弁当を食べたときには、男女分かれてしまった。教室でも、いつも男子は二つのグループに分かれて離れて座り、女子も微妙に二つに分かれることがあり、男女一緒に考えて行動するという雰囲気ではなかった。後期になり 11 月頃から、つまりクリスマスマーケットの開催が迫って来てから、学生たちがいろいろと意見を出し合うようになっていった。学生には自主的に行動してもらうことを望んでいたが、週 1 のゼミでは時間的余裕がなく、教員があらかじめ決めることもいくつかあった。それが裏目にでたのが当日だった。開催日が近づくにつれて、当日の動きを具体化していったが、それを一覧できる表の作成ができず、鈴木教員と濱教員の力を借りた。

4.4. 当日

当日、雨が心配されていたが晴れたり曇ったりしていて安心した。ゼミの学生が 64 名参加し、学生の担当時間は各ゼミで異なった。大学から荷物を積み込むさいには、鈴木教員がパズルを組み合わせていくかのように隙間なく、バスのトランクに荷物を次々と積み込んでいた姿に筆者は驚嘆した。遅刻した学生がいたこと、予想よりも富山駅まで時間を要したことで 15 分程遅れて会場に到着した。しかし、会場担当者の姿が見えず、筆者は気を取り乱しそうになり、冷静に対応するように努めた。それぞれの場所に必要なものを配置し、持ち場を作ってゆき、11 時開催にギリギリ間に合った。金城ゼミの学生が会場と売り場のテーブルの飾りつけを担当し、そのほかの担当は以下の通りである（図 1、2）。

［食べ物］金城ゼミ：ますのすし、クリスマス上生菓子、ドイツのクリスマス焼き菓子、平野ゼミ：富山県産有機野菜弁当、濱トピックゼミ：羊羹、COCOS：白エビ・魚介類のフードと焼き菓子

［飲み物］金城ゼミと鈴木ゼミ

［ミニステージ］金城ゼミ、平野ゼミ、鈴木ゼミ、COCOS：ステージ登場団体の誘導・ステージ設置、きぐるみ集合

［体験コーナー］鈴木ゼミ：ミニクリスマスリース作り、竹澤ゼミ：折り紙体験、金城ゼミ：アヒル釣り

［民芸品］金城ゼミ：とやま土人形、五箇山和紙製品、クリスマス雑貨

［スライドショー］COCOS

片付け時に雨が降り出し、濡れながらバスに荷物を積み込んだ。同僚のフォローがなければ無事終了することがなかったと筆者は今でも心から感謝しており、協働のよさと大切さを学んだ。ここで教員からの当日の感想を一部紹介する。

平野：緊急時の対応部門（本部かインフォメーション）を設置すればよかった。全体の配置図もあれば良かったかもしれません。ゆるキャラに関して、来場者が無料で楽しめる企画で、充分に機能してくれたと思います。

鈴木:リース作成体験の参加者が予想よりも少なく（15 名）、また子ども（4 名）の参加者には難しかったようで、簡単なものも用意しておいたら良かった。

竹澤：折り紙教室の参加者は 26 名で、サンタクロースが人気でした。折り紙教室があまり目立たない隅っこにあったこともあり、お客さんがなかなか足を止めにくかったかと思いました。何か目立つ飾りや幕などを付けるなど工夫が必要かと思いました。また、ゆるキャラの力は偉大だと感じましたので、子どもの集客などにかんしてゆるキャラの協力を得られるといいかと思いました。

濱：音楽や着ぐるみは足を向けてくれる方が顕著に増えると思いました。温かな会場の雰囲気を感じました。イベント主催者がより分かりやすい方がよかったようにも思いました。

と良かった点と次回の改善点などが挙げられた。

参加した学生の感想には「とても楽しく参加できてよかった」「販売する側で参加する機会はないと思うので貴重な体験ができました」「自分たちで準備して、イベントに参加することはなかなかない経験だったので、新鮮で楽しかった」など書かれていた。総じて、楽しく過ごせていい経験になったようである。筆者の学生用アンケート調査の結果、クリスマスマーケットに行ったことがない学生ばかりだったことが

判明し、その分楽しく感じたのかもしれない。

来場者の正確な数は把握できなかったが、呉羽高校のコンサート時にはミニステージ前に 50 人ほど集まっていた。300 人程度の人が会場で足を止めていたようである。筆者は一部の来場者にアンケートの協力を呼び掛けたが、声をかけた時点で去られ、筆者の手が空いたころには会場に人があまりおらず、アンケート調査はうまくいかなかった。紙ではなくスマートフォンを使って調査するようにすれば、回答しやすかったのかもしれないので、次回までに検討したい。

5. おわりにかえて—今後の課題と展望

金城ゼミの学生に当日の動きにかんする説明がきめ細やかにおこなわれていなかったため、当日学生たちは困惑する場面もあった。事前に十分説明していなかったことと販売の練習をしていなかったことが悔やまれる。にもかかわらず、無事終了できたのはひとえに参加した学生、教員、地域の方の協力の賜物である。しかし、日がたつにつれて失敗に焦点が当たるようになり、いまだに後味の悪い思いが消えない。次回は、早めに準備を進め、学生が当日困らないように説明したり一緒に考える時間を増やしたり、会場の下見と販売の練習時間を設けたい。会場で、場所が離れている学生と教員間の連絡がスムーズにできるように無線機を活用したい。広報にかんして、チラシデザインを夏休み中に進め、10 月に印刷に向けて準備をはじめ、10 月末に印刷完了し、11 月から配布を始めたい。SNS 等での宣伝は、専用アカウントを作成し、ゼミでの取り組みを配信していこうと考えている。出店にかんして、学生から「お店にきてもらって販売してよりにぎやかにしていけばよいと思う」という意見が出た。すべてをゼミ生が担うのではなく、平野ゼミの取り組みのように地元の店と協働する学生を増やすのもよいかもしれない。富山県に（より）興味と愛着を持ってくれる人が増えるよう、特に若者が興味をもちそうなモノとコトを提供したいので学生から意見を募る。

筆者の勘違いから登場することになったゆるキャラたちは、クリスマスマーケットを大いに盛り上げてくれた。ゆるキャラがミニステージでの演奏や体験コーナーでも花を添えてくれたのは、結果としてクリスマスマーケット in TOYAMA オリジナルの企画となり、今後も会場を盛り上げてくれそうだ。しかし、先述したようにゆるキャラ動員には多くの学生の協力が必要で、ゆるキャラの人員確保が今後の課題のひとつである。そのほかの課題も整理して次回に挑みたい。筆者の研究にかんして、クリスマスマーケットに参加した学生がその後、富山県とのかかわりで変化があったかも調査したい。本企画にいっしょに楽しく協働していただける方が増え、富山県が目指すウェルビーイングの推進に少しでも寄与できれば幸いである。

人生は「トライ＆エラー」の連続で、良くない条件に不平不満を述べるだけではなく、いろいろと工夫して良くしていくことの繰り返しである。そのことが本クリスマスマーケットにも表れているようであった。筆者は、これをある文化が定着する前の兆しととらえ、今後どう発展していくのか観察を続けたい。

文献

Kaneshiro-Hauptmann, Akemi (2013): Gedanken zu Grimms Märchen als Populärkultur. 『独逸文学』第 57 号、113-133 ページ.

金城ハウプトマン朱美 (2015)「ドイツのクリスマスとメルヒェン」『独逸文学』第 59 号、209-230 ページ.

富山県立大学工学部（2022）『令和 4 年度履修の手引き(令和 4 年度入学生用)』

「ドイツのクリスマス感じて　富山駅　県立大生がマーケット」中日新聞 2022 年 12 月 18 日
https://www.chunichi.co.jp/article/602838?rct=k_toyama

梅田スカイビル HP
https://www.skybldg.co.jp/new/2113.html　(閲覧日 2023 年 2 月 18 日)

謝辞

大谷製鉄株式会社様の研究奨励金により、国内のクリスマスマーケット調査が実現しましたことに心より御礼申し上げます。公益財団法人富山県ひとづくり財団様ならびに学内の地域志向教育プログラム採択により、本プロジェクトの実行が可能となりましたこと、深く感謝申し上げます。ご協力ご助言いただきました神村佑地域協働支援室コーディネーターに重ねて心より感謝申し上げます。当日、急な申し出にもかかわらず会場で手伝っていただいた大石玄准教授、アカペラサークルとエフエムいみずをつないでいただいた井戸啓介講師にも心より御礼申し上げます。参加にご快諾いただきました富山県立呉羽高校稲場一郎教諭様と楽団の皆様、引網香月堂代表取締役引網康博様、ますのすし本舗源松原弘治様、とやま語りの会代表奥井悦子様、とやま土人形伝承会代表簗田京子様、農事組合法人五箇山和紙前﨑真也様、西町商店街振興組合会理事長鈴木孝様、カフェゴッコ代表広野美代子様、カフェしえる様、富山湾しろえび倶楽部様、ドイツカフェみときや井尻有香様、デトレフ・F.・シャウヴェッカー関西大学名誉教授、NKH 富山放送局森屋智史様、エフエムいみず柴田茂樹様、ご参加いただいた COCOS、天文部、アカペラサークルの皆様、参加したゼミの学生の皆様に心より厚く御礼申し上げます。寒い中、会場まで足を運んでいただいた方、アンケートに回答していただいた方に深く御礼申し上げます。そのほかご協力いただきました方に感謝いたします。

図１　チラシ表

図２　チラシ裏

図３　地域協働授業成果発表会ポスター

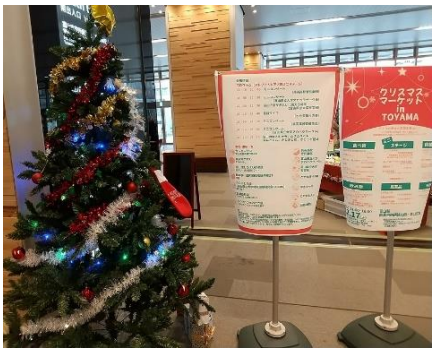

写真１　会場：クリスマスツリーと案内

写真２　会場：ゆるキャラ（左：ムズムズくん、右：NANTO くん）

Christmas Market in TOYAMA - What is it?

Akemi KANESHIRO-HAUPTAMNN, Takayoshi HIRANO, Hiroshi SUZUKI,
Midori TAKEZAWA, Takako HAMA

Center for Liberal Arts and Sciences, Faculty of Engineering

Abstract:: During my life in Germany (1998-2018) and after conducting research on Christmas markets in Germany, Austria, and Switzerland, I visited Christmas markets in Osaka 2019, Tokyo, Yokohama, Fukuoka, and Kosaka 2021 and attempted to clarify their characteristics. In my opinion, these are alike German beer festival *Oktoberfest*. Why such a difference? When I produce a Christmas market in Toyama, what do I need? Specialised food, traditional crafts, a pleasant atmosphere, and receptive students, because they need to discuss their ideas for the Christmas market project. In this article, I will delineate my concept regarding my seminar and practices and what we can do to lead students to enjoy Toyama. This constitutes an experiment for me with my colleagues. German Christmas markets were categorised into five types. One of these types, a small market with local people, constituted an example for the Christmas Market in Toyama. Based on the descriptions of this market, ideas, planning, the day it is held, its aftermath, and projections for future occurrences, you can see that the characteristics of the observer and the beginning of a new culture suggest the following: it is crucial to turn the bad into good without lamenting on the situation and to try again after a failure.

Key Words: Christmas market, German culture in Japan, Toyama, cooperation, strength of weak ties