

## 「夢デザインコンテスト」に取り組むしずおか焼津信用金庫

古江 晋也

## 要旨

静岡市に本店を置くしずおか焼津信用金庫は地元の小学生に地場産業を学んでもらうため 2000 年に冊子「しずおか特産品解体新書」を発行し、2003 年からは「しずおか夢デザインコンテスト」に取り組んでいる。同コンテストは静岡市内の小学生から地場産品をテーマとしたデザイン画を募集し、特別賞受賞者には試作品がプレゼントされる。現在、地域の小学生（小学 3～6 年生）の約 2 割が同コンテストに応募し、同コンテストに応募したことがきっかけで美術系の大学や専門学校に進学した人もいる。最近では試作品が商品化され、静岡市のふるさと納税の返礼品に採用されるなどの新たな動きもある。

## はじめに

静岡市には駿河雛具、駿河竹千筋細工、駿河指物、駿河蒔絵、駿河漆器、サンダル、プラスチックモデルなどさまざまな地場産業がある。これらの地場産業が生まれた歴史的な背景は、駿府城、浅間神社、久能山東照宮などの造営のために全国から職人が集められたためであり、プラスチックモデルは戦後、下駄職人の技術や木工技術が基礎となって発展したという<sup>(注1)</sup>。

こうしたなか、静岡市に本店を置くしずおか焼津信用金庫（2022 年 3 月・預金積金残高 1 兆 7366 億円、貸出金残高 8530 億円、役職員数 1004 人）は、地元の小学生に地場産業を学んでもらうため 2000 年 9 月に冊子「しずおか特産品解体新書」（以下、解体新書）を発行した。さらに 2003 年からは「しずおか夢デザインコンテスト」（地場産品デザイン競技会）に取り組むなど、将来の地場産業の基盤づくりに役立つことをめざしている。

<sup>(注1)</sup>しずおか焼津信用金庫お客様サポート部編集・発行『～地場産品ができるまで～しずおか特産品解体新書』を参照。

## 「しずおか特産品解体新書」の発行

静岡市を主たる営業地域とした旧しずおか信用金庫は 1970 年頃から地場産業の景況調査を実施し、調査結果を毎月公表していた。お客様サポート部係長の佐藤忠輝氏は 90 年代後半、この景況調査を担当していたが、具体的な活動に踏み込めないことに忸怩たる思いを感じていた。そうしたなか 99 年に静岡県で第 37 回技能五輪全国大会（「技能五輪しずおか 99」）が開催され、同信用金庫も同大会のさまざまな支援に取り組んだ。技能五輪は、原則 23 歳以下の青年技能者が旋盤、板金、造園などさまざまな分野で技能を競い合うが、その姿を目の当たりにしたことで

## しずおか焼津信用金庫本店



## 本店向かいの静岡相談プラザ



## お客様サポート部係長の佐藤忠輝氏 とマスコットキャラクター「ハットくん」



## 試作品「太刀魚そろばん」



佐藤氏は「将来、地元の子どもたちに地場産業に携わってほしいという気持ちが芽生えた」という。

そこで上司を説得し、景況調査に代わる取組みを始めることにした。それが解体新書の発行である。解体新書は静岡市の特産品の製造方法を工程ごとに写真付

きで解説するとともに、漢字にルビを付け、専門用語もわかりやすく説明した。21年6月に発行された第16版では、22種類の特産品が掲載されているが、これらはすべて佐藤氏が企業などを訪問し、取材を行った。当初は数か月でできるものと考えていたが、食品業界は原材料の収穫など季節性があるため、結局は1年がかりとなった。

2000年9月、旧しずおか信用金庫は解体新書(3,000部)を静岡市内の小学4~5年生に無償配布した(2022年7月現在の累積発行部数は19万4000部)。するとほどなく、テレビや全国紙などから取材が舞い込むなど、県内外から多くの反響を呼ぶことになった。

## 「しずおか夢デザインコンテスト」の開始

小学校の授業には社会科見学があるが、児童が特産品を製造する企業を訪問しても、すべての工程を把握することができない。そのため、材料の加工から完成まですべての工程を解説した解体新書は必ず役に立つと考えられた。ただ授業で実際に活用されているかはわからなかった。そこで次のステップとして取り組んだのが、「あったらいいな!こんな地場産品」をテーマとした「しずおか夢デザインコンテスト」であった。

同コンテストは小学生(小学3年生から6年生)を対象とした地場産品のデザイン競技会であり、入賞すると副賞として図書カードなどがもらえる。賞は特別賞、優秀賞、地場産業奨励賞があり、特別賞を受賞すると、受賞者自身がデザインした試作品がプレゼントされる(入賞は60点であり、そのうち10点が特別賞)。

しずおか焼津信用金庫では現在、夏休

み前に静岡市内の小学校に合計 3 万部ほどの応募用紙を送付する。応募用紙を受け取った小学生は、まずどのような地場産業があるかを把握するため解体新書を紐解く。デザイン画は家族と一緒に考えてもよいため、自然と家庭内の会話も弾むことになるという。

デザイン画の多くは、「自分が欲しい」というよりも、こんなデザイン（商品）があると「お母さんの掃除が楽になる」「足の痛いおばあちゃんが楽に靴を履くことができる」など、日々の生活から家族のことを考えたものが多いという。

応募締め切りは半年後の12月半ばであり、審査委員会がクリスマスの期間に開催される。審査では、まず事務局がすでに存在しているデザインであるかどうかのチェックを行った後、大学の研究者、デザイナー、地場産業関係者などが委員となり、受賞作品を決定する。

特別賞の受賞者は後日、地場産業関係者と試作品を製作する打ち合わせを行うとともに、可能であれば製作そのものにも携わる。試作品は2つ製作され、1つは展示会での展示用に、もう1つは受賞者へのプレゼントに使用される。

### しずおか夢デザインコンテストの反響

図表1はしずおか夢デザインコンテストの応募数の推移を表したものである。2022年の応募数は6,329点（市内71校）となり、静岡市内の対象児童の約2割が応募していることになる。

同コンテストを始めた当初は、3年程度で終了する考えもあったという。それは参加賞を配布するだけでも膨大な手間がかかるからであった。しかし応募者数が増加するようになったことや、例えば、全

### 試作品「かつお節削り節機」



### 試作品「三保の松原絶景まな板セット」

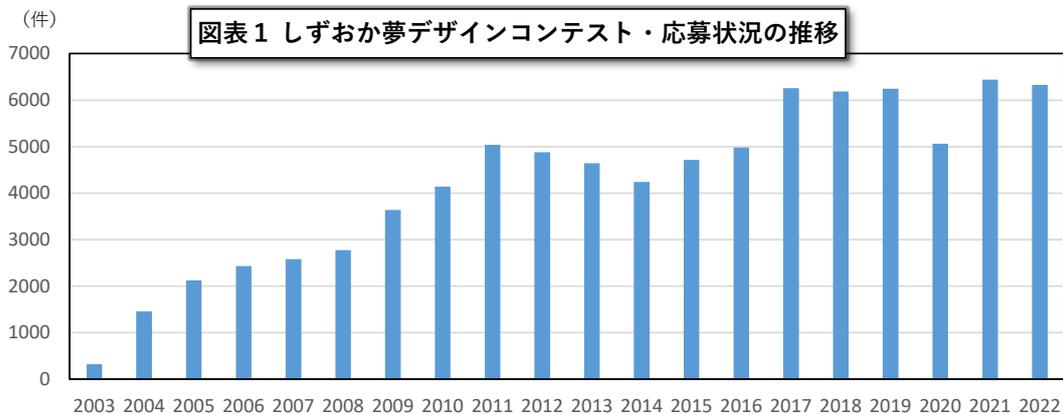


### 試作品「おでん落とし」



国紙の社説で取り上げられたり、メセナアワード2015「優秀賞」（夢ものづくり賞）、第3回ものづくり日本大賞「優秀賞」（青少年支援部門）を受賞したりするなど、外部機関から高く評価されたことが継続する原動力となった。

また20年間取組みを継続したことで親



(出典) しずおか焼津信用金庫資料

(年)

子2代が応募したり、同信用金庫新入職員の約2割が同コンテストに応募した経験があったりするなど、地域社会にかなり浸透しているイベントとなっている。

さらに試作品を手にとった感動がきっかけとなり、美術系の大学や専門学校に進学した人もいる。このことについて佐藤氏は「しずおか夢デザインコンテストが子どもたちの能力を開花させるきっかけとなった。子どもたちに与えた影響は計り知れない」とこれまでの20年を振り返る。

## おわりに

しずおか夢デザインコンテストは静岡市内の多くの児童に喜びや感動を与えるだけでなく、地場産業関係者にも良好な刺激を与えているという。具体的には、試作品の製作を依頼されたことで新たな塗装技術にチャレンジしたり、これまで交流がなかった企業とつながりができるようになったりといったことである。

また、試作品を商品として販売する動きも始まった。それが静岡おでんをモチーフにしたけん玉「夢のおでけん」である。夢のおでけんはネット販売のほか、静岡

市のふるさと納税の返礼品にも採用されている。佐藤氏は「少しずつ変化し、前に進まないといけない」と話す。

産業構造や生活環境の変化によって地場産業が低迷している地域は少なくなく、後継者不足から廃業を選択する企業もある。そうしたなか、同コンテストは次世代を担う多くの小学生が楽しみながら特産品に関心を持つとともに、現在では地域社会におけるかけがえのないイベントとなっていることは特筆され、地場産業の活性化を図る手法としても注目される。

## 商品化された「夢のおでけん」

