

# 歩いて探した豊橋の魅力

## 市電の「中吊り広告」で発表

らが調査  
豊大生ら  
フィールド  
慶応大生ら

癒(いや)される街ですね。「豊橋の魅力探し」をテーマに30日、慶応大学情報環境学部・加藤文俊研究室の学生・院生ら約20人が、豊橋市内で行ったフィールド調査の結果を、市電の「中吊り広告」にまとめ、貸切市電内で発表した。

(杉浦文夫)



「私が感じた豊橋の魅力は」と発表する学生  
豊橋鉄道市内線「貸切電車内」で



「ヨソ者」の視点で地域資源の発見し、その街の魅力を地元に戻元をと、豊橋についての事前情報収集をあえてせず、初めて訪れる豊橋の魅力を、街歩きやインタビュー取材、若者の新鮮な感性で汲み取った。

参加した同大の環境情報、総合政策両学部の学生らは一泊2日で、結果を中吊り広告にまとめる強行スケジュールながら、それぞれ街を歩き回ったり、店の人と3時間も話し込んだりと、異なる学生作製の「中吊り広告」に見入る市商業観光課職員一同

段で魅力探し。

意見交換のため、豊橋観光コンベンション協会、豊橋市商業観光課などの関係者も同乗した、市電内の発表では、学生らが一人ひとりの入りの広告を発表。

「まちなかに花や緑が多い」「新しいものと古いものが共存している」「親切な人が多い」「食べ物もおいしい」など、第一印象を「癒されるまち」と感じた学生が目立ち、「ここなら縁あれば嫁いでも良いかな」と語った女子学生もいた。

一方、「にぎわいの無さは逆に、ごみごみしていない魅力」と指摘したり、「市電は街のシンボルとして欠かせない」と、写真からあえて市電のレールを消した広告を作成した学生もいた。

異なる視点で作成した豊橋のPR広告約30枚が今後2週間、市電内に展示される。