



山形県鶴岡市 温海地域

中島彰規、中山晟紀、後藤颯汰、
土志田航太、三宅隼介

発表の流れ

1. 温海地域の現状・感じたこと
2. 地域に必要なもの
3. 政策提言
4. 展望



温海地域の現状

- 人口減少
 - 毎年200人ペースで減少
 - 20年後には2分の1
- ➡ 生活環境の悪化
 - 小売店・金融機関の撤退
- 対策として
 - 関係人口づくり
 - 地域おこし協力隊





温海で感じたこと

- 温海地域はまとまりにくい？
 - 鶴岡市 > 温海地域 > 各集落
 - 各集落の自立性が高い

→ 他の集落のことを知らない

温海には.....

温海地域としてのまとめ が必要

- 温海の人たちの相互理解が進む
- 地域への思い、エネルギッシュな人の力を結集することで、温海地域の現状を打破



政策提言

温海文化祭の枠組みを用いて
地域住民が運営にまで参加する
祭りの開催

なぜ○○？

- なぜ **祭り** ？
 - 温海は祭り好き（集落ごとの祭りが多数）
 - 楽しく集落間交流
- なぜ **温海文化祭** ？
 - 地域全体が対象だが、小規模に終わっている
 - 新規創出より低コスト
- なぜ **住民が運営にまで参加** ？
 - 行政・住民が一体となった温海地域の中心的主体を育てる



展望

- 集落それぞれが欠けている機能を補い合い、
支え合う構造の基礎に
- 温海地域の将来を考える議論の場の準備

* 祭りはあくまで「まとまりを作る」ための手段





ご清聴
ありがとうございました

本プログラムに関わっていただいた
全ての方に感謝申し上げます

FS 学内報告会

山形県 高畠町

高畠町とは

- ・山形県にある、人口約2万3千人の町である。
- ・有機農業・食品加工業が盛んで、ジャムやワイン、日本酒などは全国的に人気のあるものが多い。
- ・高畠ワイナリー・爪割石庭公園・十分一山等、豊富な体験・観光スポットがある。
- ・近隣市町村に比べ、自治体が地域活性化に力を入れている。

高畠町の課題

地域の魅力を知らずに、都会に出ていく若者の多さ



①高畠町で育ち、今も町で活躍する大人たち②興味・関心を掻き立てる様々な職業が存在



地域で活躍する大人や、その職業の魅力が十分に伝わっていない？

本活動における目標

「中高生が、ロールモデルとなる大人と直接交流することで、自分の将来像を明確にイメージする」

そのために、

- 私たち自身が高畠町や、そこで暮らす人々の魅力を知る
 - 第一回・第二回現地活動
- 中高生と大人が交流できる場所を設け、そのサポートをする
 - 例：職業インタビュー
 - 地域で活躍する大人への中高生のインタビューを支え、地域や職業の魅力を学ぶ
 - 第三回現地活動



三回にわたる現地活動によって、目標の達成を目指す

第一回現地活動

活動目的: 高畠町やそこで生活・働く人々と交流し町への理解を深める

〈7月23日、24日〉

- 高畠ワイナリー訪問
- 観音岩トレッキング
 - 自然に触れる
 - 歴史的背景から町民性を考察する
- 和楽茶の間の朝ごはん
- そば打ち体験・昼食
- 九里学園(高校)の生徒のプレゼンを聞く

〈インタビュー〉

- 義民 高梨利右衛門とは?★インタビュー①
- 夕食★インタビュー②
- 地域のコミュニティ文化を体感★インタビュー③
- そば打ち体験・昼食★インタビュー④
- 九里学園フィールドワークに触れる★インタビュー⑤

〈現地の高校生から高畠を学ぶ〉



第一回現地活動

観音岩トレッキング 町の歴史を学び、自然に触れた。町のアピールポイントになり得るものを理解する一助となった。

義民高梨利右衛門について 歴史的背景から町民性を考察する機会となった。

地域のコミュニティ活動 町民の暮らしを体験し、町民の人柄を理解することができた。

現地の高校生との交流 高校生、若者が何を考えているか、将来の何に不安を抱えているか実情を把握した。

<雄大な自然を体験>



第二回現地活動

活動目的: 高畠町やそこで生活・働く人々と交流し、職業インタビューの対象者を選定する

〈2月13日、14日〉

- 東京外国語大学の学生と交流 (an.)
- 亀岡文殊堂・菓子工房ココイズミヤ・瓜割石庭公園 (石切場) 訪問
- 学習塾ESTEMのワークショップ (山形中央高校)

〈インタビュー〉

- リーダー・経営人財育成塾メンバーの発表・インタビュー

〈人財育成塾での講演の様子〉



第二回現地活動

リーダー経営人財育成塾メンバーの発表・インタビュー 地元の経営者や個人事業主に会い、彼らの思いや将来展望を伺った。それぞれが異なるストーリーを持っていて、刺激的かつ、職業インタビューを行うイメージができた。

学習塾ESTEMのワークショップ(山形中央高校) 東大出身の方が経営する地元の学習塾と、地元の高校とのワークショップに参加した。「誰でも参加できる」アイスブレイクを一緒に考え、彼らとも親睦を深める良い機会となった。

ワークショップの様子



第三回現地活動

活動目的: 地域で活躍する大人へ学生がインタビューできる場所を設け、そのサポートを行う

〈3月12日、13日〉

- 職業図鑑
 - 町の小中学生を対象に、町で活躍する大人(リーダー経営人材育成塾の受講生)へインタビューしてもらい、彼らの想いや高畠町で働くことの魅力を感じてもらいたいというイベント
- 現地活動報告会

* 職業図鑑・現地報告会ともに昨日(3/12)行ったため、その様子などは口頭で共有

職業図鑑で用いるチラシ



活動からの学び

＜現地活動から学んだこと＞

①高島町に対する理解

...自然・歴史・文化・町民性 etc...

②探究学習の可能性と地域という土壌

...九里学園、ESTEM

③地域への生徒・学生の関わりしろ

...大学生が集まる町、関係人口

＜職業図鑑インタビューの振り返り＞

→昨日(3/12)実施したので、口頭にて共有

今後の展望

<今後の展望>

①来年度への継承

...学びや反省点を来期FSメンバーへ共有

②細くとも長い繋がり

...来年度以降も高畠へ足を運びたい

③学びを各々の今後へと活用

...来年度FSやサークル活動、学部・研究科のプログラム等





古民家・空き家を 利活用しやすいかたちに

東大FS 福島県南会津町
最終報告会

福島県南会津町の概要

福島県の南西部に位置

人口: 14,150人

面積: 886.47km²

浅草から特急列車で3時間

面積の9割が森林



現地調査①(8月31日~9月2日)

- 奥会津博物館にて、現地の文化や暮らしを知る
- 糸沢地区の方々と交流し意見交換
- 実際に民泊に宿泊し、宿の方々と宿泊客と交流
- 地域おこし協力隊の方のカフェで聞き取り調査
- 伝統工芸品である藍染を体験
- 南会津町の名物や特産品を食べる
- 糸沢本陣をはじめ、町の空き家に訪問調査



現地調査②・現地報告会(2月20日~22日)

- 町役場の空き家政策担当者、不動産事業者からの聞き取り調査
- 古今地区の住民との交流、伝統料理づくりの体験、空き家除却についての聞き取り調査
- 現地報告会



南会津町について現地に行って気づいたこと

プラスの点

- ・現地の集落の方々が外部の人に対してウェルカムな姿勢を持っている。
- ・歌舞伎等伝統文化が大事にされている。
- ・地域の活性化を目指し試行錯誤する若者が存在する(地域おこし協力隊)。
- ・魅力的な料理や工芸品が存在する。
- ・温かい性格の方が多く、人々の交流が盛ん。民泊も多く存在する。

マイナスの点

- ・豪雪地帯ゆえに越冬が大変。冬場の燃料費の高さや雪かきなど苦労。
- ・伝統的な茅葺き屋根住宅の維持費が非常に高額である。
- ・スキー場以外に観光地が乏しい。
- ・より良い教育、医療を求めて市外へ転出する傾向がある。

ミッション

空き家、古民家の利活用方法に
ついて提案せよ！！

南会津町の空き家問題の現状

・空き家件数

	空き家総数	特定空き家	危険空き家	所有者不明
H26年度	633	126	58	0
R4年度	767	408	99	7

そのほか、行政からの空き家に対する助言、指導書発送なども増加傾向。

・危険空き家除却件数

	除却数	補助申請あり	補助申請なし	補助金額
H26年度	9	7	2	4,198,000
R4(12/31時点)	17	14	3	6,848,000

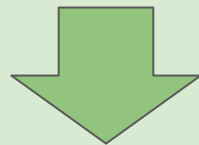
危険空き家の増加に伴い、除去数や町からの補助金額も増加傾向。

南会津町とミッションの繋がり

古民家の利用状況

空き家の多さ

南会津の魅力
人の暖かさ・自然・食べ物



古民家・空き家の多様な活用法を考案

交流人口増加→関係人口増加

空き家について、現地に行ってわかったこと

・建造物について

- ・人が住んでいない空き家は急速に老朽化していく。
- ・僻地や条件が少々悪い空き家でも、空き家バンクから買い手が見つかることがある。
- ・除却費がかなり高額になる。
- ・共同で登記を備えていたり、相続関係が複雑で手が出せない不動産も南会津町の中に少なからずある。
- ・豪雪地帯のため、維持費も相当効果になる。また土地の資産的価値が低い場合もある。

・地域について

- ・地域で協力して空き家の除去を行った例もあるが、少子高齢化に伴い担い手不足に。
- ・相続人が実家への無関心や相続税増加への忌避から、空き家処理に協力しようとならない場合がある。
- ・そもそも除却費を捻出することができないケースもある。
- ・地域の人との交流から、相続人が空き家処理に協力してくれるケースもある。
- ・地域のネットワークで、空き地や空き地になりそうな場所などを管理していることもある。

空き家の除却について(古今地区の事例)

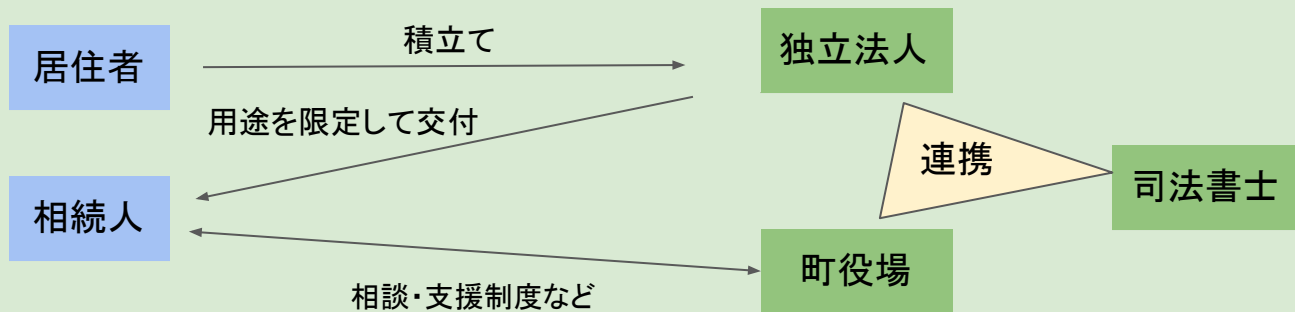
- 地区の中心部にあった空き家が老朽化し、倒壊の危険があった
- 相続人が横浜に住んでおり、撤去する費用を出せない状況だった
- 撤去費用を減らすために、古今地区の有志で協力して家財を搬出した
- 費用捻出のために相続人が持っていた雑木を売却した



空き家の除却について(制度面の提案)

「空き家除却準備積立金制度」

- 現在の補助金だけでは解体費用の全てを賄うのは難しい
- 事前に居住者が費用を積み立てることで、相続者の負担を軽減
- 全国的に広まれば、積立金についての相続税を免税するなど、より
便利な制度になるのでは

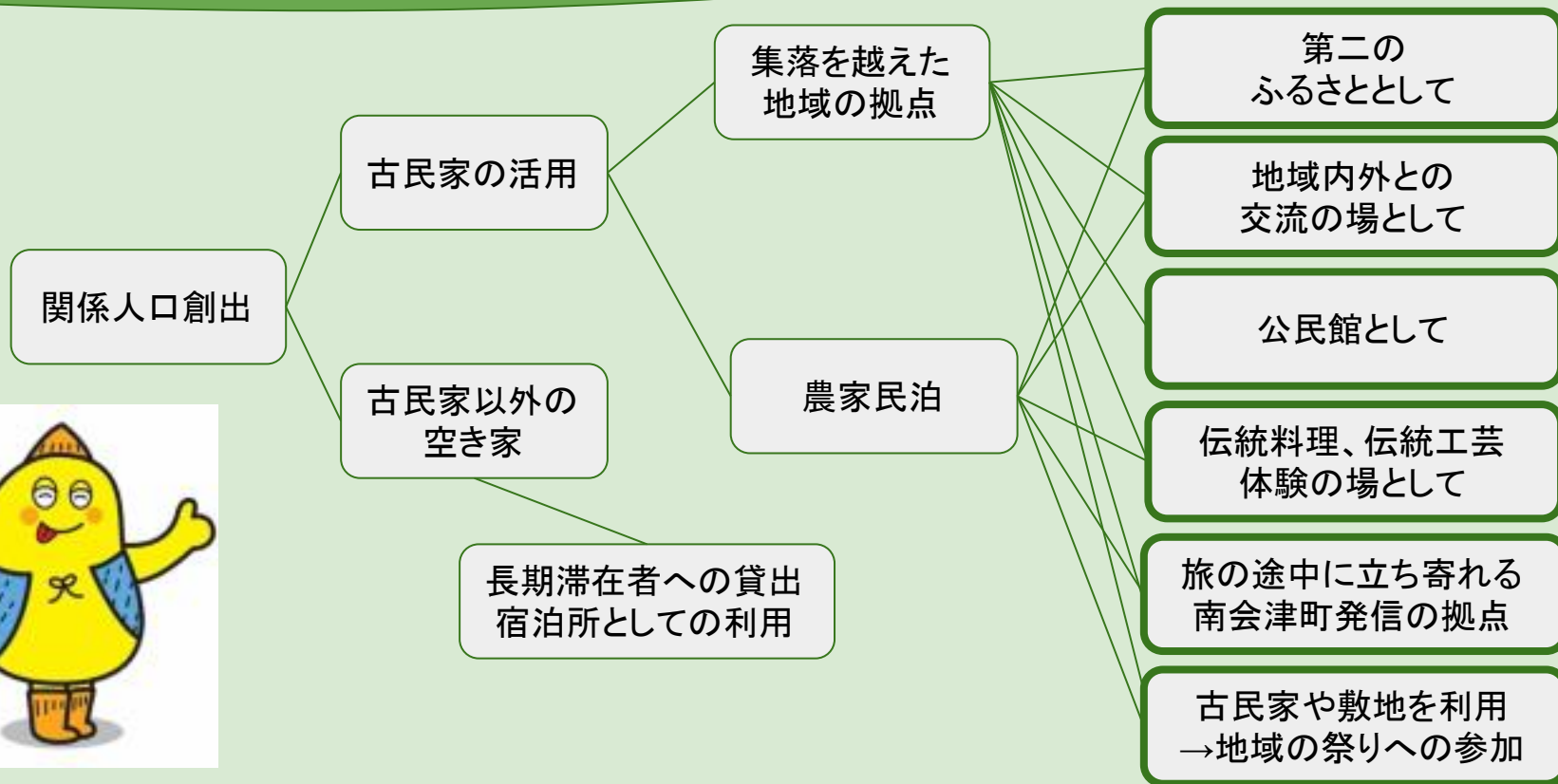


空き家の除却について(地域の皆様への提案)

「地域の密接な関係を活用した空き家除却」

- 空き家の所有者が持っている財産の整理、売り先の紹介など相続人のサポート
- 空き家除却について周りの人への声かけ
- 空き家になると地域の環境に悪影響
→地域の方のサポートが地域の環境改善につながる

古民家空き家利用マップ



活用法①～伝統文化・伝統料理体験の場として

①伝統文化を体験する

伝統工芸品の藍染を体験



②料理を体験する

蕎麦、つゆ煮しめを
一緒に作る



③伝統的な生活を知る

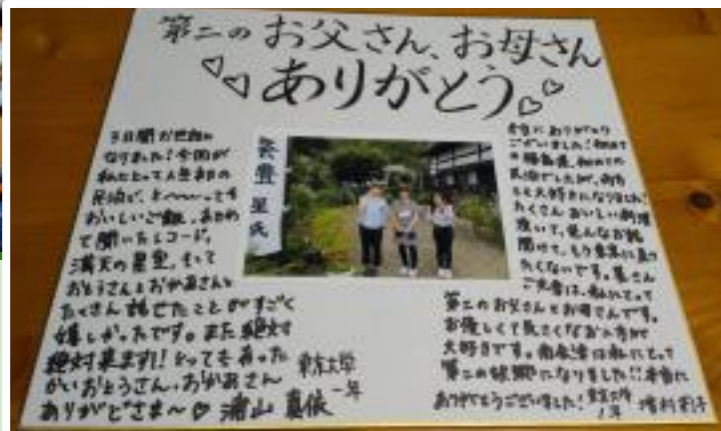
地域の生活文化を体験



活用法②～交流・発信の拠点として

①農家民泊

一緒に農業体験、食事 → 家族のように感じる → 何度も来る



②地域発信・滞在の拠点

地域の特徴を発信する場
滞在者に拠点として貸し出す



- 主な産業の発信
- 学生団体などに、拠点として貸し出す → 関係人口 

交流人口・関係人口の増加（現状と課題）

● 人口減少

- 少子高齢化、学校の合併、雇用問題
- 町内でも集落から田島地区への人口移動
- 人口減少によるインフラ等負担の増加
- 孫世代になると出身者であっても訪問の機会が減る

● 訪問にあたっての課題

- 特急や高速道路ができて若松や喜多方などに向かい、素通りされてしまう
- ビジネスホテルなどの宿泊施設が少ない
- 域内の公共交通機関不足
- 飲食店など地域の魅力の情報発信不足
- 外部の方をいかにして地域の方と交流することまでつなげられるか

交流人口・関係人口の増加(提案)

● 町出身者が地域の行事などに友人などと一緒に参加

- 出身者だと完全に外部の人より行く側・受け入れ側共に参加しやすい
 - 伝統など地域の維持につながる(リピーターへ)
- 出身者をきっかけに外部の人が交流人口・関係人口に
 - 地域とつながる何らかの「きっかけ」が必要(「自分ごと」へ)
- 空き家との関わり
 - 外部から人が来ることで空き家の利活用(住居・拠点などとして)
 - 除雪や掃除など出身者の空き家への関心も高まる



交流人口・関係人口の増加(提案)

● 情報発信

- 在住者・出身者が思い出の場所などを投稿できるようなページ
- 在住者・出身者による町の過去と現在の投稿
- 在住者・出身者・外部者が相互に情報発信できるような枠組みづくり
 - 旅の思い出、町の飲食店の共有など
 - 雪など季節の様子、特産品



まとめと今後の課題

まとめ

- 空き家の活用法は様々なものがあるが、「除却」「活用」を選択する必要
- 域外だけでなく地域の方も関わることで地域の活性化につながる
- 農家民泊などと組み合わせることで、地域の伝統の継承にもつながる

今後の課題

- 人口減少は全国的な問題ゆえにインフラの確保も課題
- 古民家は「維持」が難しく、若い世代に関心を持ってもらう必要
- 地域内外の人がお互いにどのように関わり続けられるかを考える必要



東大FS 川内村施策提案

豊田理恵、松尾花、谷保梓樹、岡田悠暉、加藤拓也

本発表の目的

- 本発表ではこれまで約1年間の**活動を報告**するとともに、「関係人口創出」というテーマに沿った**施策提案**を行う
- 「川内村を良くしていくために必要なこと」として考えたアイデアを東京圏の学生の視点から述べる
- ここでの発表が実際に村に活かせるかわからないが、何かの発見になったりすれば嬉しい

目次

FSの概要

活動記録

現状分析

施策提案

活動を経て

FSの概要



FSとは

- 「フィールドスタディ型政策協働プログラム」 (2017～)
- 地域課題解決に向けて、東京大学の学部学生・大学院学生がその道筋提案することを目指し、1年間活動する
- あらかじめ自治体からテーマを与えられ、チームを組んで地域に入り、**現状について身をもって体験・把握し**、学内の知見を有する教職員の協力も得て、**課題解決の糸口を探る**
- 過去のテーマ例：空き家の利活用、関係人口拡大、周遊観光、地域ブランドの発信など
- 2022年3月、福島県と東大が包括連携協定を締結したことにより、福島県でのFSが実現（他に南会津町でも実施中）

F S プログラムで目指すこと

現状と課題

- 生活環境などの復旧が進み、住民の8割が帰還していますが、**若者世代を中心として**残り2割の帰還が進んでいない。
- 川内村の活力を維持するためには、**地域産業や地域活動を担う人材**を確保していくことが重要。
- 一方、川内村には**豊かな自然や誇るべき伝統文化**があるほか、**復興に向けて様々な新たな取組**を行っている。
- 地域資源を活かし、川内村に**関心を持ってくれる人**を増やし、**交流人口を拡大**していくことが必要。

期待すること

- まずは川内村のことをよく知ってもらいたい。
- 地域住民と交流しながら、実際に**見て、聞いて、体験することで川内村の魅力を感じてもらいたい。**
- 若者の感性を活かして、**首都圏の若者が「来てみたい」と思う施策**の提言に期待します。

活動記録



活動記録

5/26（木）FS開始：学内ワークショップ

6/13（月）第1回ミーティング

9/6（火）～8（木）第1回現地活動

1/14（土）玉川大学との意見交換

1/19（水）小中学園との交流

2/6（月）～8（水）第2回現地活動

2/7（火）福島大学との意見交換

3/13（月）学内報告会

3/17（金）現地報告会

第1回現地活動（9/6～8）

目標：まずは地域の魅力に触れる 人を知る

- 1日目：かわうち草野心平記念館（志賀さん）、平伏沼・古熊山不動滝
- 2日目：川内ワイナリー（遠藤一美さん）、fuku farming flowers（平山さん）、KiMiDoRi工場（早川社長、兼子さん）、西巻さん、井出美穂さん、café Amazon、かわうちの湯
- 3日目：かわうちラボ（井出壽一さん）、川内村役場（遠藤村長、井出茂さん）、いわなの郷（横山さん、ハクさん）

第1回現地活動



第1回現地活動

〈川内村の魅力〉

- 人の温かさ
- ゆるい働き方
- 手厚い子育て支援
- 自然豊かな風景
- 豊かな自然の根幹は「**水**」「**土**」→キノコ、林業につながる
- 自然に支えられた「食」が人々の健康・幸せにつながる

〈川内村の課題〉

- 雇用・賃金、宿泊施設・飲食店の少なさ
- 村内に高校がない→就学時の人口流出
- 住民と移住者の交流不足

第1回現地活動

〈村での気づき〉

- 交流人口拡大を入りに、住民の誇りを創出することが必要
- 川内村の人々が抱く、**川内村がなくなってほしくない**という強い思い
- 地域の魅力やリソースは村の中にある（cf.「川内村でできないことはない」）
- 求める人材は、スキルを持った若い世代や、チャレンジ精神旺盛な人
- 子供たちにとってロールモデルをつくることの重要性

〈提案の方向性〉

- **ストーリー性をもったPR**
- まずは**来て長く滞在してもらう**、風景や人に触れて楽しんでもらうことが重要
- それが種まきになり、地域に根付くことにつながる
- **様々な人が関われる場**をつくる必要（居住者と移住者、内部の人と外部の人、子どもと大人）

玉川大学との意見交換（1/14）

- 玉川大学原田ゼミ：教員志望の学生も多く、震災をどのように（子供達に）伝えていくかを中心に活動
- 学園祭でのポスター展示、学食コラボ、講演会の開催など
- 課題：被災地に関心をもってもらうことの難しさ
- 川内村の人の温かさ、当事者意識を持つことの重要性、震災と向き合い続けることの大切さで一致
- **グランピング・農泊**の可能性
- **大学生**が川内村を訪れ、小中学生と関わることの意味
- 東大においても講演会や意識調査を実施？



川内小中学園との交流 (1/19)

- 進学や将来の夢などの話（生き生きとした印象）
- キャリア教室、職場体験、修学旅行・海外研修がある
- 川内村の自然や食への愛着はあるものの、川内村は離れる
- 欲しい場所：遊べるスペース、スーパーなどの店舗

- **東京圏の大学生**と触れ合う意義
- 戻ってこられる環境づくりの重要性

第2回現地活動（2/6～8）

目標：より地域の実情に触れる アイデアのブラッシュアップ

- 1日目：村長との懇談、役場職員からの聞き取り、蕎麦酒房 天山
- 2日目：遠藤きのこ園（遠藤雄夫さん）、福島大学「むらの大学」との意見交換会、極寒キャンプ体験、らーめん 三七三
- 3日目：そば打ち体験、観光協会会長（井出茂さん）との意見交換

第2回現地活動



第2回現地活動

〈全体的なこと〉

- 村のありのままの暮らしを大切にすべき
- **データに基づく観光施策**の強化が必要
- 子供達が戻ってこられる環境整備が必要
- 子供達が村の魅力をきちんと学ぶ機会の充実（木戸川、モリアオガエル）

〈人の交流〉

- 現在の取り組み：ひとり親世帯の交流会（いわなの郷）
- **もっと人々が関わり合える場所**があればいい
- 秋風舎（古民家カフェ）を、子供や大学生など幅広い人が集える場に
- **他の大学と連携**を強化する必要がある

第2回現地活動

〈コンテンツ開発〉

- 現在の取り組み：フットパス事業、サイクリング（推進途中）
- **自然を生かしたアクティビティ**を増やしたい
 - キャンプ、サウナ、焚き火、夜景
- いわなの郷における**ミュージアム**（キノコ、いわななど学べる）
- キャッチーなもりたろうグッズ、スイーツなどあれば

〈住居・空き家〉

- 村営住宅に入りたいくても入れないという課題
- 空き家は比較的管理されており、活用には難しさも
- 若者が住みたくなるようなモデル地区を整備する（→町分地区景観づくり事業）

第2回現地活動

〈自治体連携〉

- 歴史的経緯と双葉エイトの立ち位置による、**市町村連携**の難しさ
- **大熊・富岡との連携、楢葉との流域連携**を強化することから

〈観光推進〉

- **農泊・民泊の推進**、シェアハウス
- コミュニケーションを密に取れる形での宿泊を増やす必要
- そのための基盤整備 **観光協会を商工会から独立**
- 特定地域づくり事業協同組合などを活用した**人材確保**
- いわき市とのアクセスを容易にするようなバス運用（地域にとっても有用な形で）

福島大学との意見交換 (2/7)

〈むらの大学について〉

- むらの大学（2014年～）：1年生対象、南相馬・大熊・川内でフィールドワーク
- 「地域の実情を学び、どう地域が変わっていったかを知ること」を目的に活動
- 2年生以降も関わる事が可能

〈目指すべき方向性〉

- 今ある関係人口を深めたい
- 村に関わる大学生などがハブとなる
- 村を出る前の中高生にPR、子育てを契機にしたUターン増

〈今後の活動〉

- 農業のイベントを通じた継続的な関わりの創出
- 福島大学内を中心に農業高校などの参加も目指す

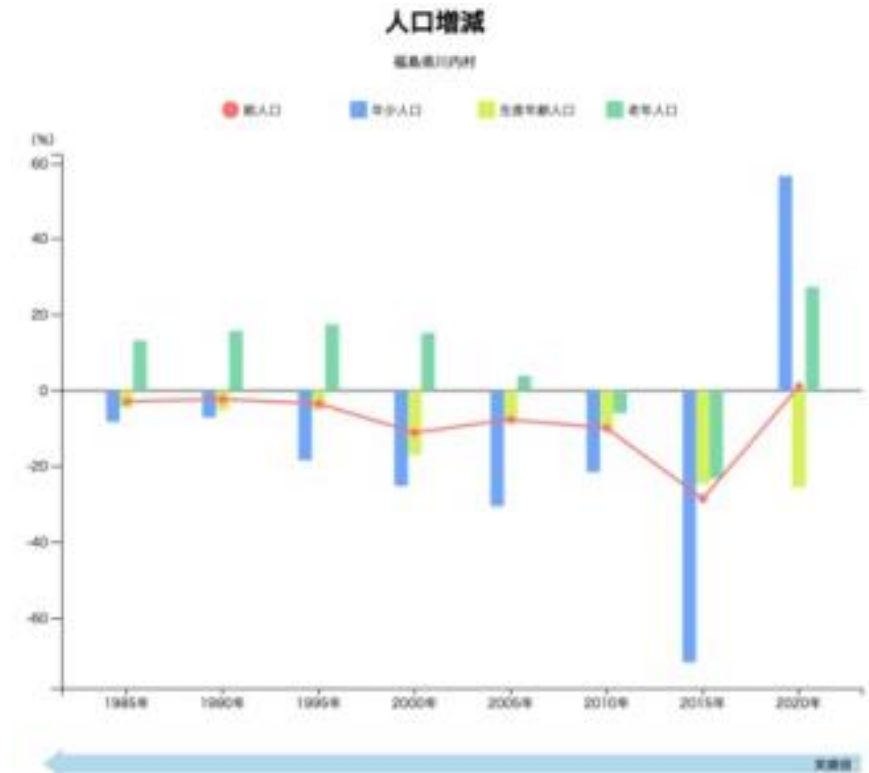
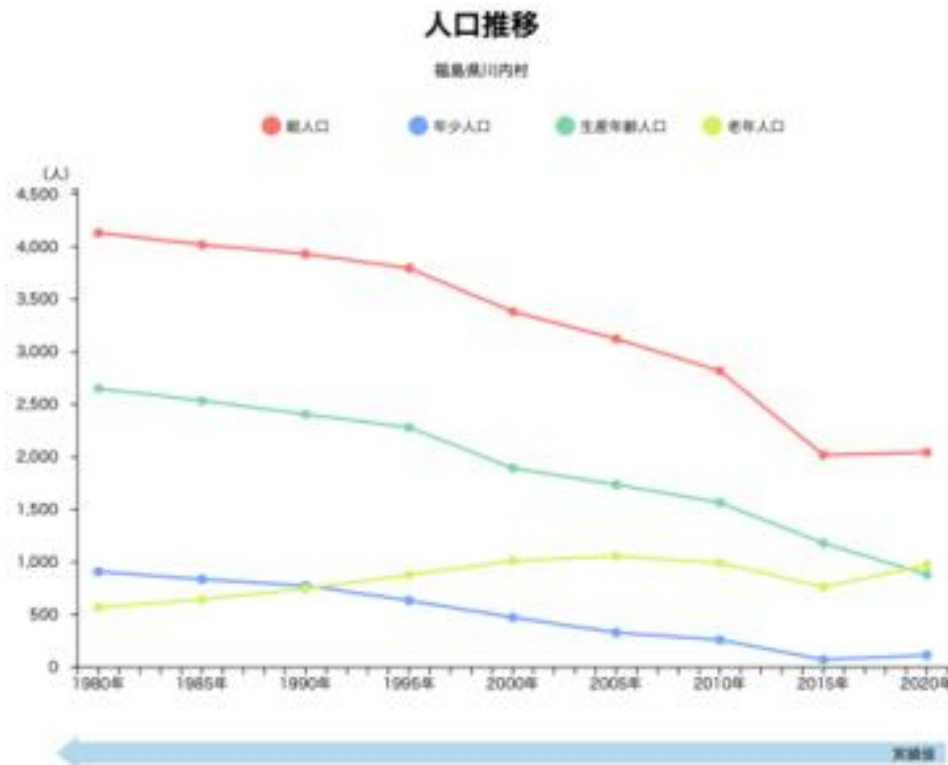


現状分析



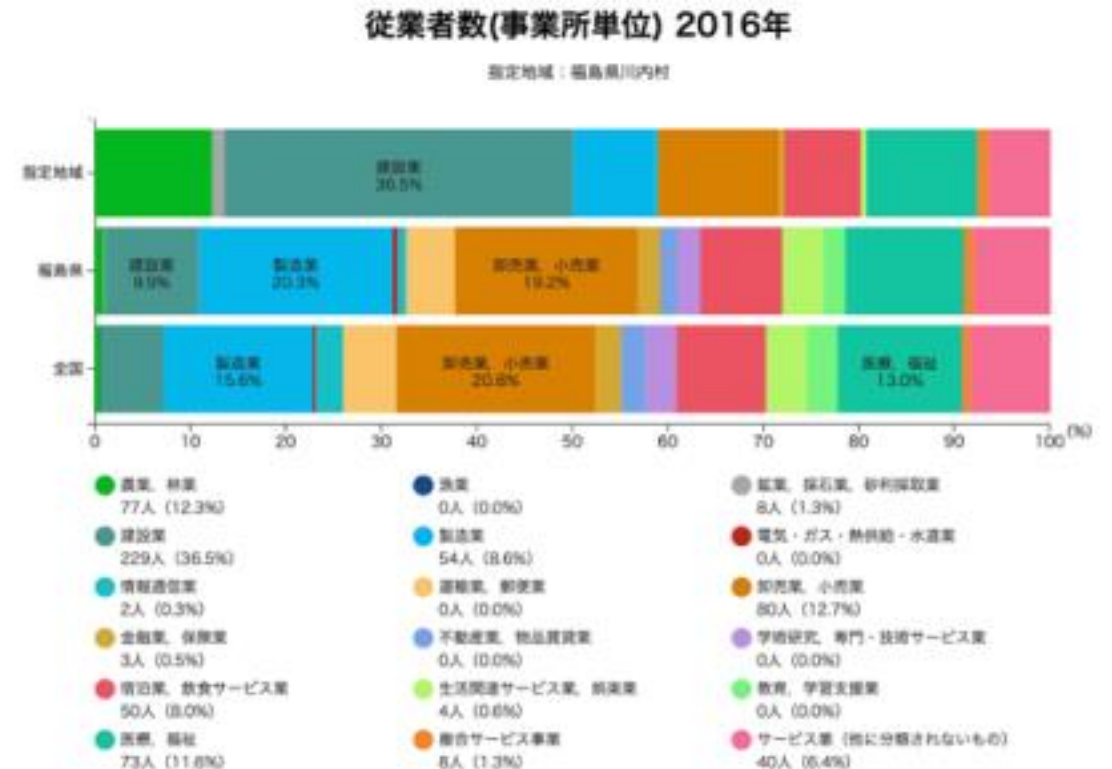
人口推移

- 従来より少子高齢化が進んでいたが、震災以降、大幅に人口が減少
- 若い世代の減少率が激しい
- **2020年**にかけて若い世代や高齢世代が戻ってきたが、生産年齢人口は減少が続く



経済・産業

- ・ 地域の自立度は低い
- ・ 地域住民の消費を域内で吸収できていない
- ・ 福島県内とも比較して、「農業・林業」「建設業」がさかん
- ・ 製造業は比較的低い値



施策提案



提案の流れ

コンセプト

コミュニティスペースの整備

地域資源を学べるミュージアム

自然を生かしたアクティビティ

観光客を増やすために

- 観光客を増やすために 〈村内での取り組み〉
- 観光客を増やすために 〈近隣市町村との連携〉

その他

コンセプト「かえるふるさと、川内村」

- 豊かな土と水が育てる「**カエル**」
生育場所としての平伏沼 カエルを描き出す草野心平
地域の歴史・自然を体系的に学べる拠点
- いつでも変わらない風景と、人の温かみがある「**帰る**」場所
地域外で暮らす人たちが気軽に帰ってこられるイベント
ワインフェスタ、グランピング、落ち葉焚き、サウナ、ヨガ、屋外上映会など
帰ってきた人たちが住民と交流できる拠点
- さまざまなリソースと課題がつまった「**変える**」ことができる場所
移住者のターゲティング：チャレンジ精神（cf.徳島県神山町）
空き家を活用した宿泊施設 ワークーションのできる拠点
居住者と移住者が交流できる拠点
- 都会の忙しい生活から離れ、人間らしい生活に立ち「**返る**」場所
緩やかな暮らしや環境のやさしさをアピール アピールすべきはオシャレさよりありのまま

コミュニティスペースの整備

- 人と人をつなげ新たな価値を創出する、コミュニティースペースをつくる必要
- 居住者と移住者、子供と大人、地元の人と都会の大学生、など
- 観光客にとっても地域の魅力（特に人）に触れられる拠点
- 背景にある課題：住民と移住者の交流不足、ひとり親の孤立、子供達の「遊び場が少ない」という声
- ゲストハウスなどに併設？
- 今ある場所を活用（秋風舎、いわなの郷、にじいろなど）？

地域資源を学べるミュージアム

- 地域の魅力をきちんと把握し、外に発信していくことが観光だけでなく地域の誇りを創出する上で重要（cf. 天山文庫の魅力は中の人には見えにくい？）
- 自然が豊か：どんな動植物がいる？ 川内村のキノコの特徴は？ なぜ平伏沼は貴重？
- 地域の歴史：林業の歴史、周辺自治体との関係、伝統芸能など
- 復興の歩み：当時の村役場の対応、避難から帰村までの出来事、現在の取り組み
- こうしたことを体系的に整理された形で、知ることができる場所があるといい 新たな観光スポットしても
- 大規模な施設をつくらずとも、たとえばいわなの郷やYO-TASHIの一角など

自然を生かしたアクティビティ

- 鳥取県の事例：アウトドア人気に着目、サイクリング・グランピング・ネイチャーサウナ・テントサウナ・サップ・スターウォッチングを発信
- 川内村でも**自然を活かしたアウトドア**を発信できるのでは
- いわなの郷における**キャンプサイト整備の促進**
- **サウナ** cf.北海道当麻町：「“ととのう”町」として環境整備。林業が盛んで薪ストーブと親和性。サウナも楽しめるキャンプ場など。オフシーズン対策にも
- 試験的なイベントやニーズの調査などから広げていけるのではないか
- 他に焚き火、夜景 場所としてワイナリーも活用したい
- 夜空を見ながらかわうちワインで乾杯 草野心平の詩朗読？
- かえる運動会？

DOAI VILLAGE

- 群馬県みなかみ町、JR土合駅直結の敷地に2021年、グランピング施設がオープン
- 特徴的な外観、フィンランド式サウナ



観光客を増やすために

- 観光の目的は、地域の経済を活性化すること、地域の誇りを生み出すことであることを再確認
- 観光振興に必要なのは「宿泊」「食」「交通」
- 宿泊：宿泊施設を増やす、周遊観光の促進（近隣市町村との連携）、**農泊・民泊の推進**
- 食：スイーツ（→果物栽培？）などキャッチーな商品の開発
- 交通：国道399号線のバス運行（貨客混載）によるアクセス改善
- メインターゲット：**個人旅行の日帰り客**
- 浜通りの周遊観光を促すため、**他自治体との連携強化**（cf.浜通り地域等15市町村の広域マーケティング事業）
- **CRMアプリ**の開発
- **ショート動画**の活用（最近のトレンド ex.TikTok）
- 魅力的なもりたろうグッズの設置（ハンカチ、ストラップ、赤べこ？）
- KPI（重要業績評価指標）として複数地点（ex.天山文庫）の来場者数を設定するほか、消費額を設定する（現状「第Ⅱ期川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略」では「いわなの郷入込者数」のみ設定）

参照：福島民報「浜通り15市町村で広域観光事業 交流人口拡大へ連携 福島県と経済産業省が新組織」

〈<https://www.minpo.jp/news/moredetail/2022060197544>〉（2023年1月12日閲覧）

川内村「第Ⅱ期 川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略」〈http://www.kawauchimura.jp/data/doc/1654164925_doc_41_0.pdf〉

（2023年1月12日閲覧）

CRMアプリの開発

- ・ 浜通りにおいてもデータに基づいた効果的な観光施策を実施する

(1) 観光地情報 (CRM) アプリの概要



観光客に地域の観光情報や買い物・体験ごとにポイントを提供するアプリ。
利用時に「会員登録」を求めることで、アプリを使ってもらうだけで、どんな人がどんな消費をしたかというデータの蓄積を行う。
地域で獲得した顧客情報を活用し、商品・サービスの開発に向けたアンケートによるニーズ調査や商品・キャンペーン等の情報を直接顧客に届けることも可能。

観光地情報 (CRM) アプリイメージ



【機能例】

- 観光情報発信機能
- 加盟店でポイントを獲得・使用できる機能
- 会員へのアンケート機能
- 商品・キャンペーン等の情報のPUSH通知

観光客 (アプリ会員)



- アプリ加盟店をはじめとした観光地全体のオススメ情報を閲覧可能
- 地域のお得情報を入手可能
- アプリ加盟店を利用しポイント獲得
- たまったポイントはアプリ加盟店で使用可能

DMO・アプリ加盟店



- アプリに登録する会員情報をもとに、消費情報等を把握可能
- 観光地及び地域の顧客の囲い込みが可能
- ポイント機能を活用したキャンペーンの実施
- 顧客のニーズを把握し、商品、サービスを開発、発信することでリピーター確保につながる

19

(5) まとめ



観光地情報 (CRM) アプリにより
観光施設等やDMOは、以下のメリットが期待できる。

- ①利用者の消費動向がわかる
- ②顧客情報から来訪者の見える化
- ③地域の顧客に直接アプローチできる
- ④顧客のニーズに合った商品の造成ができる
- ⑤地域全体でリピーターの確保、消費額の向上を目指す

25

ANA meets ART “COM”

アートをテーマに地域創生の新たなモデル構築を目指すプロジェクト、 「ANA meets ART “COM”」 今年も函館にて開催

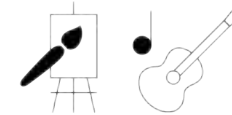
- ANAホールディングスと、はこだて西部まちづく Re-Design は、北海道函館市で「ANA meets ART “COM”」と題したアートによる地域創生の新たなモデル構築を目指す実証実験プロジェクトを実施します。
- 9月より函館市に4名のアーティストを派遣、函館独自の文化に触れ合いながら滞在制作を行います。12月には制作したアート作品の展示会を函館で実施予定です。
- 2023年春には、滞在期間中アーティストが体感した函館を、ワーケーションツアーとして、追体験できるような旅行商品を展開予定です。



- 2020年よりANAが実施している、アートによる地域創生の新たなモデル構築を目指す実証実験プロジェクト
- アーティストを地域に派遣。滞在制作・展示会の開催を通じて地域の活性化を目指す

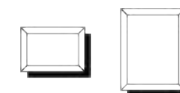
アーティストインレジデンス

アーティストが滞在制作を通じて
地域の魅力を再発見



ビエンナーレ

制作した作品を展示
コミュニケーションの
活性化



アートワーケーション

ワーケーション+アート
都市部人材をメインに
実施



観光客を増やすために
〈村内での取り組み〉

農泊の可能性

- 川内村の魅力である自然を生かしたコンテンツを創出
- 農山漁村振興交付金を用いて環境整備
- 人材確保のため、特定地域づくり事業協同組合制度を活用
- 日本ファームステイ協会の会長理事は福島県知事・内堀雅雄氏

農泊推進対策で目指す農泊推進地域の体制

- 「農泊」とは、
【利用客】農山漁村地域に宿泊し、滞在中に地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」。
【提供者】地域の中で「宿泊」、「食事」、「体験」を提供できる形を備えていることが必要。
- 農泊を提供することで、旅行者の地域内での滞在時間を延ばしつつ、滞在中に食事や体験など地域資源を活用した様々な観光コンテンツを提供して滞在を促すことにより、地域が得られる利益を最大化。
- そのためには、地域の関係者が一丸となって、農泊をビジネスとして取り組むことが重要。



■農泊の推進（農山漁村振興交付金）

【令和3年度予算額 9,805（9,805）百万円の内数】

- 農泊の運営主体となる地域協議会等に対して、ソフト・ハード両面から一体的に支援を行う。



農泊の現状

- ・ 国としても農泊を推進（道半ば）
- ・ 課題：宿泊施設の整備、コンテンツの充実、インバウンド受け入れ、PR

3 農泊実践地域の現状と課題		【表】：事務局からの主な意見	
現 状 (※)		課 題	
(1) 「農泊」の考え方	・ 農泊とは、外国人を含む旅行者が農山漁村地域に宿泊し、滞在中に地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」のこと ・ 農泊は、農山漁村地域にある地域資源を活かした多様な「宿泊」「食事」「体験」が提供されているが、農泊らしい農泊実践地域が少ない状況 【表】各農泊地域は世界で一般的に言われるファームステイなのか、広い意味でのファームステイなのかを示す必要がある。 【表】日本ではそれぞれの農泊地域に特性があり、必ずしもファームステイにこだわらず、多様な風土を楽しむようなものが現在進んでいる農泊の姿ではないか。	・ 農泊では、農家民宿や古民家等の活用による「宿泊」、地元食材を活用した郷土料理やジビエ料理等の「食事」、田植えや稲刈りや農村風景を楽しむ「体験」など「農泊」らしい農泊実践地域を増やすとともに、旅行者に提供するサービスについて正確な情報を提供すること	
	(2) 「コンテンツ」の質の向上・量の拡大 【表】農泊はファームステイという考え方があり、ヨーロッパでは家主不在型が基本。 【表】様々なニーズに合った宿泊施設を多様に整備していくことが重要。 【表】農泊地域に長期滞在してもらう仕組みづくりが必要ではないか。 ・ 体験プログラム数は事業開始時（2016年度末）の1,600から3,783プログラムへと倍増。しかし、体験プログラム数が5以下の地域が全体の42%を占める状況 ・ 季節（時期）ごとも体験プログラム数に偏りがあり、冬期は全体の12% 【表】農山漁村では宿泊と他のコンテンツ（食事や体験）との連携が重要。 【表】農泊は宿泊だけでなく、地域にある他の観光資源との連携による多様性が重要。		

※記載のあるデータは2017年度に採択した205地域の調査結果（2018年11月末時点）

3 農泊実践地域の現状と課題		【表】：事務局からの主な意見	
現 状 (※)		課 題	
(3) 利用者の利便性向上	【表】インバウンド受入の環境整備は、Wi-Fi(131地域)、キャッシュレス(89地域)、インターネット予約(63地域)などと限定的 ・ インバウンド向け体験プログラムの開発地域は97地域、食事メニューの開発は66地域と限定的 【表】インバウンドについては、インターネットを活用した予約が必要。 【表】地域の在住外国人にネットワークに入ってもらった方が広域になってもらうべき。	・ Wi-Fi、洋式トイレ、キャッシュレス決済等が整備されたストレスフリー環境の整備 ・ インターネット予約の積極的な活用、ホームページの整備及び体験・食事メニューの開発 ・ 在住外国人の活用など多様な手法による受入体制の整備	
	(4) 農泊推進体制の強化 ・ 世論調査によると「(農泊の)意味も知らず言葉も聞いたことはない」が過半 ・ 海外向けに、ブログやSNS等を活用したプロモーションを実施した結果、農泊には高い関心 【表】JNTO「独立行政法人国際観光振興機構（日本政府観光局）」は農泊を全世界に対して全国的にプロモーションし、ターゲットに確実に届けることが可能。 【表】JNTOと連携したデジタルマーケティングの支援も販路設計に入れてよいのでは。 【表】観光客は農泊のみを目当てに来るとは限らないので、広く連携して情報発信していく必要。		

※記載のあるデータは2017年度に採択した205地域の調査結果（2018年11月末時点）

農泊の事例

- 他地域でも地域の資源をうまく活用して農泊を推進。インバウンドの受け入れも拡大していた
- 川内村でも環境整備を前提として、今後インバウンド受入を検討できるのではないかと



アルベルゴ・ディフーズの可能性

2. アルベルゴ・ディフーズとは

6



資料：AD協会Webサイトより転載。

- 地域に散らばっている空き家を活用し、建物単体ではなく地域一帯を点在型ホテルとするイタリア発祥の取り組みのこと。
- まち全体をホテルと見立て、レセプション、宿舎、レストラン等の構成要素がまち中に広がる。
- 地域に暮らすような滞在スタイルであり、地域の「水平的発展」を実現する観光地域づくりのモデル。

(ADインターナショナル関東支部Webサイトより。)

- 宿泊施設の数が少ない川内村でも、空き家を活用することで農泊を実施することができる
- 現在登録されている空き家は多くないが、今後2026年までに23件を目標とする値がある

◆業績評価指標(KPI)

目標	目標指標	基準値 (R 2 (2020)年度)	目標値 (R 8 (2026)年度)
民間活力による居住環境整備	新規居住者用の民間住宅の確保	20戸	40戸
住宅政策や村づくりの推進	空き家・空き地バンク登録数	2件	23件

出典：

農林水産政策研究所、セミナー開催案内等（令和4年度）、「持続可能な農村ツーリズムに向けてのアルベルゴ・ディフーズの可能性」〈https://www.maff.go.jp/primaff/koho/seminar/2022/attach/pdf/220726_04.pdf〉（2023年1月12日閲覧）

川内村「第II期 川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略」

〈http://www.kawauchimura.jp/data/doc/1654164925_doc_41_0.pdf〉（2023年1月12日閲覧）

事例（別荘型農泊）



- 宮城県蔵王町では、別荘を宿泊拠点として整備
- 観光客に「食」と農業・文化「体験」を提供
- インバウンドの呼び込みも視野
- 年間利用者数435名（令和元年）と人気に

観光客を増やすために
〈近隣市町村との連携〉

近隣市町村との連携に関する課題

- 川内村観光協会主導で**積極的な連携が必要**
- 村の観光協会が商工会の中にあり、観光に関係のない構成員も多い
 - 観光以外の業務が忙しい
 - 人手不足
- ふたばエイト（双葉郡の8町村地域づくり会社）の間でも協力が十分に進んでいるわけではない
- いきなり12市町村・双葉郡8町村で有効に連携するのは困難
→ 「**小規模な連携**から進めていくことが大切」との言葉も

近隣市町村との連携に関する現状

- ふくしま12市町村での連携（交流人口・移住促進）
- 双葉郡8町村（まちづくり会社の連携）
- 国・県が主導する連携
- 各種事業での協力：トレイル・フットパス・「あぶくまロマンチック街道（国道399線）」のブランド化
 - プラットホーム：県観光物産交流協会、うつくしま浜街道観光推進会議、あぶくまロマンチック街道構想推進協議会
- その他イベント（ふたばワールドなど）の際の応援・協力など

最近の連携



- 国道399号沿線で**連絡協議会**の設置（2023/3/2）
 - 川内、飯舘、浪江、葛尾、田村の首長
 - **かわうちラボ（川内村）**などの地域づくり会社、飯舘村振興公社、あぶくまロマンチック街道構想推進協議会、県、県観光物産交流協会が参加
- 地域ブランド「あぶくまロマンチック街道」の確立を目指す
 - 豊かな自然やソバ、エゴマ、ワイン、牛肉などの特産品の価値を高めるためのブランド認証とロゴ作成、地元産品の総合パンフレットの作製
 - 道路改良や利活用に向けた環境整備を国や県に要望する活動なども計画中
- こうした連携のほか、大熊町・富岡町・楢葉町等との小規模な連携から進めていき成果を積み重ねることが必要

① フットパス・トレイル

- 「福島浜街道トレイル」のルートが策定
 - 今年夏ごろの開通が予定
- **川内を通るルートはまだなく今後、策定予定**

※トレイル：歩きながら旅をするために造られた長く1本につながる道で、交流人口拡大の手段として各地で整備が進む

※フットパス：森林や田園地帯、古い街並みなど、昔からある風景を楽しみながら歩くことができる小路



① フットパス・トレイル

- 「あぶくまロマンチック街道」
- フットパス事業「歩いて楽しむ復興探求事業」（県観光物産交流協会主催）→村内のフットパスを整備できたら、「福島浜街道トレイル」との接続・連携を図ってはどうか
- 例1) 富岡町方面から県道36号線などで来村
- 例2) 檜葉町方面から来村
- 例3) いわき市方面から国道399号などに沿って来村



②サイクリング

- 2023年1月、県内7つのサイクルートの策定
- 2024年度の供用を目指す
- **相双ルート**は川内村を通過
- 399号線沿い（川内村⇔いわき市）でのサイクリングを振興すべき



出典：福島民報社、「広域サイクリングルート初設定 福島県内7地域 交流人口拡大目指す」
(<https://www.minpo.jp/news/moredetail/20230112103938>) (2023年2月28日閲覧)

②サイクリング



- サイクルルートの利用者を呼び込むためには自転車貸し出し、修理道具・休憩所などの拠点が必要
- 村内に**サイクルオアシス**を整備すべき
- YO-TASHI（村唯一のコンビニ）や宿泊施設などに設置すべき
- **サイクルトレイン・サイクルバス**を運行することも
- 富岡駅や神俣駅まで電車・その後バスで自転車愛好家が来村できるように

②サイクリング

- いわなの郷（宿泊施設）で合宿を行うことが可能
- 自転車部の合宿の誘致も有効
- 実際に日大自転車部の人に試走してもらっており、新ルートの策定準備も進んでいる
- 来年以降の開通に向け、村全体で歓迎ムードを高めていくことが必要。福島県も今後の課題に「**住民意識の高まり**」を挙げている
- 村内で自転車の**ルール**の周知などを図り、サイクリストのリピーター獲得を目指すべき

③ホープツーリズム

- ・ **ホープツーリズム**による県内旅行者は近年増加傾向にあり、2021年度は**過去最高の約9800人**に
(cf. いわなの郷入込者数：2.8万人（2020年）)
- ・ 日本旅行業協会の広報委員会がホープツーリズムの視察として来村

ホープツーリズムの概要

福島県は、世界で類を見ない「複合災害（地震・津波・原子力災害）」を経験した唯一の場所。複合災害の教訓等から「持続可能な社会・地域づくりを探究・創造する」福島オンリーワンの新しいステディツアープログラムです。

地震・津波、原子力災害という世界で類を見ない複合災害を経験した福島の「ありのままの姿（光と影）」と、様々な分野で「復興に挑戦する人々（ヒューマン）」との対話を通したインプット。震災・原発事故を「福島だけのローカルな問題（他人事）」と限定化せずに、教訓等を「持続可能な社会・地域づくりの実現、日常生活、自分自身の行動変容等」の「これからの未来」に視野を広げ、自分事としてどう活かすのが探究・創造するアウトプット。この一連のプログラムにより、アクティブラーニングの手法を用いた「主体的・対話的で深い学び」を実現します。福島を学ぶことで感じる希望は、参加者一人ひとりに、これからの成長につながる「学びの種」をもたらし、「明日の学びに向かう原動力」を育みます。



学びのポイント

光も、影も。報道だけでは分からない
福島の「今」を

見る

施設見学、フィールドワークから
ありのままの姿を体験

復興に向け確かに歩み出している地域、持続可能な未来を担う新しい取り組みが始まっています。一方、長年の避難指示による地域への影響を感じる街並み、避難指示が継続中の地域……。報道だけでは伝わらない「光と影」。その光景が「福島の今」です。

挑戦を続ける人々。
福島の「強い」を

聞く

様々な立場・分野で復興に「挑戦」
する人々（ヒューマン）との「対話」

困難の中で、それでもなお前へ進もうと挑戦する人々が、たくさんいます。そうした人々をホープツーリズムでは「ヒューマン」と呼んでいます。挑戦を続けるヒューマンたちとの対話から多くの刺激や気づきを得ることができます。

福島の問題を
「他人事」から「自分事」へ

考える

震災・原発事故の教訓を未来（社会・地域・日常・自分自身）にどう活かすか

まとめのワークショップでは、地震・津波・原子力災害により顕在化した様々な社会課題（人口減、高齢化、地域の衰退、エネルギー問題等）は「福島だけの問題」ではなく「日本社会や地域が抱え、解決すべき問題」であるという視点に立ち、自分たちがどのような未来を創っていきたいかなどについて議論します。

③ホーブツーリズム

- ・ 川内村は施設の登録がない（「ヒューマン」はあり）
- ・ モデルコースに川内の施設を回るプランもない
- ・ 川内は避難・帰村、風評被害・村内対立の克服、活性化へ向けた取り組みなどを経験。貴重な学びを得られる
- ・ **ホープツーリズムの一環で川内村に訪問する人が増えるように、積極的に働きかけるべき**



③ホープツーリズム

例1) 村長との対話

- 12市町村の中で震災当時から首長を務めるのは遠藤村長のみ。
避難を指揮・いち早く帰村を決断
- 危機管理・危機対応の観点から貴重な示唆。特に修学旅行などで機会を設けられないか？

例2) 太陽光発電所（かえるかわうちメガソーラー発電所）

- 大規模な太陽光発電所による持続可能なエネルギー生産
- 売電で得た資金を用いてバス事業の運営の取り組み

③ホープツーリズム

例3) かわうちワイナリー・ KiMiDoRi

- 震災後の新産業創出の取り組み
- 風評被害の問題や交流人口に拡大など、課題と向き合える

例4) 秋風舎・志賀さんとの対話

- 3月オープン予定の古民家カフェ「秋風舎」が県内外から注目
- 地域の集いの場・陶芸をはじめ各種体験事業ができる場

→上に挙げた例の他にも、ホープツーリズムの訪問客を呼び込むように体制を整えることができれば

村外と連携した浜通り周遊観光の提案

①トレイル・フットパス

②サイクリング

③ホープツーリズム

④連携に向けた体制・組織づくり

- 主体的・迅速に観光協会が動けるよう、観光協会を商工会から独立
- 特定地域づくり事業協同組合制度などで外部人材を活用
- 国道399号沿線での連絡協議会での連携の深化
- 大熊町・富岡町との近隣での連携、楢葉町との流域連携も
- 草野心平つながりでのいわき市との連携？

その他

行政の運営など

- 行政におけるDXの推進（→DX推進室）
- 議会のオープン化
- 小中学生への主権者教育の拡充
- 村民のまちづくりへの積極的な関与（行政依存からの脱却；ニセコ町）→議会の多様性確保（女性・若者）
- 地域全体を学びの場として捉え、多様なキャリアパスを知る機会や、デジタルに関する知識を深められる場を設ける
- 空き家を活用した住居の確保

より有効的な地域と大学生の協働に向けて

地域と大学にとってのメリット

地域のメリット

- ・大学に蓄積する知識や情報やノウハウが活かされる
- ・地域で不足する若い人材力を活用
- ・地域の活性化

学生や地域住民の人材育成

- ・実践の場が得られる
- ・教育・研究活動へのフィードバック

大学のメリット

域学連携での地域・大学のメリット（総務省HPより）



- ・地域と大学の協働は多くのメリットがあり、非常に大切な視点
- ・今回の活動でも我々と同様に、川内村に関わる福島大学、玉川大学の大学生と交流
- ・それぞれの大学が完全に独立して活動することは無駄も多い
- ・**地域・大学双方にとってより有効的な活動を実現していくために、定期的な活動報告会・意見交換会の実施を**

より有効な大学との連携の方向性(UDC)

- 大学との継続的な協働体制の構築は地域の活性化に向け大きなメリット
- 官民学が協働して進めるまちづくりのステークホルダーとしてのアーバンデザインセンターの設立検討を
- 川内村単独ではなく、福島県、浜通りなど広域での設置も
- 大学がより踏み込んだ形で地域の課題検討に向け関わる体制が構築され、新たなまちづくりの起爆剤になる可能性
- 地域のデザインを行う人材の育成にもつながる可能性



活動を経て



活動を通じて学んだこと

- 川内をはじめとした浜通りでは震災・原発事故を契機とした風評被害や住民同士の分断などが未だに残り、**復興とは何か**を改めて考えさせられた
- 改めて日本の地方が抱える問題や、災後12年目を迎える福島が向き合う過去と未来に触れることができた。一筋縄ではいかない**課題の溢れる社会をどうしていくべきか**、考える力を磨くことができたように思う
- 地域の魅力や課題をさまざまな立場から捉えることができ、**個人と社会の結びつきを多面的に考える**きっかけになった

活動を通じて学んだこと

- 地域を活性化のための施策があっても、地域の事情や決まりによりそれを**効果的に実行することの難しさ**を感じた
- 川内村で見られる様々な問題の中には全国の農村地域で共通の問題とも言えるようなものも多々あった。ただ、その解決策として我々が考えたものは川内村での詳細な調査を踏まえた、川内村の特徴を生かしたものであった
- 全国共通の問題であってもその地域によって解決策は異なるからこそ、**現地に実際に足を運び詳細に調査することの大切さ**を学んだ

反省点・今後に向けて

- 役場の方や、報道等で取り上げられている著名な方からの聞き取りが中心となったが、一般村民の方と村について考えるワークショップなども開催できれば良かった
- アイデアで終わることなく、川内村の魅力がもっと多くの人に伝わるようなアクションにまで結びつけられればよかった

反省点・今後に向けて

- 他大学と交流できたのは複数の視点を持てて良かった。同じ地域に関わる大学生同士のつながりを続けられたらと思う
- 実際に現地に足を運んだからこそ深く知ることができた事柄をたくさん吸収できたのはよかった（アクセスの利便性・体験コンテンツなど）。そうした事柄をより丁寧に言語化し、提案に反映できればより良かった

終わりに

商工観光系の皆さまをはじめ、
川内村役場・福島県庁の皆さまや、
現地活動にご協力いただいた皆さまのおかげで、
大変学びの深い活動を行うことができました。

本当にありがとうございました。
私たち自身も、引き続き村に関わっていけると嬉しいです。

ご静聴ありがとうございました。

参考文献

- ・ 一般社団法人スマートシティ・インスティテュート、「SCI-Japan ウェビナーシリーズF 第1回『CEP(Civic Engagement & Pride)に火をつける!』UDCのまちづくり〜公・民・学連携の方法論〜アーバンデザインセンターとは何か」<<http://www.sci-japan.or.jp/vc-files/member/secure/speakers/20210125mini.pdf>>（2023年3月14日閲覧）
- ・ 川内村、「第II期 川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略」〈http://www.kawauchimura.jp/data/doc/1654164925_doc_41_0.pdf〉（2023年1月12日閲覧）
- ・ 観光庁、「観光地域づくり法人による宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」（令和2年度実証事業）の成果をとりまとめました、「令和2年度における実証事業概要と成果のまとめ」〈<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001422659.pdf>〉（2023年1月12日閲覧）
- ・ 公益財団法人福島県観光物産交流協会、「ホープツーリズムとは」〈<https://www.hopetourism.jp/about.html>〉（2023年2月26日閲覧）
- ・ 公益財団法人福島県観光物産交流協会、「福島県 ホープツーリズム 総合ガイドブック ver04」〈https://www.hopetourism.jp/data/pamphlet/6_01.pdf〉（2023年2月26日閲覧）
- ・ 東京大学、フィールドスタディ型政策協働プログラム（FS）、〈<https://www.u-tokyo.ac.jp/ja/students/special-activities/h002.html>〉（2022年1月11日閲覧）
- ・ 農林水産省、農泊推進研究会資料一覧、「資料2-2 地域紹介(宮城県蔵王町)」〈https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/suishin_kenkyu-25.pdf〉（2023年1月13日閲覧）
- ・ 農林水産省、農泊推進のあり方検討会資料一覧、第5回「農泊推進のあり方検討会」参考資料〈<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/attach/pdf/arikata-23.pdf>〉（2023年1月12日閲覧）
- ・ 農林水産省、「農泊」の推進について、「農泊プロセス事例集」〈https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku_top-4.pdf〉（2023年1月13日閲覧）
- ・ 農林水産省、「農泊」の推進について、「令和3年度農山漁村振興交付金（農泊推進対策）の概要について」〈https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku_top-38.pdf〉（2023年1月12日閲覧）
- ・ 農林水産政策研究所、セミナー開催案内等（令和4年度）、「持続可能な農村ツーリズムに向けてのアルベルゴ・ディフーンズの可能性」〈https://www.maff.go.jp/primaff/koho/seminar/2022/attach/pdf/220726_04.pdf〉（2023年1月12日閲覧）
- ・ 福島県、「福島県広域サイクリングルート」〈<https://www.pref.fukushima.lg.jp/uploaded/attachment/554923.pdf>〉（2023年2月28日閲覧）
- ・ 福島民報社、「歩いて体感しよう、復興と地域の魅力 福島県の被災地でフットパス事業が始動」〈<https://www.minpo.jp/news/moredetail/20221115102428>〉（2023年2月26日閲覧）
- ・ 福島民報社、「広域サイクリングルート初設定 福島県内7地域 交流人口拡大目指す」〈<https://www.minpo.jp/news/moredetail/20230112103938>〉（2023年2月28日閲覧）
- ・ 福島民報「浜通り15市町村で広域観光事業 交流人口拡大へ連携 福島県と経済産業省が新組織」〈<https://www.minpo.jp/news/moredetail/2022060197544>〉（2023年1月12日閲覧）
- ・ 福島民報「『復興』『地域活性化』へ連携 福島県と東大が協定締結」〈<https://www.minpo.jp/news/moredetail/2022031095117>〉（2023年1月12日閲覧）
- ・ 福島民友新聞、「国道399号沿線5市町村、復興へ官民一体 産品ブランド化や誘客」〈<https://www.minyu-net.com/news/news/FM20230218-759027.php>〉（2023年2月26日閲覧）
- ・ 福島民友新聞、「『浜街道トレイル』モデルルート発表 夏ごろの開通目指す」〈<https://www.minyu-net.com/news/news/FM20230218-759027.php>〉（2023年2月26日閲覧）
- ・ ANA「アートをテーマに地域創生の新たなモデル構築を目指すプロジェクト、『ANA meets ART “COM”』今年は函館にて開催」〈<https://www.anahd.co.jp/group/pr/pdf/20220808-2.pdf>〉（2023年1月14日閲覧）
- ・ ANA、ご旅行の準備 [国内線]、「ANA meets ART “COM”」〈https://www.ana.co.jp/ja/jp/domestic/promotions/ana_art_com/〉（2023年1月14日閲覧）
- ・ DOAI VILLAGE 〈<https://doaivillage.com>〉（2023年1月14日閲覧）
- ・ RESAS 〈<https://resas.go.jp>〉（2022年5月26日閲覧）

2022年度 東京大学フィールドスタディー 型政策協働プログラム 学内報告会

富山県朝日町チーム

教養学部(前期課程)文科一類1年 安宅美結
経済学部経営学科内定2年 久保雄一郎
教育学部比較教育社会学コース内定2年 板谷舞華
文学部人文学科社会学専修課程3年 竹井博霧
工学系研究科都市工学専攻修士1年 山田拓実

富山県朝日町の概要

- 人口…12,985人(平成27年4月1日現在)
- 面積…227.41km²
- アクセス…東京から2時間40分、富山市から50分
- キャッチフレーズ…「うみ彦・やま彦・夢産地」
- 地域の資源…「春の四重奏」・全国ビーチボール競技大会・ヒスイ海岸・タラ汁など
- 町のマーク…右図



朝日町の位置(左)と
朝日町の四季(下)



テーマと全体の施策の方向性

テーマ：「地域資源を活かした「稼ぐ力」の創出」

❖ 朝日町は都市から離れた地域にあり、ゼロから人の流れを生み出すのは難しい

→既に存在し、外部からの人の流れがある春の四重奏(写真右上)・全国ビーチボール競技大会(写真右下)の2大イベントを有効活用し、「稼ぐ力」を生み出す！



現地活動概要

<9月>

- 地域資源の視察
- 地域資源について理解を深めるWS



<11月>

- 地域資源の視察
- みらいまちLABO主催の講演会への参加
- 地域サポーターさんとの意見交換会



<2月>

- 提言発表会



春の四重奏



農家さんの「たくさんの方に出会いたいから。」という思いと、開花時期の調整などの工夫で誕生した桜並木、チューリップ、菜の花、そして残雪の朝日岳が映える奇跡的な景観。

春の四重奏 A：朝日町チケットセット

☆朝日町の魅力を知ってもらうべく、朝日町を楽しむための様々な「チケット」を集めたセット

…旅行にかかる費用をチケットセットという形で半額程度前払いし、少しお得に観光できるもの

◆ 狙い：町の魅力を、実際に体験してもらう形で伝えること 町内で新しく事業を始めようとする人たちの応援

→「ほとんどの観光客が春の四重奏だけを見て朝日町を去ってしまう」という現状の問題点を解決！

- ・ 交通系、施設利用系、体験系など幅広くチケットを用意し、セット内のチケットを利用すれば旅行の過程が全て完了する仕組み
- ・ 複数のモデルセットを用意し、購入時にカスタマイズ可能にすることで、観光客は「自分だけの旅行プラン」を簡単に作ることができる
- ・ 四重奏の季節である「春」のチケットセットから販売。一定程度の需要が確認でき次第、他季節にも展開
※またね割や全季節訪問特典などで、何度も来てもらえる仕組み作り

・観光客にとっても朝日町の人にとっても嬉しいチケットセット

春の四重奏 B：学生インターンシップ

☆既存の農業インターンシップのノウハウを生かし、より「稼ぐ力」に寄与することを目指す教育プログラム

○即効性のある「稼ぐ力」：学生が若者・ソト者の視点でビジネスを展開し、町にお金が落ちる

🍌 自然条件に左右される四重奏がどんな状態でも、訪問者に満足されるには…？

🍌 4つ揃った日の特別感を出すには…？

🍌 鑑賞ではなく栽培の過程の美しさを魅せる四重奏のコンセプトが理解され、

訪問者に節度ある楽しみ方を促すには…？



○長期的な「稼ぐ力」：「LIKEを活かしCANを試す」インターンを経験した学生が朝日町ファンになる

課題：資金調達の方法

ぶらすことのできない軸は「朝日町の稼ぐ力」→朝日町側の負担は避けたい

→参加する学生の自己負担/クラウドファンディングなどで応援者から募る(現地報告会で資金援助のお話をいただく)

💡 インターンを通して出た売り上げの一部が、学生に還元されるという仕組み

施策提案の概要(ビーチボール)

【ビーチボールとは】

- 朝日町発祥
- 2つのチーム(1チーム4人)が、コート上でネットごしにビーチボールをボレーで打ち合い、点数(1セット9点)を早く得点することを競う
- 朝日町で全国大会を実施
 - 翡翠カップビーチボール全国大会
 - 全国ビーチボール競技大会



施策提案の概要(ビーチボール)

<3つのポテンシャル>

- ① 気軽にプレーできる！
- ② 年1回は必ず全国から人が集まる
&全国で親しまれている！
- ③ 春の四重奏とのコラボレーション

<3つのもったいないポイント>

- ① “ガチな大会”で初心者が敬遠している
- ② 朝日町でやる意味があまりない/
町の人、大会参加者がお互い興味ない
- ③ 四重奏との時期のズレ

「もったいないポイントをつぶして、ポテンシャルを伸ばす！」

方向性A:「まずはひきつける！」

・気軽にプレーできる良さを知ってもらい、初心者を敬遠させないためには...？

→「春の四重奏」の力を借りたり、初心者専用の大会を開いたり...？

方向性B:「ひきつけて、とりこにする！」

・朝日町でやる意味を出し、お互いのことに興味を持ってもらうためには...？

→朝日町に来ないとなないものを作ったり、お互いを気にするようなツールを作ったり...？

活動を振り返っての学び

- 今あるものに何かを掛け合わせて、「ここだけ」「今だけ」「あなただけ」を生み出す
 - 自然に「人」を組み合わせた四重奏5shot/「どこでもできる」が売りのビーチボールに地域資源を組み合わせた初心者向け大会
 - 長く続いているものでも今の姿は「仮設のもの」、常に改善を繰り返すプロセス
 - 地域の外の資源に目を向けることも重要
- 温かく迎え入れ、熱く向き合ってくださる朝日町の皆さんと一緒に活動するなかで、「新しい懐かしさ」に出会う感覚
 - 失敗しても大丈夫と思える雰囲気は自然に作られるコミュニティだった
 - 色んな「分からない」に遭遇するからこそ、調査や対話に勤しんで距離を縮める努力
 - 今まで関わりのなかった地方の「関係人口」になる体験ができた

謝辞

本活動を進めるにあたり、朝日町役場企画財政課の皆さんをはじめ、地域サポーターさんなど、町内外の様々な方にお世話になりました。

多くの方々にご協力いただいたおかげで、最後まで活動を進めることができました。

改めて厚く感謝申し上げます。そして、これからも何らかの形で朝日町に関わり続けられたら、と思います！

ご清聴ありがとうございました！

のみのみのの

緒方佑太郎

大野さくら

寺嶋琴

西尾典紘

石川県能美市について

- 金沢市・小松市が近く、好立地！
- SDGs未来都市
- 能美根上駅が市内にある**唯一の駅で無人駅**
- 市内に動物園や陶芸村、松井秀喜ミュージアムなどさまざまな観光地が立地している



学生と地域が、
「無人駅」「まちづくり」「SDGs」で、
能美の価値を共創！

活動内容

年間スケジュール

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
月に1,2回班mtg、市の方とのmtg											
			事前調査		現地活動			現地活動		現地活動	

現地報告会を行いました！



地元の高校生とも交流しました！



能美根上駅110周年シンポジウムに参加させていただきました！



提案内容

「のみのみの」

能美市の価値を生み出すとは、能美市にしかできないことをすること、**能美のみの**味を出すことでは？

競歩で共創！！

のみのみの
グルメ

駅員室の
有効活用

提案内容①「競歩で共創！！」

能美市は**競歩が強いまち**！

（競歩全国大会の開催地、オリンピック選手輩出など）

→競歩で「のみのみの」まちづくりができるのでは？

but…住民の競歩の認知度が低い

→能美市で**競歩の文化を広めたい**！



提案内容①「競歩で共創！！」の第一歩

早歩き大会
の実施



「早歩き」とする
ことで身近に感じ
やすい！



競歩を
知ってもらう
身近に感じてもらう
楽しんでもらう

参加者・入賞者に能美
市限定品をプレゼント
することで、
「のみのみの」大会に

提案内容②「のみのみのグルメ」

- 石川県の観光目的第1位
＝「食・味覚」
- 能美市には加賀丸いもや国造ゆず、
ごはんば～がなどの**特産品が多数！**
- 駅周辺にコンビニがほしいという要望



→駅で能美市の特産品を使った食べ物を販売して
能美らしさを出したい！

提案内容② 「のみのみのグルメ」の第一歩

駅で市民の方によるグルメ紹介

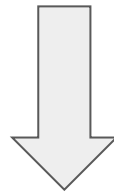


- はじめの一步：「のみのみのグルメ」
- 目的：駅を能美市の食の情報発信の場とする
- 対象：市民の方、能美市にきた方
- 内容：住民の方に能美市おすすめのグルメをインタビュー。
その結果をおすすめしていただいた住民の方の写真とともに駅に掲示。
- 魅力：ウェブサイトとは異なる、地元住民目線でのお勧め

提案内容③ 無人駅だからこそできる「駅員室の有効活用」



能美市唯一の駅である
JR能美根上駅が
2022年9月1日に無人化



せっかく空いた駅員室を
のみのみの情報を得られる
休憩室として活用したい！

提案内容③ 「駅員室の有効活用」の第一歩

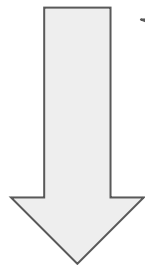
情報発信の場としての の基盤を作る



- 目的：鉄道利用者だけでなく、駅利用者を増加させる
- 対象：市民の方、能美市にきた方
- 内容：駅でしか得られない情報を発信し、駅に立ち寄りきっかけを創出
- 魅力：のみのみの駅を町のシンボルにできるアイデア

提案内容③ 「駅員室の有効活用」の第一歩

①月替わりの掲示物の設置

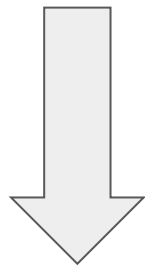


- 能美市の競歩の歴史
- 縁のあるスポーツ選手
- 東大FSチームによる連載

地元の駅利用者が、改めて能美市の魅力を感じられるきっかけ作り

提案内容③ 「駅員室の有効活用」の第一歩

②電子版駅ノートの設置



- 地域内外の人が情報を発信
→ 駅に情報が集約され、
駅が情報の発信基地に
- 駅でしか閲覧できない

駅に立ち寄るきっかけを作ること、
駅利用者の増加に繋がる

今後の展望

やったこと

現地調査を通じて、能美市で行う能美市だけのまちづくりの方法について考えた。その方法を実践するために、わたしたちにもできる第一歩を考えた。

今後の展望

三つの施策の第一歩の実施：3/26にイベント

この活動を通して学んだこと

先に進むほど考えることが増えていきました。1年間で成果を出すことは難しく、いかに継続していけるかが大事だと感じました。（緒方佑太郎）

住民の方が感じる魅力と外から見た人が感じる魅力にはギャップがあることを感じました。まちづくりにとって大切なことはそのギャップをいかに埋めていくかを吟味することだと感じました。（大野さくら）

地元の人が興味を持ち、参加したくなることが、政策を実現するために必要。政策が論理的に優れているだけではダメで、「キャッチーさ」も求められると感じました。（西尾典紘）

「アイデアを口に出してみる」ことの大切さを特に実感しました。まちの魅力を共有し、確認すること、そしてまちづくりを持続可能なものとして引き継いでいくことに繋がるからです。（寺嶋琴）

能美市のみなさま、
本当にありがとうございました！



会場みなさま、
ご静聴ありがとうございました！



NOTO CHOICE実証



東京大学 浅井、絹川、小池、侯、高宮

2023.03.13

目次

1、能登町及びNOTO CHOICEの紹介

能登町の紹介、NOTO CHOICEとNOTO CHOICE CARD

2、今期の課題

実装、知名度の向上、効果の検証および改善

3、NOTO CHOICE CARDの実証

実装、知名度の向上、効果の検証および改善

4、FSを通して学んだこと

1、能登町及びNOTO CHOICEの紹介

能登町の紹介

世界農業遺産「**能登の里山里海**」が体感できるまち

→羽田空港～のと里山空港 55分、空港から市街地まで25分

特徴

第1次産業の従事者割合が石川県で1番（いか釣漁等）

祭りが盛ん ex.日本遺産「キリコ祭り」

面白いことに次々とチャレンジするまち

課題

若者流出から始まる負の連鎖

→能登の暮らしが受け継げない

数字的には無理ゲー →これを **ワクワク**に変えたい！



1、能登町及びNOTO CHOICEの紹介

NOTO CHOICEの紹介



表面（旧）

「NOTOをCHOICE、NOTOCHOを愛す」観光促進ツール
その一環としてのNOTO CHOICE CARD（以下カード）



裏面（旧）

体験したい「動詞」を選ぶ



裏面で場所を確認する



能登町での体験をする



関係人口になるきっかけ

2、今期の課題

①「NOTO CHOICE」カードの**実装**

②「NOTO CHOICE」カードの**知名度**を向上させる

③「NOTO CHOICE」カードの**効果を検証し、アップデート**する



3、NOTO CHOICE CARDの実証

①NOTO CHOICEカードの実装

設置場所	のとクロスポート イカの駅つくモール 真脇ポーレポーレ（予定）
設置方法	ボードに設置し、ポスターで行動を誘導する
結果	300部 ほぼ全部なくなりました。
課題	1、ポスターのインパクトの欠如 2、アンケートの回収が難しい 3、設置場所
改善	1、ポスターを新しくデザイン 2、QRコードをカードに組み込む 3、のとクロスポート→つくモール→真脇ポーレポーレ 町外の人がカードを知る仕組みがないためSNSへ

のとクロスポート



3、NOTO CHOICE CARDの実証

①NOTO CHOICEカードの実装



つくモールにも設置（7月現地活動）



つくモール入口（12月現地活動）

3、NOTO CHOICE CARDの実証

②NOTO CHOICEカードの知名度を向上させる

Instagram	・投稿：NOTO CHOICEカードの紹介 ・リール動画：能登町を五感で体験するビデオ ・ライブ配信：活動の紹介、能登町の方と中継で繋ぎインタビュー
note	・現地活動体験記、インタビュー記事
結果	・Instagram1400超のフォロワーを獲得（3月1日まで） ・コアなファンの獲得
課題	・当初のターゲットとフォロワーの属性の不一致



3、NOTO CHOICE CARDの実証

③NOTO CHOICEカードの効果を検証し、アップデートする

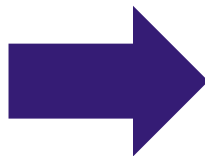
ヒアリング手法	直接収集（質）：現地活動 間接収集（量）：インスタライブ
課題	1、「動詞＝〇〇体験ができる」という定義と合致しない 2、カードの効果の過大評価＝カードで関係人口を創出 3、スポットと動詞のギャップ* *表の「動詞」と裏の「スポット」が結びつかない 4、カードの魅力の欠如→実際にスポットまで足を運ぼうとしない 5、観光ガイドとして情報不足→実際にスポットまで足を運ぼうとしない 6、効果を確認する方法の不在
改善	1、定義の見直し→動詞＝能登町を五感で体験する視点の提案 2、カードの目的は「関係人口の創出」から「ディープな体験*を促す」に *ディープな体験＝もう一度来たくなるような体験。関係人口の創出は他のプログラムでカバー。 3、動詞の再選定、スポットの吟味 4、カードを新しくデザイン、カードの再分類 5、観光促進ツールと再定義し、SNSを活用し情報提供 6、QRコード、ハッシュタグによってコメントを促す

4、実証をもとにした改善

4、表面のデザイン変更



変更前



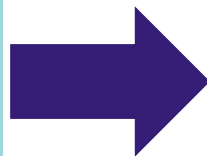
変更後

3、NOTO CHOICE CARDの実証

4、裏面のデザイン変更



変更前（地図メイン）



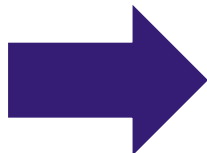
変更後（写真メイン）

3、NOTO CHOICE CARDの実証

4、カードの再分類



変更前



変更後



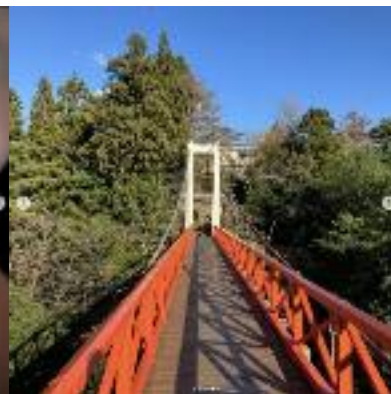
- ・ 差別化を図るため
- ・ 人は必ずしもいつもハッピーなわけではない
ただ能登町を体験する中で、少しでも元気になるきっかけを作りたい

3、NOTO CHOICE CARDの実証

5、SNSを活用した情報提供（インスタ）

カードの情報補強(18コ)→

←500いいね超の投稿
(現地活動のメンバー感想)



←現地活動についてのエッセイ

4、FSを通して学んだこと

1、大学で学んだ知識をそのまま適用・活用することの難しさ

→ しかし、活動終了後に振り返ると**学んだ理論の検証**となる
今後の活用に繋がる

2、ツール作成の限界

→ どんなに素敵なものでも**「作るだけ」では効果を発揮しない**

3、ある場所に「もう一度行きたくなる」要素

→ 「**人**」が大きな要素を占めるのではないか

4、東京の学生が地域創生に参加することの難しさ

→ ・様々なステークホルダーが関与

・積極的に行動しないと担当地域との接点（ex. onlineミーティング）が少ないため、モチベーションが下がりやすい

5、**人との出会いを大切に**

ex. 能登町、和歌山、宮崎、メンバー



ご清聴ありがとうございました！



F S 甲 府 学 内 報 告 会

文科一類 2 年 近 恵里奈

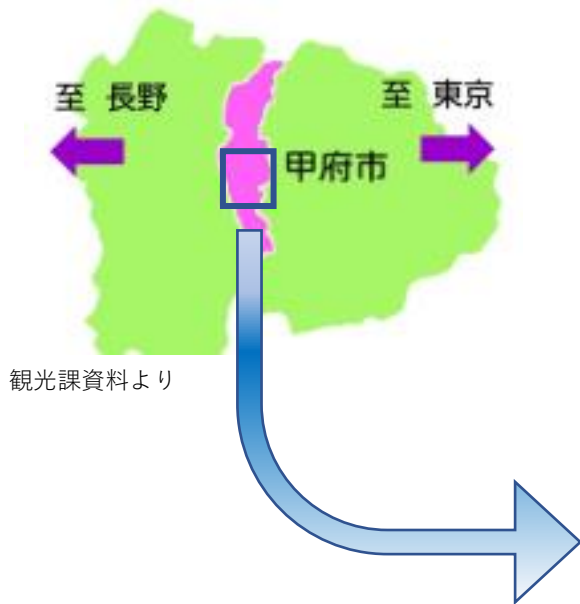
理科一類 2 年 田代 智哉

経済学部 3 年 福田 晴菜

文学部 4 年 中島 優成

法学部 4 年 大池 真太郎

地域紹介



人口	186,097人
世帯数	93,761世帯
面積	212.47km ²

(令和5年2月1日現在)

首都圏からアクセス
しやすい環境



知名度のある 観光スポット

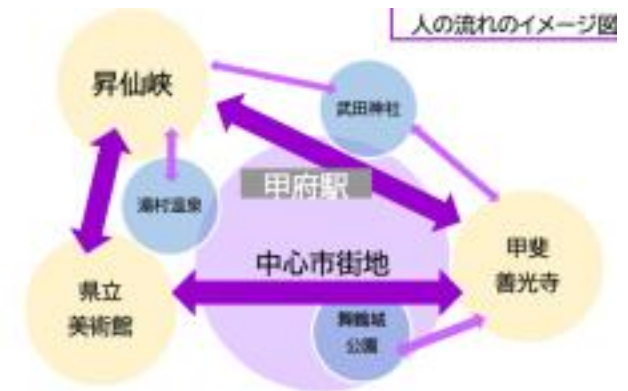


課題紹介

「既存資源を活用した都市型観光の確立」

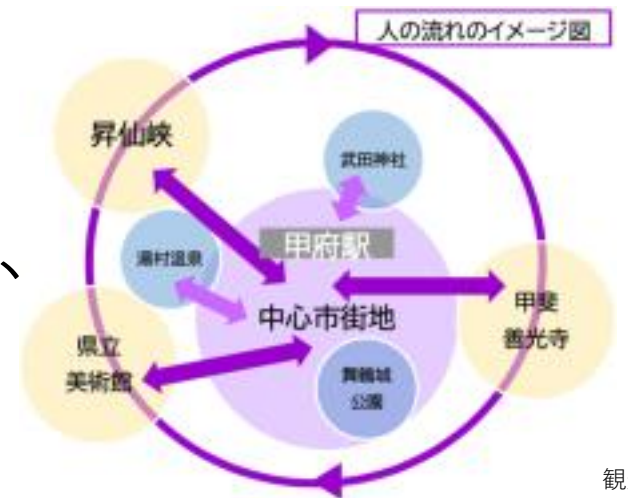
現状

主要観光地が点在・分散しており、甲府駅周辺を観光客が周遊する仕掛けが不足している。



目指すべき姿

甲府駅を中心とした中心市街地を観光拠点とし、周遊性の高い都市型観光を確立する。



活動記録

5月

第1回mtg(顔合せ)

6月

第2回mtg(活動計画打合せ)

7月

甲府市に関する事前調査

8月

第3~5回mtg(調査結果共有)

9月

第6~7回mtg(現地活動にむけて)、第1回現地活動

10月

第8回mtg(現地活動振り返り)、提案原案作成

11月

第9~10回mtg(提案原案共有)、
オンラインヒアリング

12月

第11~12回mtg(現地活動にむけて)、第2回現地活動、
オンラインヒアリング

1月

第13回mtg(現地活動振り返り)

2月

第14~16回mtg(報告会スライド作成)

3月

第17~18回mtg(報告会にむけて)、現地報告会、
学内報告会

1回目の現地調査（9/16~18）

①ヒアリング

かすが商店街振興組合、甲府城南商店街振興組合、甲府駅北口まちづくり委員会の方々にお話を伺った。



②実際の街や観光地を見学

甲府市観光課の方と一緒に、舞鶴城公園、ワイナリー、武田神社などを訪問した。



○商店街の方々

- ・商店街や大型店は
それぞれのカラーで棲み分け
- ・商店街では客と売り手が
商品を介して交流

○まちづくり委員会の方々

- ・四季折々のイベントを**地域に定着**
- ・「**甲府らしさ**」とは？

○学んだこと

- ・南北や時間帯で、
まちの雰囲気が異なる
- ・対立はないが**連携**が十分ではない？

○甲府の魅力的な観光資源

- ・武田家ゆかりの**歴史**的な寺社
- ・ほうとうやワインの美味しい**食**
- ・オシャレさやディープさのある**商店街**

○徒歩や路線バスで実際に周遊

- ・公共交通での周遊には想定以上の疲れ



2回目の現地調査（12/4）福田・近

①ヒアリング

地場産品の開発やイベント運営に携わる2名の方にお話を伺った。

②ワークショップ

商店街に関わる方々にご参加いただき、提案内容を学生がプレゼンした後、参加者と学生で意見交換を行った。

③甲府駅周辺での聞き取り調査

- ・観光客には→行動計画
- ・観光客と地元住民双方には→中心街へのイメージや訪れる頻度等を聞いた。

○アイデア

- ・ **イベントどうしを繋げる**のは有効
- ・ ワインが蛇口から出てくるなど **遊べる仕掛け**を作ってはどうか

○ヒント

- ・ 観光客は **何を楽しみに甲府に来るのか**を考えることが重要
- ・ **小さな成功体験を積み重ねる**ことで **徐々に**関わる人を増やしていく、という考え方

○前向きに受け止めて

くださった印象

適切な場所や時間帯、過去の類似体験等、提案を **実行するにあたっての重要な事柄**に関する議論

○リニア開通への期待と心配

リニア開通は中心街への **観光客誘致につながるのか**

○次のステップ

改革に前向きでない方含め、 **商店街一体として動いていくために何ができるのか**

結果の詳細は12/17実施分と合わせて後述

2回目の現地調査（12/17）大池・中島・田代

①意見交換会その1

山梨県立大学の教授とそのゼミ生に向けて自分たちのアイデアを発表した上で意見を伺った。



○現地の専門家や同世代の視点からの貴重な意見

- ・市街地と自然のバランスがちょうどいいのが甲府の魅力
- ・鳥もつ煮などの食文化も誇り
- ・スタンプラリーを実施には、対象を明確にすることが必要

○地元の大学生の商店街の利用

- ・郊外の大型店での買い物が多く、商店街の日常利用は少ない
- ・しかし、商店街の中にはお気に入りの飲食店も

②意見交換会その2

夏の現地活動でもお世話になった甲府城南商店街振興組合の方に向けて自分たちのアイデアを発表した上で意見を伺った。



○実現可能性などの観点からの指摘

- ・商店街連盟が過去に行った似た取り組みと比べて、どのように違いを出していけるのか
- ・地元の方に対しては、郊外のショッピングモールの魅力（近くて便利）を超えるものを提供して、中心市街地に来ていただくことが必要
- ・観光客にとっても、地域に根付いた商店街は高付加価値な経験になるはず

③甲府駅周辺での聞き取り調査

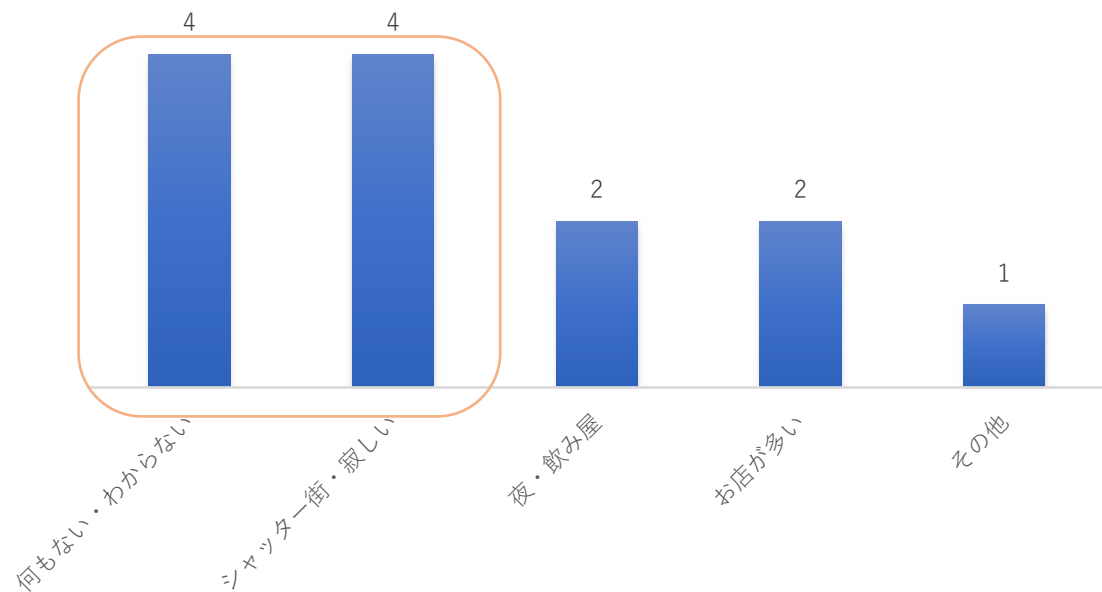
- ・観光客には→行動計画
- ・観光客と地元住民双方には→中心街へのイメージや訪れる頻度等を聞いた。



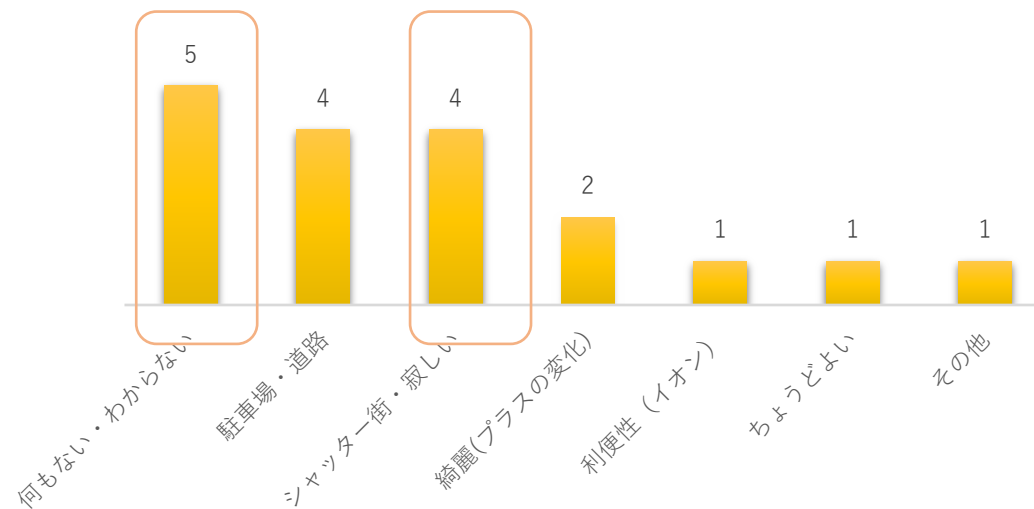
結果の詳細は12/4実施分と合わせて後述

聞き取り調査の結果（抜粋）

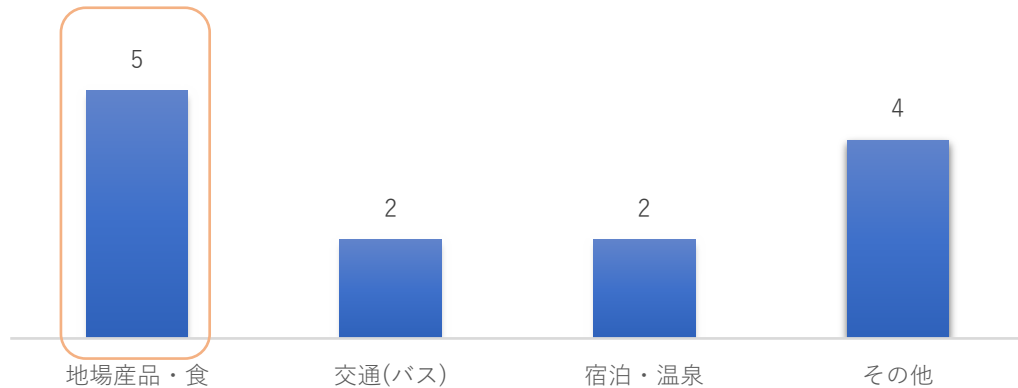
観光客の中心部に対するイメージ



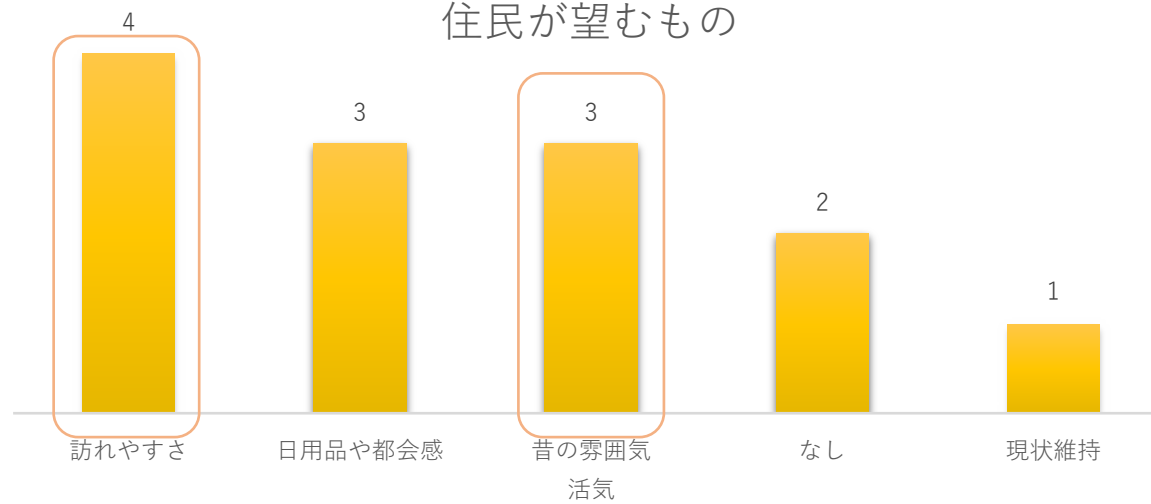
住民の中心部に対するイメージ



観光客が望むもの



住民が望むもの



私たちの提案

「魅力的なコンテンツ」 × 「周遊したくなる仕掛けづくり」

【スタート・準備】

地元の人で活気づいた
商店街の雰囲気づくり
→全員が同じ方向を向き
甲府を盛り上げていく



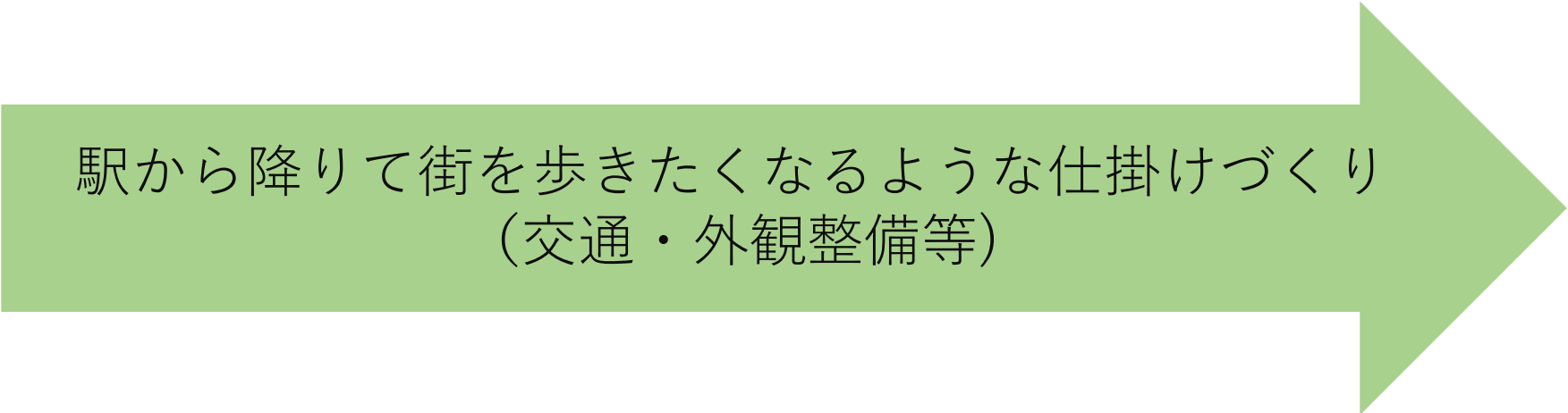
【コンテンツづくり】

そのエリアならではの
魅力・個性を発掘し、
そこに行きたいと思える
きっかけを作る



【ゴール】

観光客の方々にも中心部に
こんな楽しみがある！と知ら
せ、来てもらう

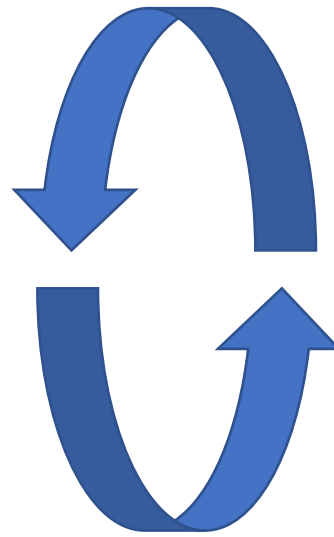


駅から降りて街を歩きたくなるような仕掛けづくり
(交通・外観整備等)



魅力的なコンテンツづくり

1. 商店街の縮図空間
(仮称：いいさよお～甲府)
2. フォトビンゴラリー
(仮称：甲府アルバム)
3. 重ね捺しスタンプラリー



周遊しやすい仕組みづくり

4. 交通網の再編
5. 歩行空間の整備

甲府市ならではの都市型・周遊型観光の確立

1. 商店街の縮図空間（仮称：いいさよお～甲府）（1）コンセプト

甲府の良さ

- ◆ 地元の方の温かさ
- ◆ こだわりやオリジナリティのあるお店

既存/過去取り組み

- ◆ まちゼミ
- ◆ 商店街マップ
- ◆ 一店一品を掲載したチラシ

重視したいコンセプト

- ◆ 地元の方と観光客との直接の会話
- ◆ 一堂に集める

既存の取り組みの発展形

「縮図空間」

そこに行けば、甲府らしい何かに出会える、甲府の地元のだれかと話せる、
そんな空間。

アンテナショップ

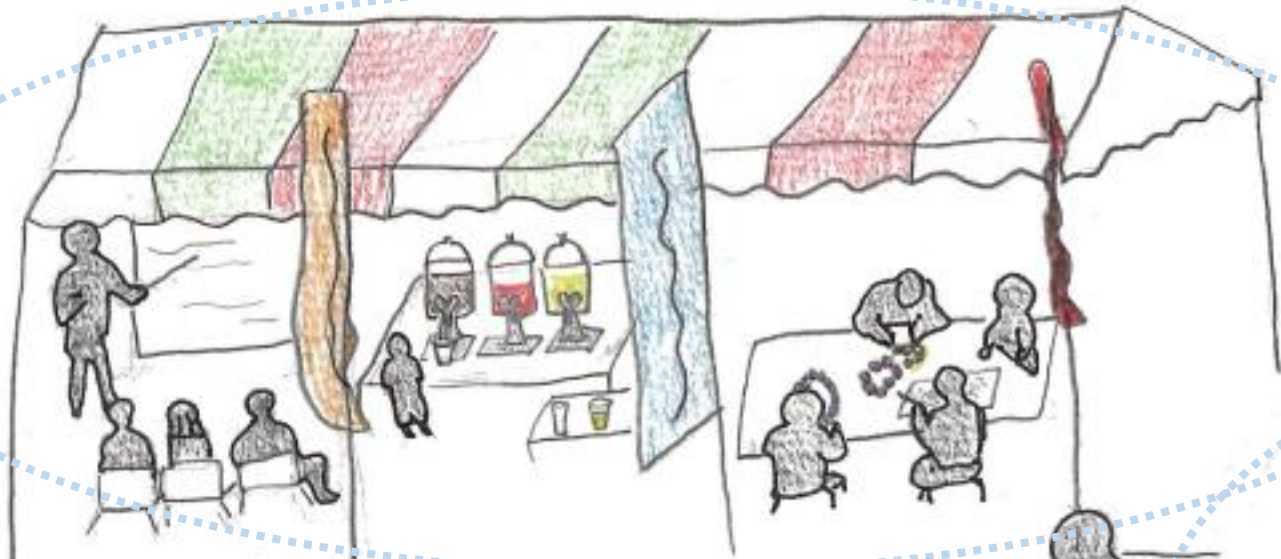
イベント

観光情報

期待される効果

訪問客が縮図空間を出て、商店街へ

イメージ



～多様な使い方の可能性～

イベント

気軽に立ち寄る

行ってみたくなくなったお店へ



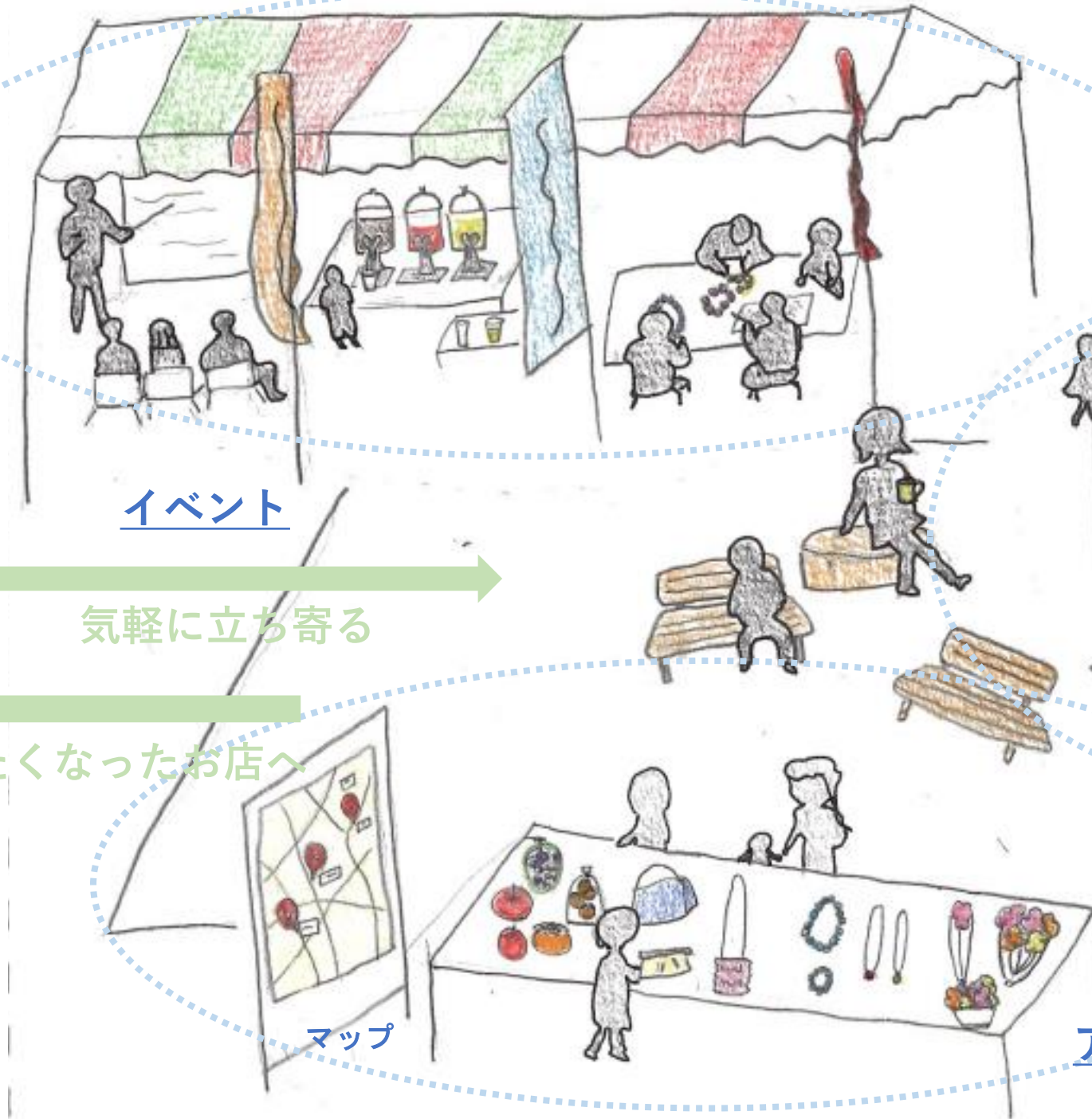
チラシ

店主の自己
紹介一覧

写真ギャラリー

マップ

アンテナショップ



1. 商店街の縮図空間（仮称：いいさよお～甲府）（3）期待される効果

（3）-1 地元の方（主に商店主）の行動の変化

- ・ 観光客と直接関わる機会が増えることで、観光客を呼び込むことへの理解やモチベーションが高まる
- ・ 観光客と関わり、甲府の外の視点に触れることで、曖昧だった「甲府らしさ」を再発見する
- ・ 将来、縮図空間向けの新たなコト・モノの開発が生まれる可能性→「甲府らしさ」の具体化

✓実際に開発が始まった例も

＝青森市新町商店街（出典：https://www.syoutengai.or.jp/jirei/h28/h28_jireishu.pdf）

取り組み内容：観光客に特化した一店逸品運動（＋店を回るイベント）

☆最初は看板メニューの出品にとどまっていたが、組合員どうしで話し合いを重ね、観光客の需要を分析し、工夫を重ねていった。その過程で組合員どうしの連携も高まった。

- ・ 地元でお店を持つ人どうしの会話が生まれることで、連携が促進される

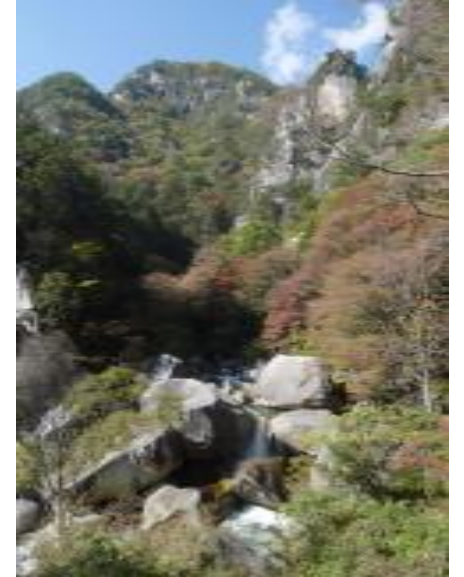
（3）-2 観光客の行動の変化

- ・ 縮図空間で見つけた「お気に入りのお店」に行く過程で周辺のお店にも行く＝波及効果
- ・ 地元の人に「知り合い」ができることで、甲府へのリピート訪問が促進される

2. フォトビンゴラリー（仮称：甲府アルバム）（1）

現状・課題

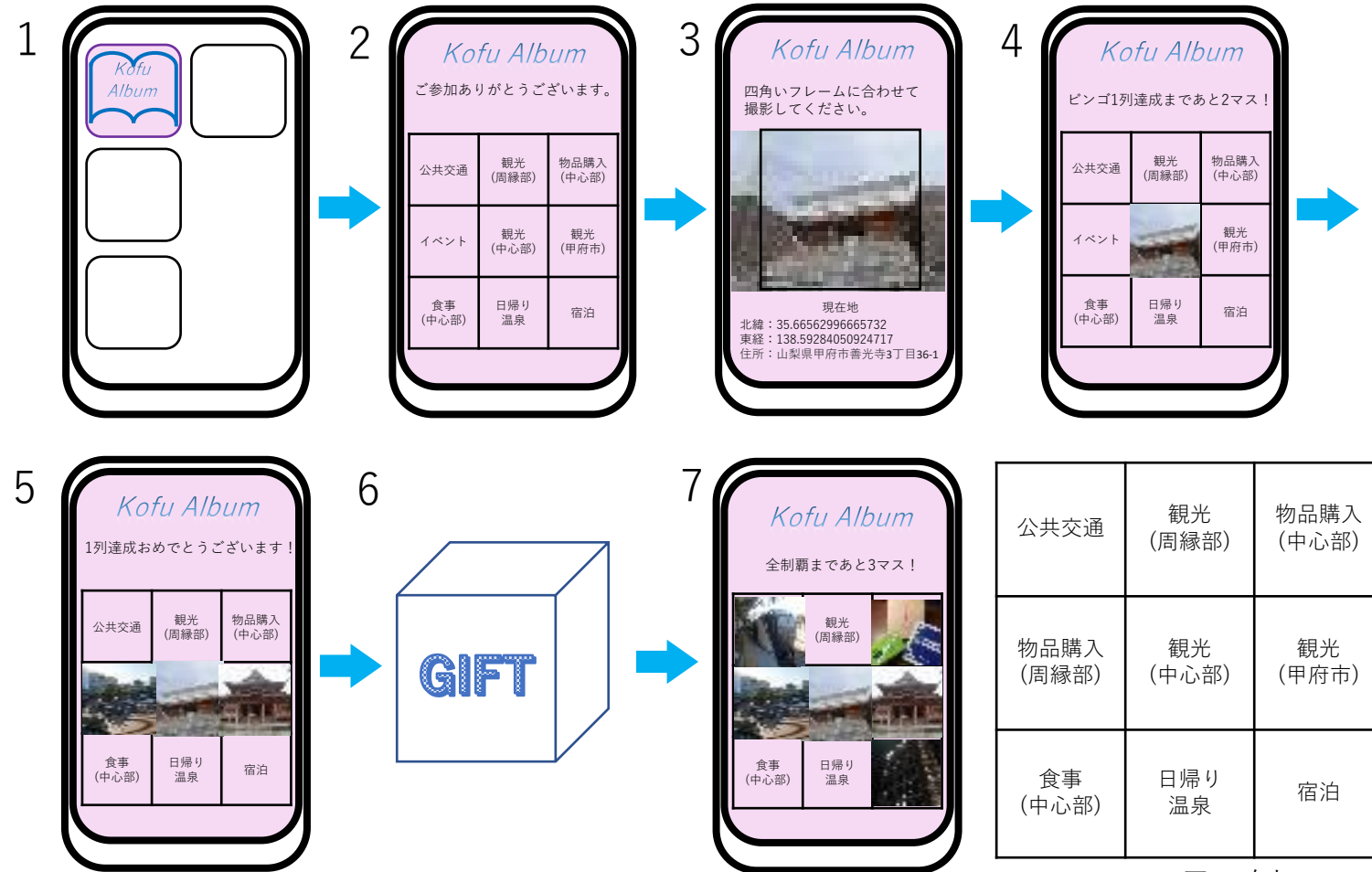
- 観光客が甲府を訪れる理由は様々
 - ・ 武田信玄のファン
 - ・ ワイナリー巡り
 - ・ 山登りや紅葉狩り
 - それぞれの観光客にとって刺さるポイントは違う
 - 自分好みの情報も、未知だが気になる情報も必要
- 中心部の商店街は個性ある店舗からなる
 - ・ 何か一つのテーマでまとめるのが難しい
- 各地域の連携が不十分
 - ・ 一地域で閉じずに広く行えるイベントが必要
 - ・ 他の様子も知ることで連携しやすい環境へ



2. フォトビンゴラリー（仮称：甲府アルバム）（2）

内容

1. 専用のアプリを開発
2. マスごとに条件を課した
3×3のビンゴを用意
3. 条件に合うものをスマホで撮影
（位置情報をオンに）
4. 写真でマスが埋まっていく
5. 揃えたら特典獲得
6. 成果をSNSにあげて、
さらなる景品の抽選に応募
7. 次に甲府に来たとき、
未達成の部分を埋めていく



2. フォトビンゴラリー（仮称：甲府アルバム）（3）

観光客にとってのメリット

旅行前

- 観光ルートを考える一つの**参考**に
 - ・甲府側が用意したビンゴを見て
 - ・他の観光客のビンゴを見て

旅行中

- 自分なりの甲府の**魅力を発見**
 - ・商店街で新たな発見があるかも
- ビンゴの達成感

旅行後

- 甲府観光の**思い出**になる
 - ・完成したビンゴも特典も

甲府にとってのメリット

- マスを使ってルートを誘導可能
 - ・テーマ：甲府の食、甲府の景色
- 地元客**も参加可能
- 甲府の**魅力を再発見**
 - ・注力すべきコンテンツを発見
- 観光客の行動パターンを把握
 - ・別のイベントでも**データ**を活用
 - ・SNSなどで状況も逐次確認
- 周辺の市町村とも連携可能
 - ・甲府**中心部**を**拠点**にした周遊
- ビンゴを通じた**リピーター**獲得
 - ・春にも秋にも来て9マス埋める
- 各店舗が準備するものがほぼない



例示のマス目を埋めたもの



食をテーマにしたもの

3. 重ね捺しスタンプラリー (1)

特徴・留意点

- デジタルのデメリットの補完
 - ・ラリー用紙を持ち周遊する様子はイベントを実感しやすい
 - ・若者以外の観光客にも対応
 - ・スタンプ設置箇所がチェックポイントの機能を果たす
- 集めたスタンプ自体がラリーの賞品に
 - ・デザインが重要（季節毎？）
- 参加しやすいルート設定

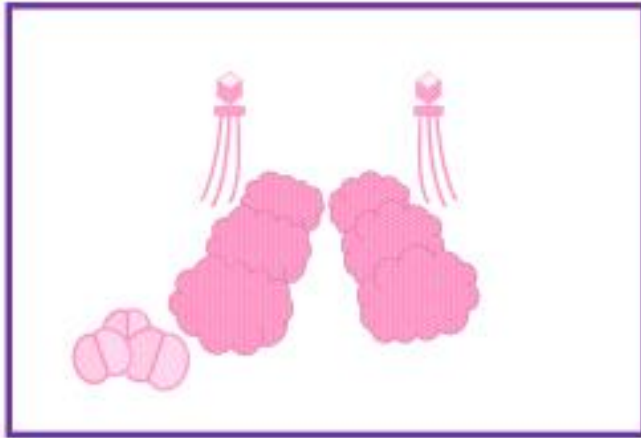
フォトビンゴラリーとの棲み分け

	主な対象	形態	ルートの自由度	観光スタイル
フォトビンゴ	若者	スマホ (デジタル)	高い	宿泊・複数回訪問
重ね捺し スタンプ	家族連れ	紙 (アナログ)	低い	日帰り

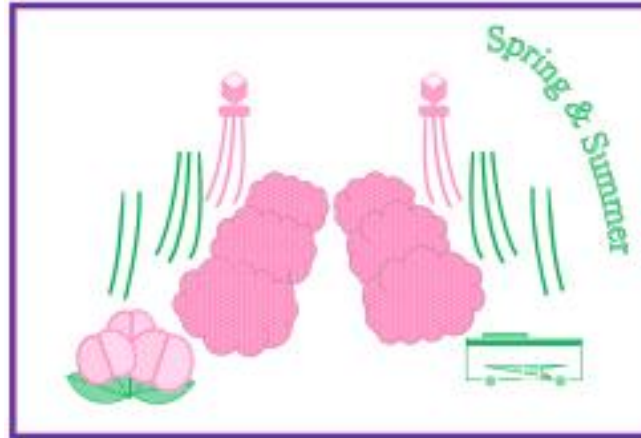
3. 重ね捺しスタンプラリー (2)

具体例

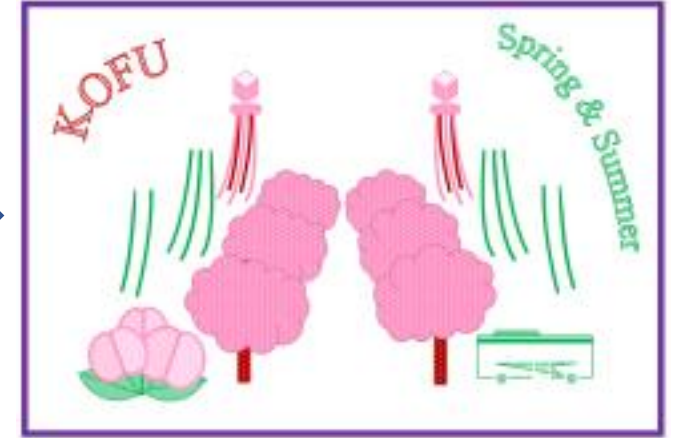
1. 武田神社



2. 甲斐善光寺



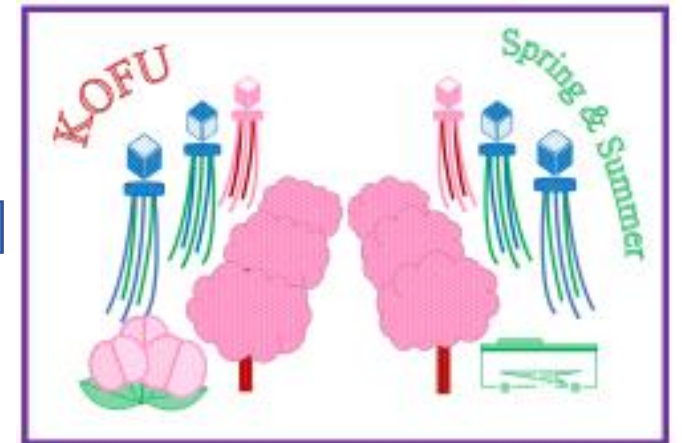
3. 甲州夢小路



5. 縮図空間
(いいさよお～甲府)



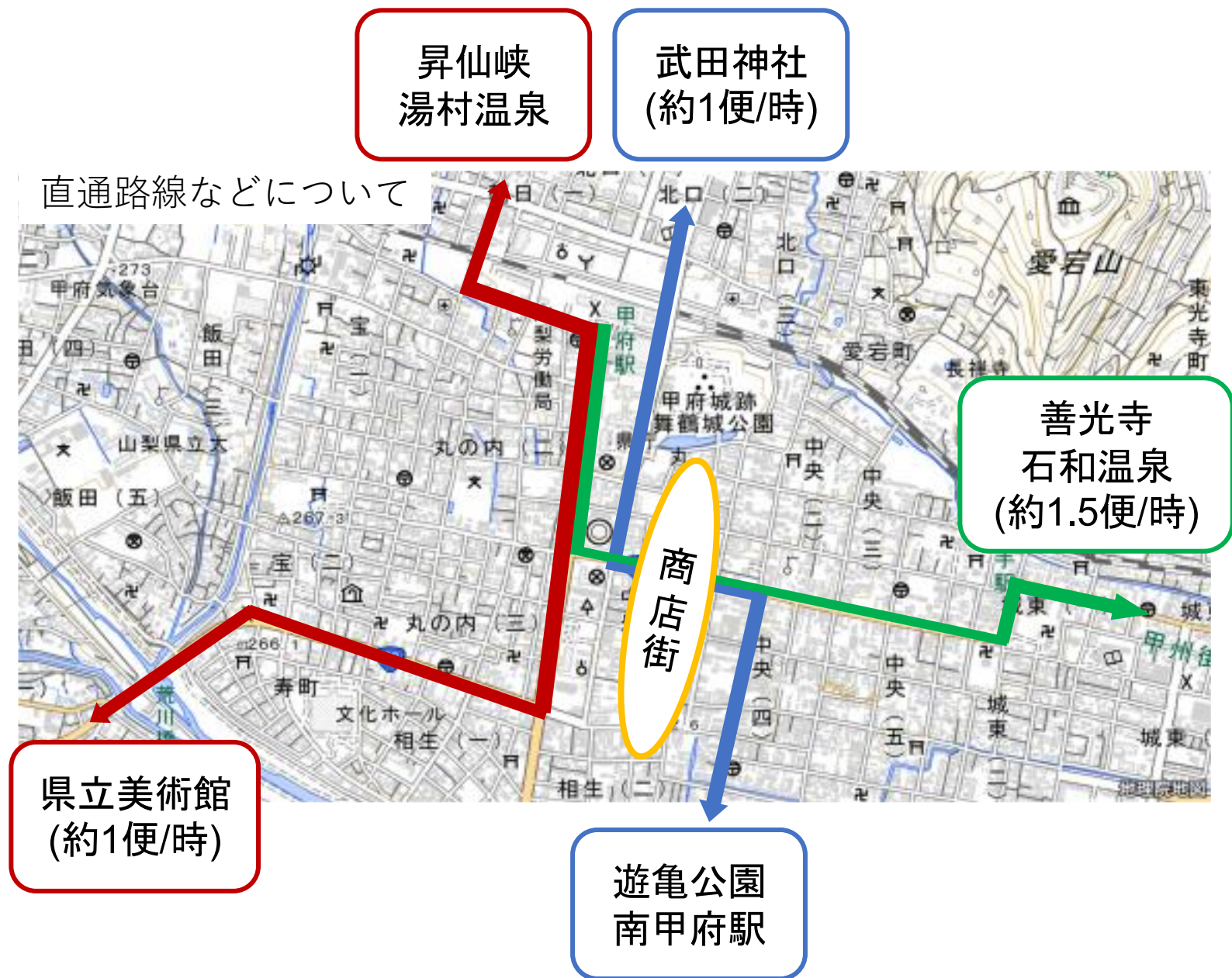
4. 舞鶴城公園



4. 交通網の再編 (1)

現状の交通網の問題点

- ・バス利用客から
商店街が見えない
- ・観光地と商店街の結びつき、
駅の南北の結びつきが弱い
- ・中心市街地を周遊する手段は
主に徒歩か自転車となり、
体力が必要



4. 交通網の再編 (2)



甲府駅～かいてらすの
バス路線をサドヤワイ
ナリー経由へ

中心市街地を結ぶ
小型のモビリティ
(グリーンスロー
モビリティ) の
導入

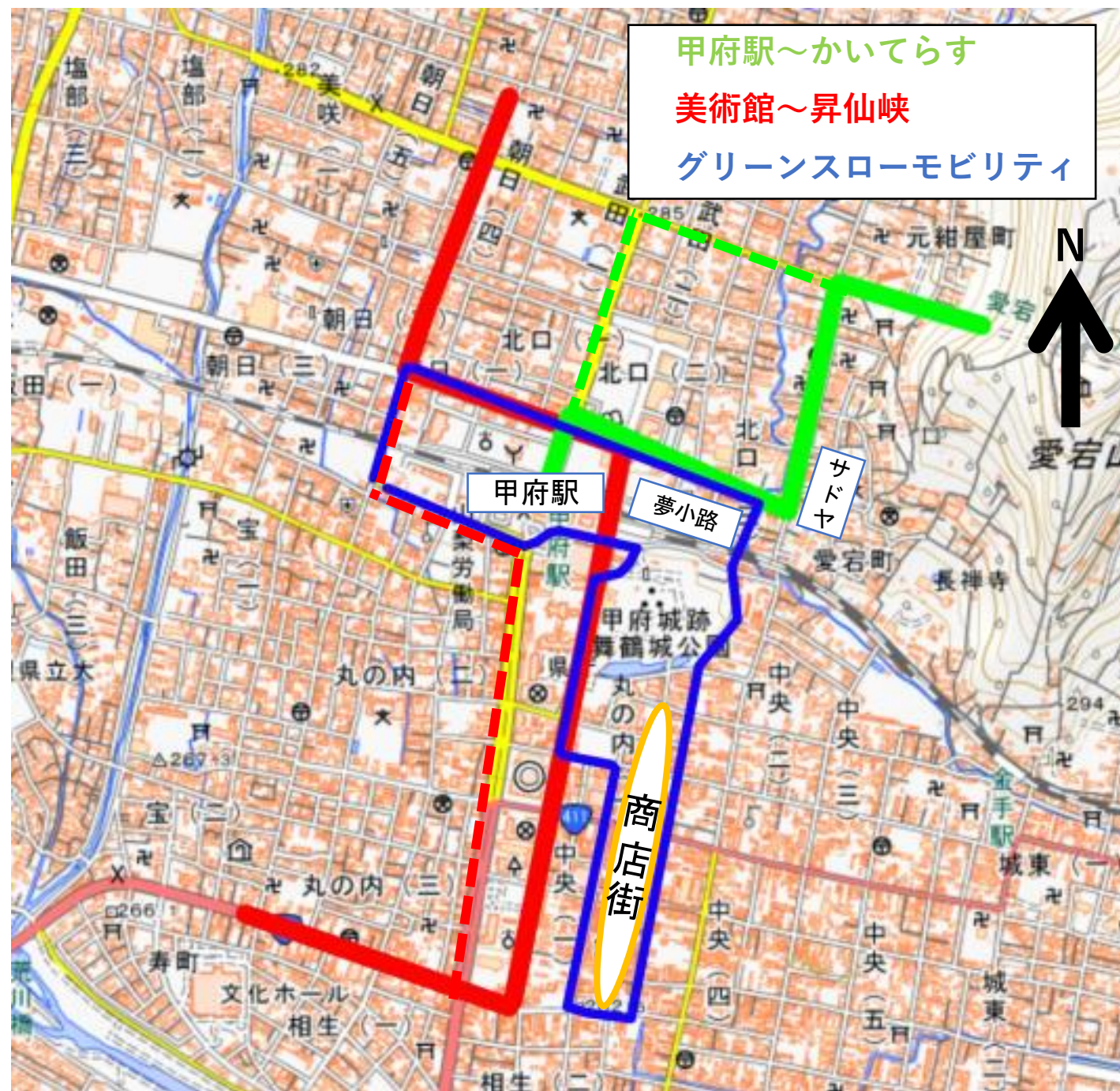
美術館～昇仙峡の
バス路線を舞鶴
通り・北口経由へ



4. 交通網の再編 (3)

ルート案

- ・ 商店街寄りを通る
→ 商店街・イベントを **知る・訪れる**
- ・ 北口を **北側観光地の玄関口** へ
- ・ グリーンスローモビリティは
山梨交通が運行、
市や商店街が資金面で協力
→ 乗車記録の提示で商店街で割引を
受けられる制度をつくることで
各関係者の協力体制を築く +
街全体の経済効果を「見える化」



5. 歩行空間の整備（1）

少し工夫を加えることで
駅にいる観光客を中心部に誘導できるのでは...？

【現状】→周遊のしにくさ...？

- ・ 駅から商店街へのつながりがわかりづらい...
- ・ ただ歩くだけだとあまり楽しみがない



①紅梅通りの歩行者空間化

- ・ 人が集い、滞在する空間づくり
- ・ 東西方向の人流の形成

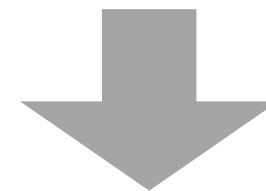
- ・ 休めるスペースが少ない
 - ・ 大通りに面した中央公園はあるが物寂しい
- 商店街の方が見づらく、訪れる動機が生まれにくい



②オープンスペースの確保

- ・ 中央公園の拡張&整備
 - ・ まちなかに小公園を設置
- 駐車場は入口部に(後述)

- ・ 観光用の地図がなく、初めて訪れる人にとってはわかりにくい...
- ・ 南側にどんなお店があるか載っていない、わからない



③観光客向け案内板の設置

- ・ 位置関係が一目でわかる
- ・ 商店街の入口に詳細地図を設置

5. 歩行空間の整備 (2) (具体的なイメージ①②)



甲府銀座通り商店街と弁天通りが
交わる地点にある駐車場



甲府銀座通り商店街にある
小さなオープンスペース

活動を振り返って

地域の魅力をゼロから作り出すことは難しいが、見つけ磨くことは私たちにもできるし、その過程で地域への愛着も強くなることを学んだ。既製品の観光パッケージを用意するよりも、人と出会い、街を歩いて自分なりの甲府の魅力を「見つけ磨く」経験を観光客とシェアすることこそ一番の観光施策になるはずだという思いで提案をまとめることができた。

実際の街が抱える課題に対して有効な手立てを考えることは難しいことだと実感した。街の歴史や地理的条件、今までの取り組みで明らかになった課題などを踏まえた上で、地道に一つずつ課題をクリアしていくことが、大きな目的を達成するためには必要であることを学んだ。

街の「魅力」について深く考える機会となった。外モノである私たちだからこそ感じられた甲府の魅力をコンテンツとして提案に含められた一方で、「観光」目線でのキャッチーさという観点の「魅力」はまた別に必要な要素であり、二つの魅力を同時に発揮させる難しさを強く感じた。現地の方と話す中で彼らがどんな街にしていきたいかという想いを汲み取り、形にしてつなげていくことが私たちの役割であり、まちづくりに必要不可欠な要素だと分かった。

コロナ禍もありタコツボ的な学びに陥りがちな大学生活だったが、FSを通じてフィールドワークやヒアリングを何度も経験し、自身の学びと社会との接点や「現場感」のようなものを学ぶことができたと思う。特に、はたから見て「こうすればいいのに」ということについても、制度・財政的に仕方がないことであったり、事業者たちの切な葛藤が背景にあったりと、そもそも現場の近くにいないければ解決することのできない課題が多いということがわかった。

地元の方の中には新しい試みを行うことに対して様々なお考え・立ち位置の人がいらっしゃる。1年間という期間内で、様々な異なる立ち位置の方のお話を聞いて考えを理解することには限界があったが、提案内容の工夫だけでなく、変えることをより広く受け入れてもらえるような伝え方を工夫することはできたと思う。

甲府市観光課の皆様、
ヒアリング等にご協力いただいた皆様、
体験活動推進チームの皆様、
ありがとうございました！

山梨県都留市 活動報告

2023年3月13日

理科一類2年	甘利駿
理科一類2年	伊藤咲輝
文科一類2年	眞下和士
文科三類2年	岡島梨花
公共政策大学院2年	加見伊於理



目次

- 01 山梨県都留市の紹介
- 02 取り組んだ課題
- 03 現地活動・調査
- 04 分析・今後に向けて
- 05 活動を振り返って

山梨県都留市01の紹介



豊かな自然
歴史・文化
若者も多い！

山梨県都留市の紹介



取り組んだ課題

取り組んだ課題

子どもや若者をめぐって・・・

学びや地域への関心が低い

「なぜ？」 「なに？」 に応えられる環境が少ない



➡ 新しい子どもの学びの場 「探究学習塾」

自ら学び自ら考える力を育成

小学生を対象とした 探究プログラムの検討

取り組んだ課題

- ・ 大学生だからこそ
- ・ 地元が違うからこそ

の視点で探究塾で行うプログラムを検討



実際に現地の子どもたちを対象に
プログラムを実施！



現地活動・3調査

現地活動① 8/29-31

× □ -

園児体験



× □ -

幼児教育のお話



○○○

リニア博物館



○○○

森林組合の方にお話を伺う



探究学習の3つの柱

①知的好奇心

自ら学ぶ
本質を見極める
探し求める

なぜ？

②合意形成力

発信する
人の話を聴く
方向性を導き出す

みんなは
どう思う？

③表現力

自己表現
チームの想いを表現
プレゼンテーション力

こうなんです！

プログラム準備

#タワーづくり実験

#チョーク落とし実験

#都内探究塾(3社)調査

#みんなでアイデア出し



タワー作りイベント 12/4

都留市内の子どもが東京大の学生らと身近な材料でタワーをつくる講座が、都留・ミュージアム都留で開かれた。市内の小学生や未就学児約20人が参加し、4日に東京大や都留文科大のグループをつくり、ペトルや空き缶、新聞紙、身近な材料を使って高さを競うことに挑戦。東京大の学生が東京タワーを例に、高い構造

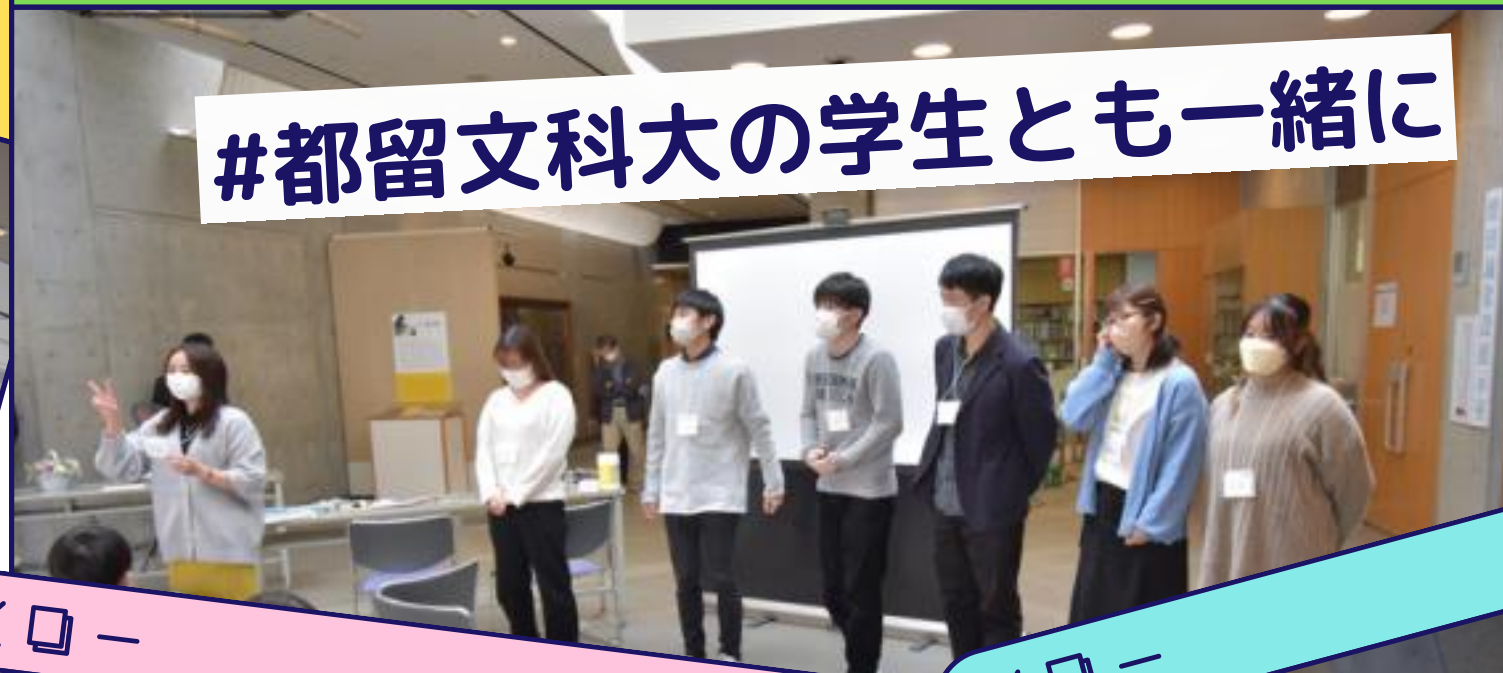
身近な材料使い タワー作り挑戦

都留の子どもと大学生



台が安定していることも解説した。
参加した都留・東桂小1年の古川蒼馬君は「タワーに安定感を出すのが難しかった。大学生の説明を聞けて勉強になった」と話していた。講座は子どもが学校外場で

#都留文科大の学生とも一緒に



×□-



#元気よくハイ!

#振り返りインタビュー



#高くできるかな?



チョーク落としイベント 2/19

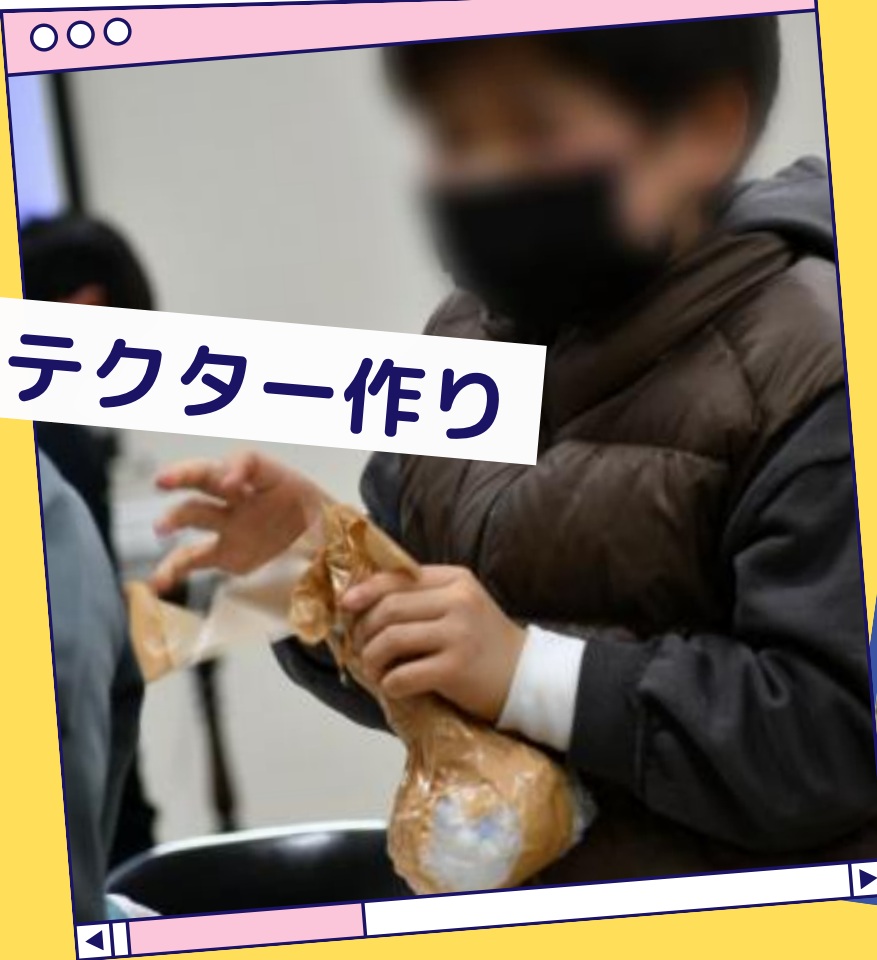
#今回も都留文科大の学生とも一緒に



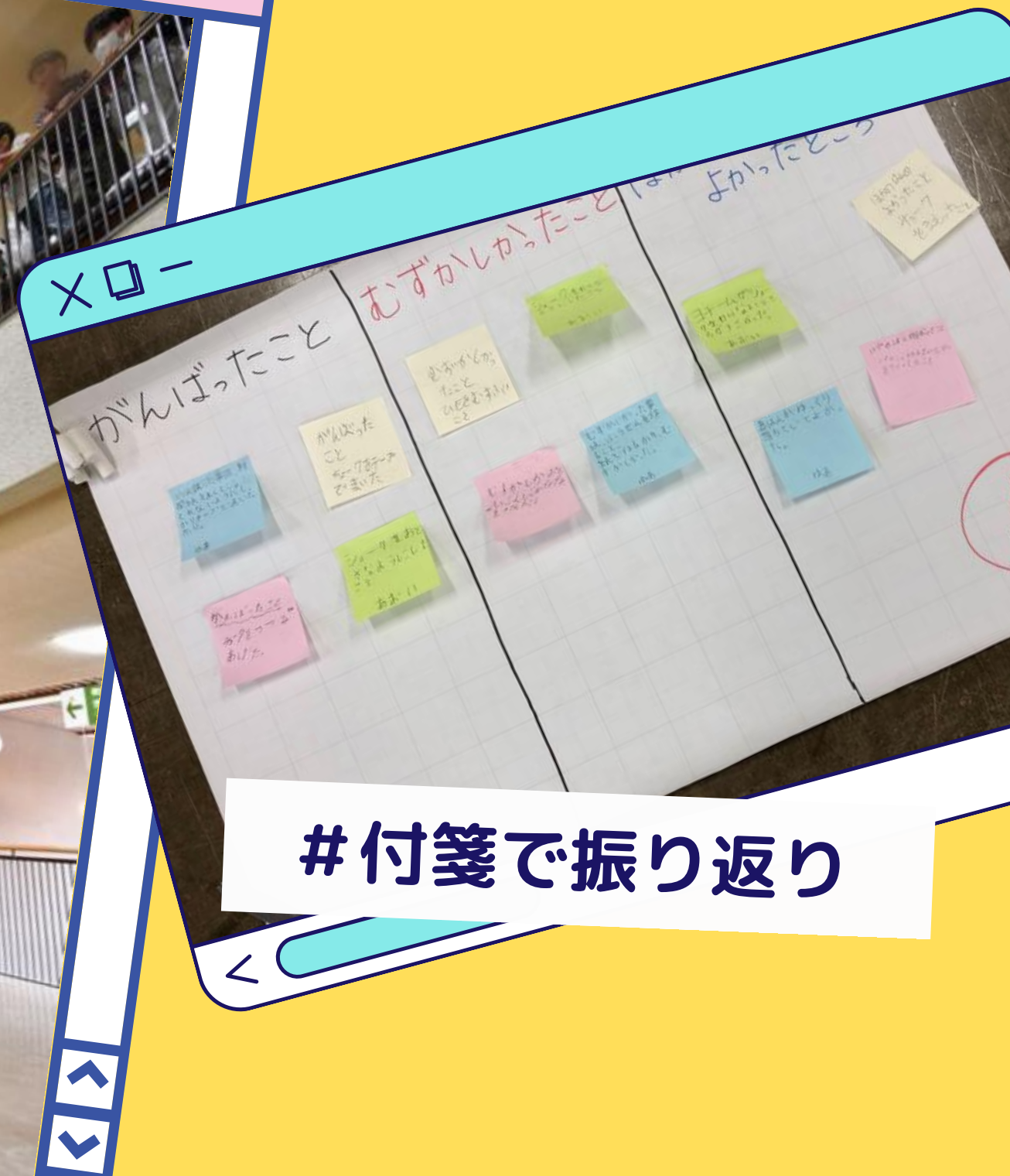
#実際に落下実験



#チョークプロテクター作り



#付箋で振り返り



現地報告会 & 保護者との座談会 2/20



#保護者の方と座談会



#現地報告会

#記念撮影



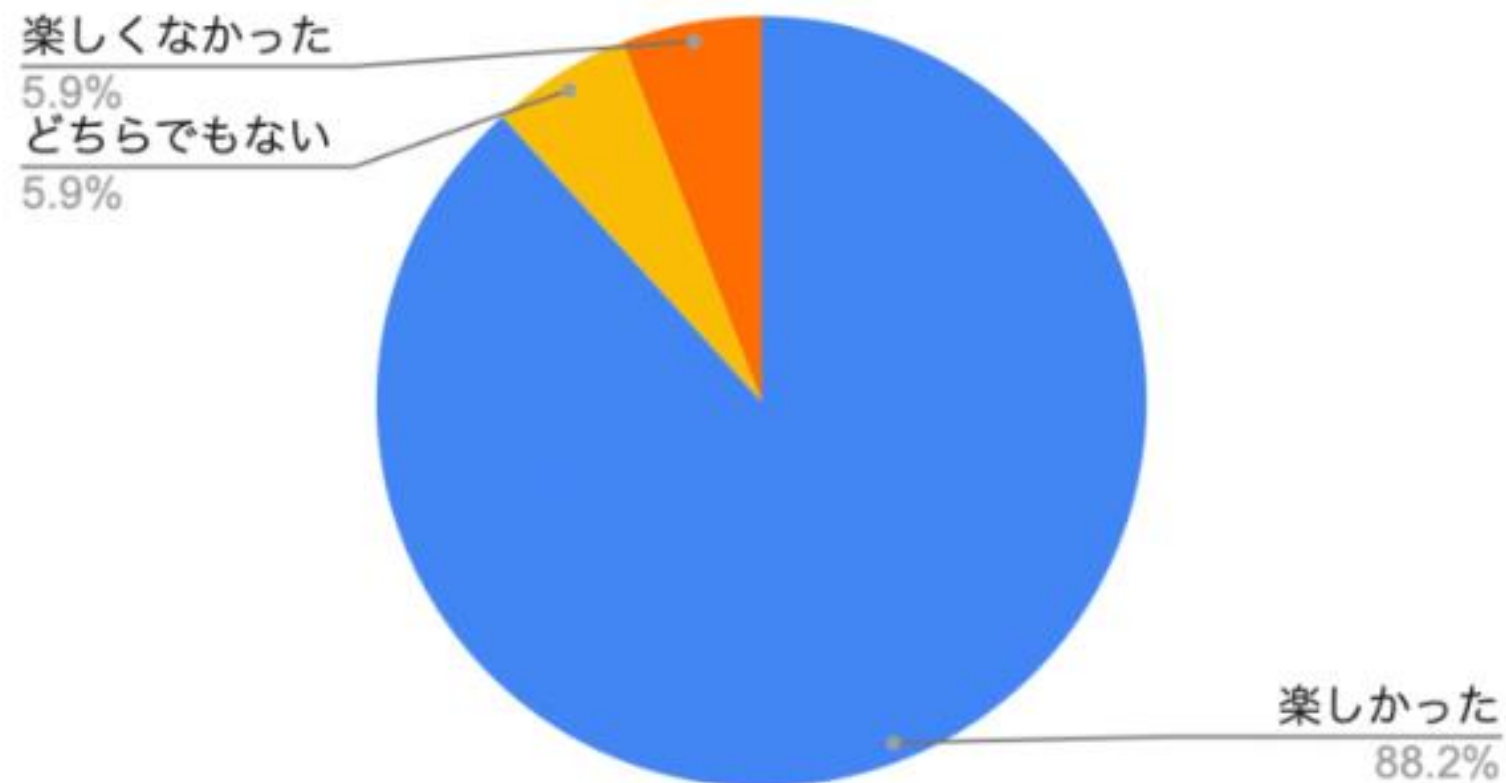
#市長からのお言葉

分析・今後4年に向けて

タワー作リイベントの事後分析

- ・ 子供へのアンケートの満足度は高いが、教育効果の検証とは言いにくい
- ・ 保護者向けアンケートによると、イベントへの学びがその後の生活で見られた児童もいたようだが、児童の振り返りの文言を見ると言語化は難しいようだ
- ・ 小学校低学年で「合意形成」を行うのはややハードルが高い可能性

参加した児童の満足度(当日収集, n=17)



「もっとこうすれば
タワーを高くできたのに」
と兄弟で話していた

「高いものを作るには土台
が大切だね」と話していた

内容面について

分析・今後に向けて

子供たちが興味を示すものは
人それぞれである。



一つのプログラムであっても
多くの要素を入れておくほうが
良いのではないか。

効果検証について

分析・今後に向けて

	Level 0	Level 1	Level 2	Level 3	Level 4
知的好奇心					
合意形成力	自分の意見を言うことができる	相手の意見を聞くことができる	相手の意見にレスポンスができる		
表現力					

子供たちのアンケート結果では、教育効果を測るのは難しいのではないか。特に小学校低学年の言語化能力だと厳しい。



例えばルーブリックのような項目別の達成基準を作ることで、客観性を持たせられるのではないか。

運営について

分析・今後に向けて

子どもの予想外の行動への
対応や探究心を深めさせる
ための声かけは、簡単に
できるものではない。



ファシリテーター側も
みんなで考えられる場や、
知見のある人からアドバイスを
もらえる場があると良いのでは。

活 動 を 振 り 返 っ て

子供一人一人の特徴を理解して
接することの重要性。

プログラムを作り上げる
難しさを学んだ。

自分達で地元の住民や地域を豊かに
していこうという空気を感じた。

学んだこと

感想

様々な方とお話しする中で、
地方行政の面白さを感じた。

役所職員や参加者の意見から、
改めて探究塾の必要性を感じた。

私たちも探究をしたが、主体的に
活動することは面白かった。

活動を振り返って



2022年度東京大学FS 最終報告会 三重県鳥羽市

ふるさと納税を用いた
鳥羽市の「食」の魅力の発信と提言

1.はじめに

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

1.1 鳥羽市について

- 三重県中部(伊勢志摩地域)に位置する市
- 人口は1.7万人ほど(2023年1月現在)
- 鳥羽水族館などの観光地に加え、海女や温泉が有名
→有名な観光地の一つ
- 名産品は真珠(真珠養殖の発祥地)
- 4つの有人島を有する



1.はじめに

はじめに

活動報告

学生による
提案

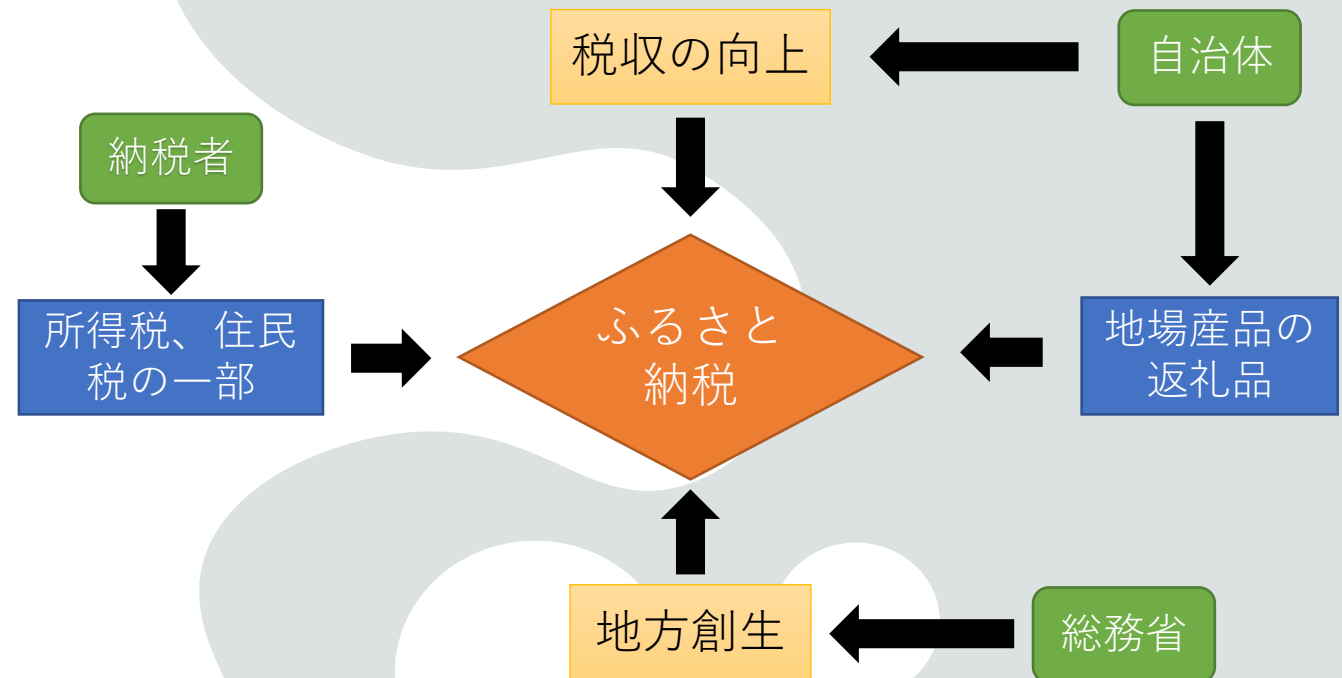
気づき・知
見

1.2 今年度のテーマについて

「関係人口の創出に向けた魅力的なふるさと納税返礼品の創出及びプロモーション」

(参考)そもそもふるさと納税とは？

- ・2008年からスタートした制度
- ・地方側には税收、納税者には返礼品というメリットが相互に存在
- ・返礼品は地場産品という条件
- ・一部批判や改正はあることに加え、納税者、自治体、総務省の三者の思惑に少しずつずれは生じてしまっているのは事実ではあるが、制度として受け入れられている



2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

・ 2.1 夏の現地活動(8/25～8/27)

「鳥羽を知ること」をメインに

- ・ 鳥羽市庁舎訪問、市長に挨拶
- ・ 魅力的なスポットや食の体験
- ・ 離島宿泊(菅島)、ジギング体験
- ・ 観光協会や菅島島民へのヒアリング



神明神社(石上さん)



ジギング体験



鳥羽水族館



シェルレーヌ

2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

2.2 冬の現地調査へ向けて

目的: 今まで掘り起こしていない新たなふるさと納税の需要を見出す

現状から
変えられる
点は？

- ①「観光」「真珠」以外にある鳥羽の魅力の発信
- ② ふるさと納税サイトの刷新
- ③ 体験活動の充実さを実感

- ① シェルレーヌの魅力をアピールしたい！
- ② 風景や牡蠣小屋のPRを行いたい！

①シェルレーヌの 魅力アピール

- ・ウェブサイトに特集ページを作る(広報文を書く)
- ・「思わず食べたくなるような写真」を撮る

②風景・牡蠣小屋のPR

- ・パールロードの風景撮影
- ・牡蠣小屋での体験＋返礼品の牡蠣の調理動画撮影

リターン

- ・新たな寄附者の獲得
- ・ふるさと納税寄附額↑

2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

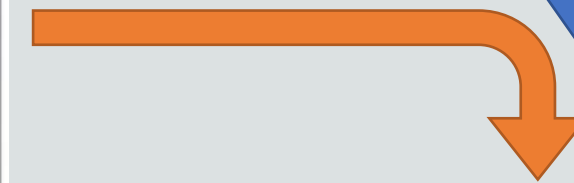
2.3 冬の現地活動(12/3～12/4)

① シェルレーヌの撮影

- ・鳥羽市内の飲食店の店内設備等をお借りして写真を撮影
- ・撮影した写真をセレクトし、現地活動後に広報文を執筆



より商品が見える
写真に！



2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

2.3 冬の現地活動(12/3～12/4)

②牡蠣・牡蠣小屋

- ・鳥羽市内の牡蠣小屋の店内(丸善水産)にて撮影
- ・返礼品の「ガンガン焼き」の中身、調理風景を撮影
- ・撮影した写真をセレクトし、現地活動後に広報文を執筆



左下)丸善水産
左上)ガンガン焼き
右下)牡蠣小屋の牡蠣
右上)過熱した牡蠣



2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

2.4 動画作成

鳥羽の新しい魅力ースイーツ

鳥羽のまだ知ってもらってない
魅力を伝えたい



ふるさと納税返礼品としての鳥羽の
スイーツを知ってもらいたい

2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

2.4 動画作成

ガンガン焼きshort動画



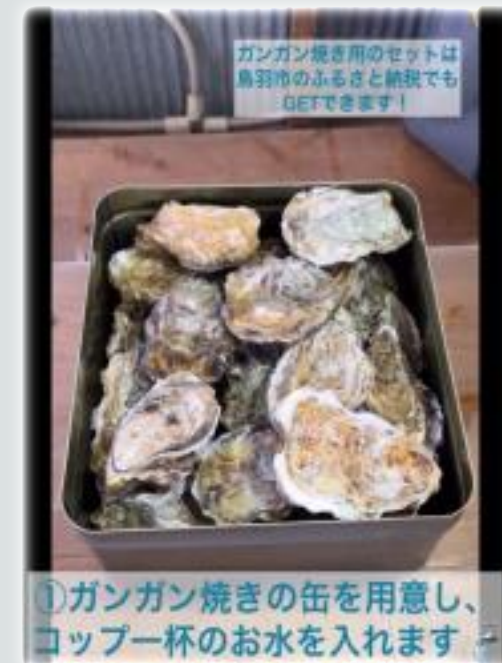
音楽: Sunny
ミュージシャン: @iksonmusic

☆特にYouTube shortやInstagramのリール動画を観る人に向けて

・ガンガン焼き、及びガンガン焼きの作り方を
知ってもらう

・ふるさと納税の返礼品にガンガン焼きセットが
あることを知ってもらう

☆食の魅力から鳥羽に興味を持ってもらうことで、
旅行者やふるさと納税者、鳥羽市のサポーターを
増やしたい



2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

2.5 ふるさと納税データの分析

→学生による提案に向け、現段階でどのような人がどのような寄附を行っているのかについて分析

2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

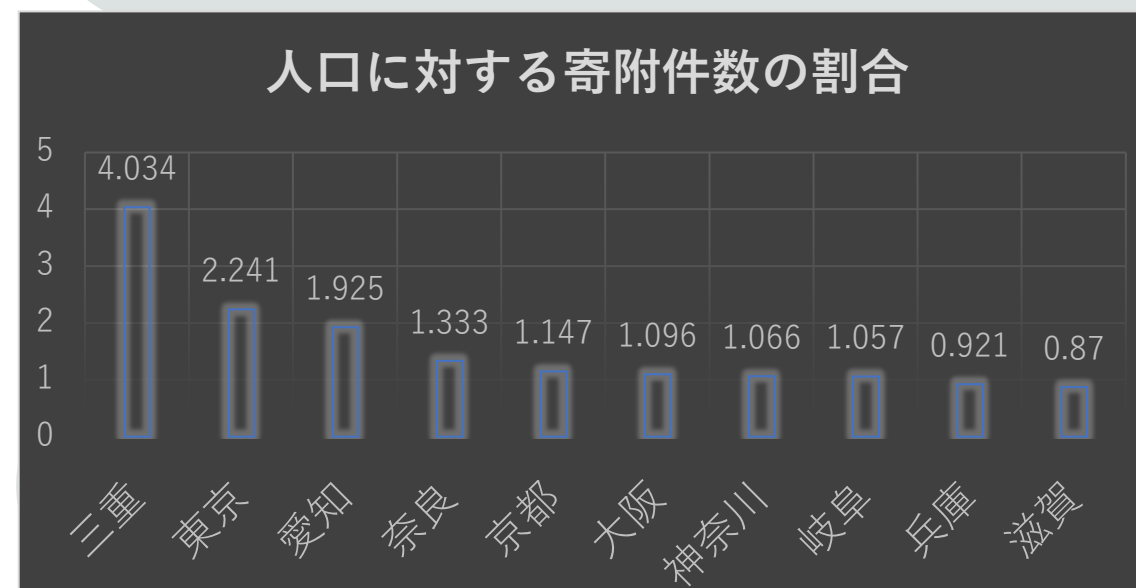
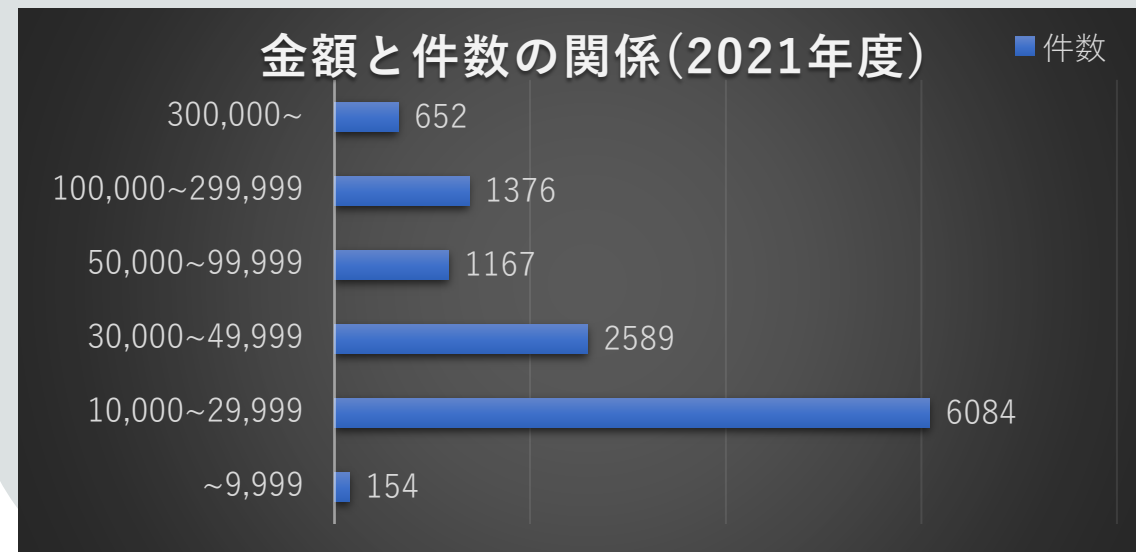
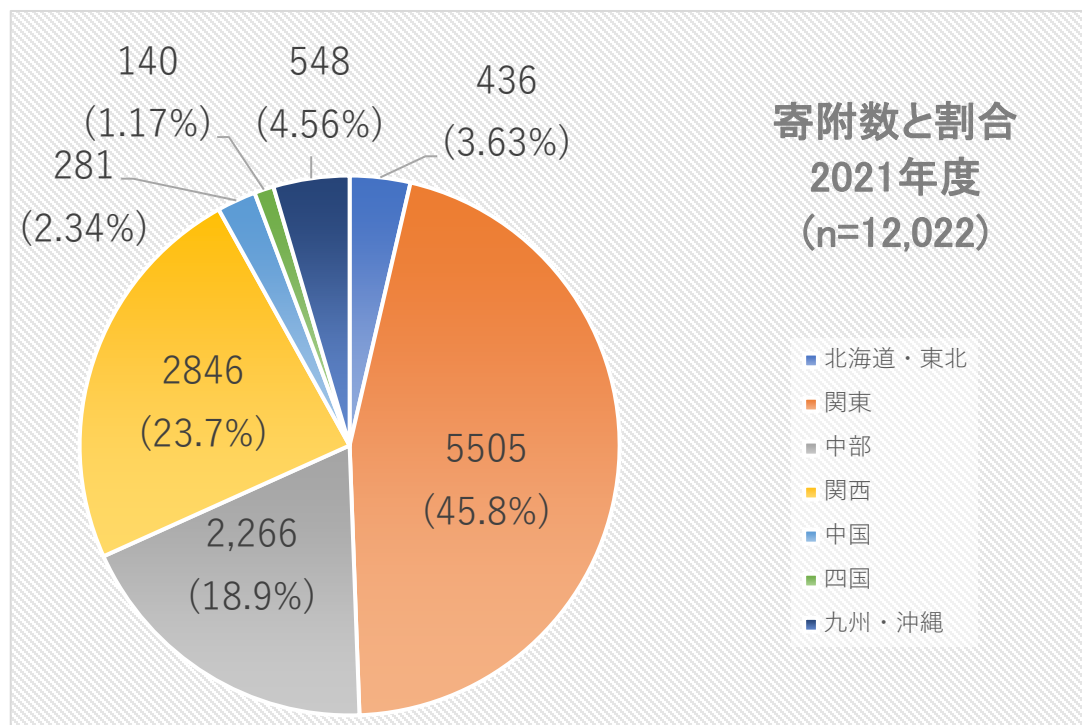
気づき・知
見

2.5 ふるさと納税データの分析

＜2021年度＞

全体寄附件数・・・12,022件

総寄附額・・・約7億5千万



2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

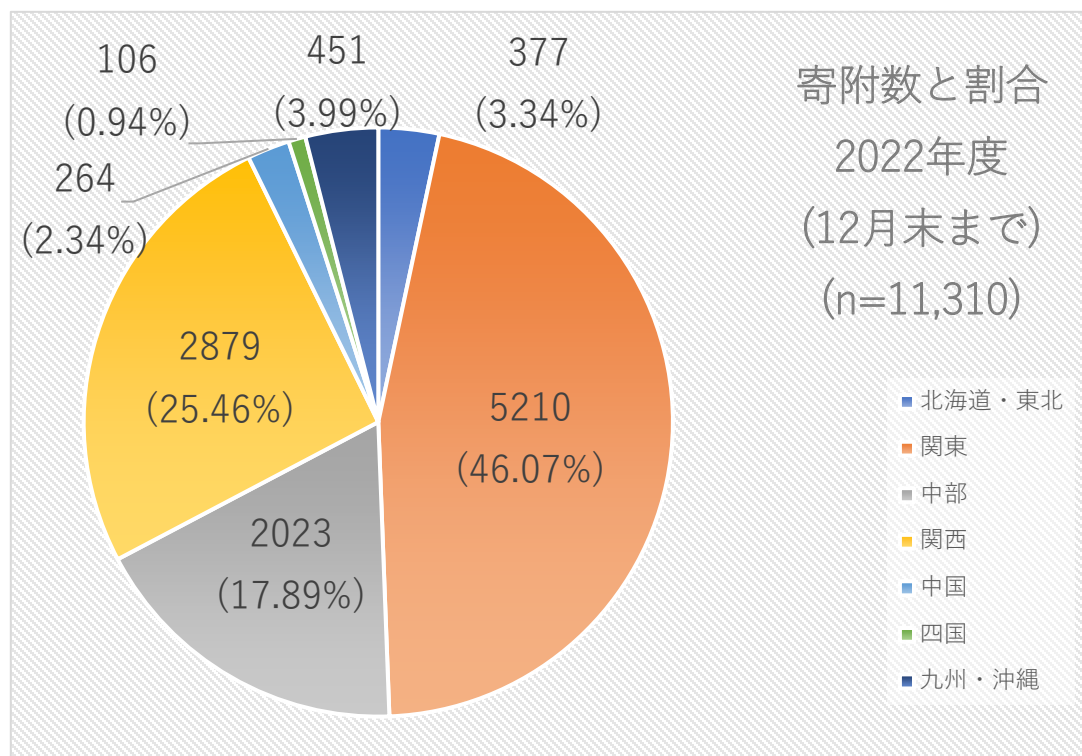
気づき・知
見

2.5 ふるさと納税データの分析

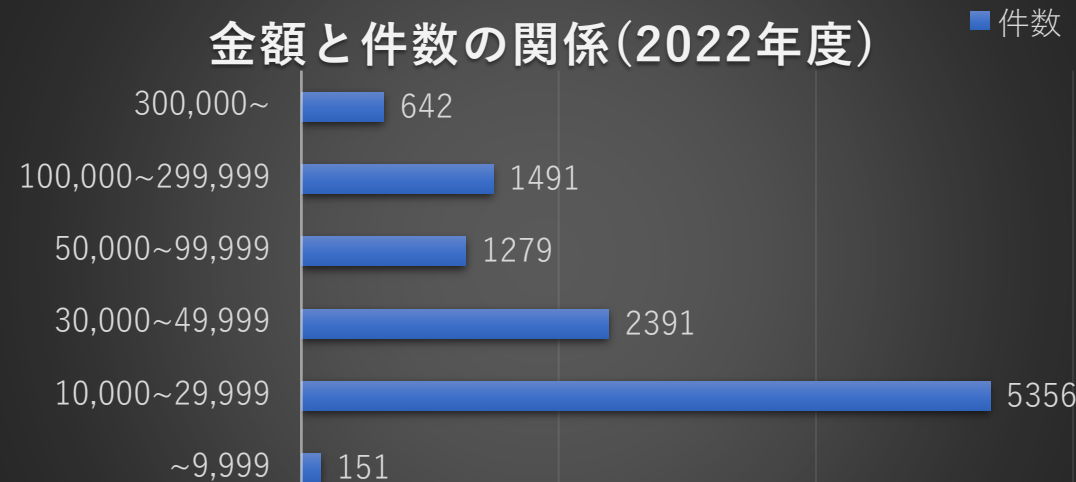
＜2022年度(データは12月末まで)＞

全体寄附件数・・・11,310件

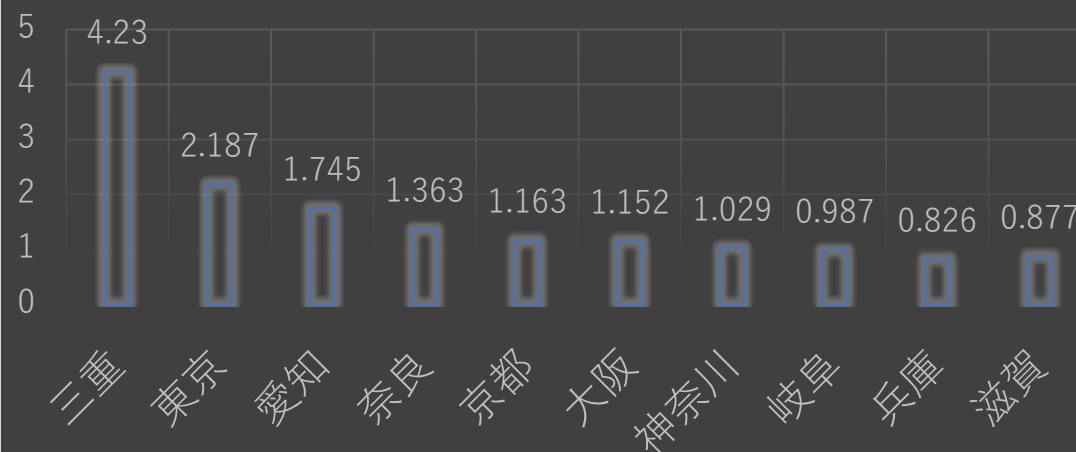
総寄附額・・・約8億2000万



金額と件数の関係(2022年度)



人口に対する寄附件数の割合



2.活動報告

はじめに

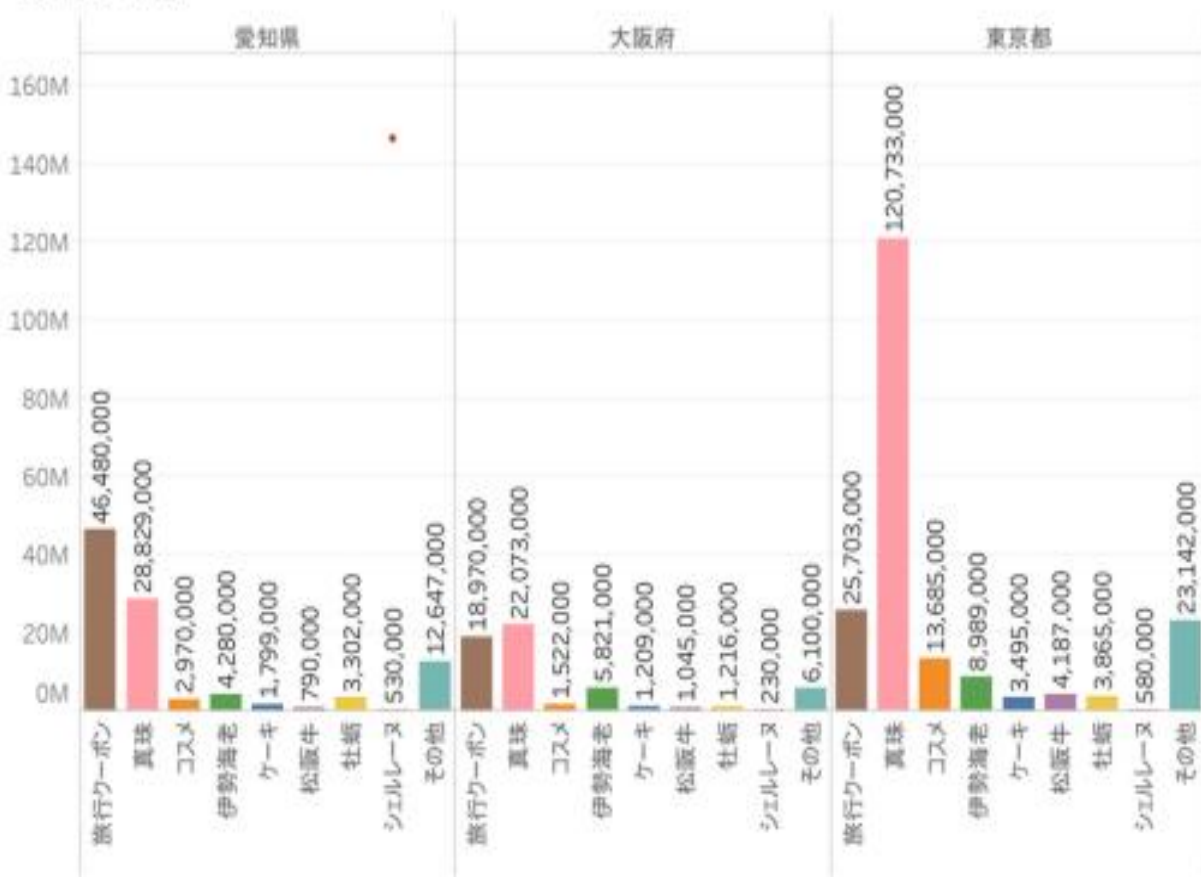
活動報告

学生による
提案

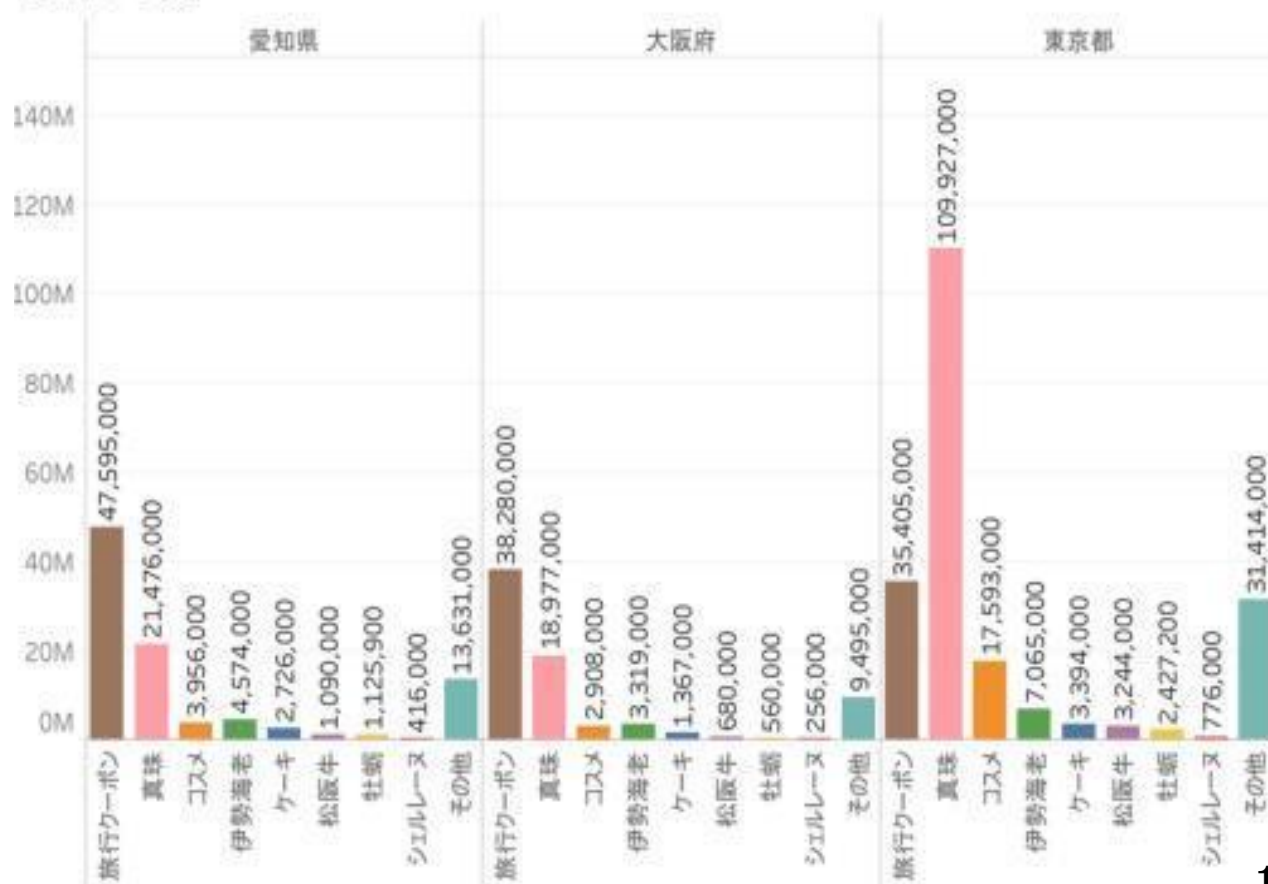
気づき・知
見

2.5 ふるさと納税データの分析

令和3年度



令和4年度



2.活動報告

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知
見

2.5 ふるさと納税データの分析 〈分析の結果〉

- ・ 寄附件数は東京・愛知・大阪・神奈川・三重で6割を超えている。
(東京だけで全体の1/4)
- ・ また、地方の都道府県での寄附件数はかなり少ない。

- ・ 一方、寄附件数を人口で割ったものについては、都市部に加えて、
近鉄沿線＋近隣の都道府県の数字が高いことが判明した。

- ・ 金額ベースで見ると、人気の返礼品は真珠や観光周遊券などのクー
ポンに加え、伊勢海老などの海産物やコスメ。
- ・ 一方、件数ベースでも、人気の返礼品は真珠やクーポンに。

都市部(特に東京)の
重要性

周辺地域の人への
アプローチ

新たな軸のアピールの
必要性

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

鳥羽市のふるさと納税について、そして現地調査などで感じた鳥羽市の改善すべきところについて提案させていただく。

① 海鮮のサブスク

都市部

鳥羽市の返礼品・・・漁獲量の安定性の観点から、あまり鮮魚は返礼品に加えられていない

→ 一年間での寄附件数に上限を設けることで、継続的に返礼品として鮮魚を供給する

- ・サブスクのペースは2or3ヶ月に一回、期間は半年または一年
- ・ターゲット・・・ファミリー層

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

② 鳥羽水族館（現段階・・・年間パスポートのみ）

SNSで話題の鳥羽水族館

⇒1日チケットの方もふるさと納税の返礼品として加えるべき

右図のように、大人/子供/幼児の人数を寄附者側で選択できるようにし、それに応じた寄附額を算出できるように

ターゲット・・・全年齢層(主にファミリー層)

周辺地域

新たな軸

大人(18歳以上)

—

2

+

子供(0～17歳)

—

0

+

参考：https://tour.l-tike.com/hotels/domestic/?utm_source=l-tike_top&utm_medium=referral&utm_campaign=l-tike_referrar

従来

SNSで鳥羽水を見た！



鳥羽水族館へ！

今後

SNSで鳥羽水を見た！



ふるさと納税を利用して
チケットを購入！



鳥羽水族館へ！

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

② 鳥羽水族館（現段階・・・年間パスポートのみ）

課題・・・どのように鳥羽水族館をSNSで見た人を寄附者にするのか？

解決策① 従来では体験できない体験を返礼品に加える

＜例＞ 水族館のバックヤード体験の復活

→1日1グループ限定で行うことができれば話題性も良さそう

(小さめの)水槽清掃体験

→労働というよりも経験をメインに

解決策② 鳥羽水族館オリジナルグッズの交換券がついた返礼品

→グッズの値段の上限だけ設け、寄附者に好きなものを選んでもらう

解決策③ 鳥羽水族館のチケット購入サイトでふるさと納税サイトからの購入を勧める

→実現可能性低い？

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③電子クーポンの利便性向上

＜現状整理＞

メリット・・・アプリで簡単に寄附＋利用が可能

デメリット・・・会員登録が必要（心理的ハードル）

新たな軸

＜目標＞その場で納税しやすい仕組み

そこで...

①現地に来た人への直接アプローチ

- ・ホテルなど宿泊施設でのアプリやデジタル納税の周知強化
- 旅先で納税できることを周知
- ＋手間のかかる会員登録を宿泊時に

②訪問を検討する人たちへのアプローチ

- ・観光協会等のHPに電子納税についての記載をより明示して掲載。
- 電子決済＋旅行支援慣れした人たちを呼び込むための周知

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

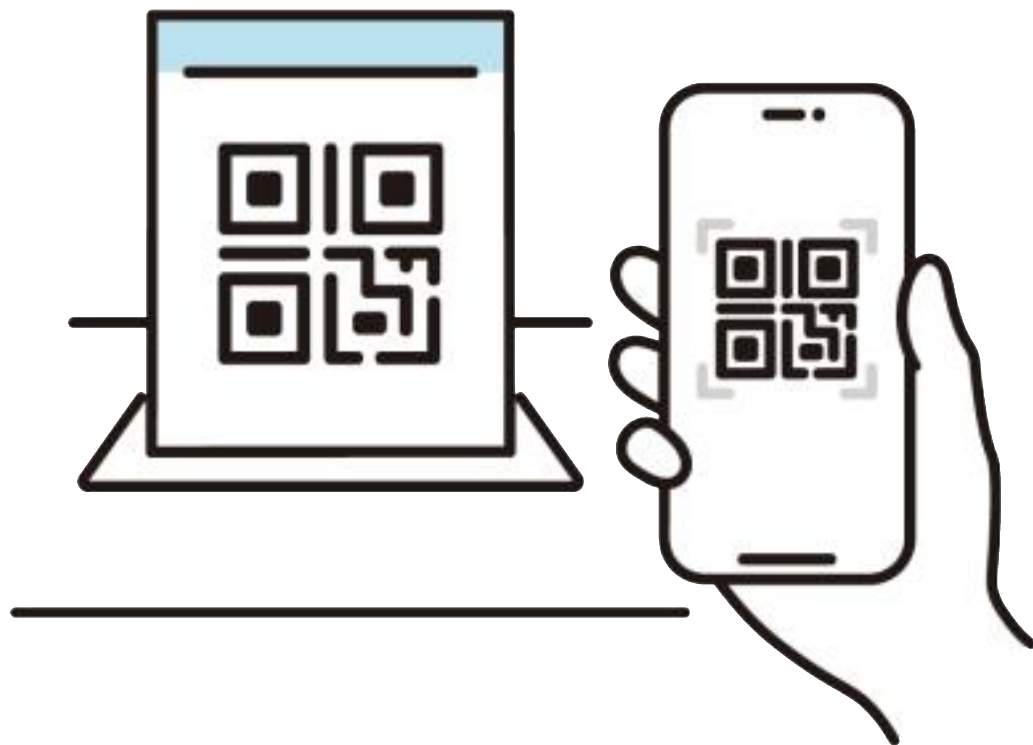
気づき・
知見

③電子クーポンの利便性向上(利用時)

店頭でQRコードの読み取りポップを掲示

①納税者が使いやすい

②訪問者にサービスを周知できる



＜参考事例＞石川県の観光クーポン



ホテルなどで
紙のクーポンを配布
→QRコードを読み取り、
サイトに移行
→電子クーポンを獲得、
使用時もスマートフォンで
提示

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③電子クーポンの利便性向上(HP)

ここに所定のサイトからの申し込み欄を
付加、現地での寄付可能も記載

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③ (cf)瀬戸内市のe街ギフト

その場やホテルなどでQRコードを読み取り、電子ギフトを手に入れる

寄付者はギフトを使い利用できる。

●「旅先納税」から「e街ギフト」発行・利用までのフロー



・ホテルや旅館などその場で「旅先納税（ふるさと納税）」をお申し込みいただくと、その場で返礼品「瀬戸内市e街ギフト」が届き、すぐにご利用いただけます。

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③電子クーポンの利便性向上(Paypay電子商品券)

- ・ふるさとチョイスに加えて、さとふるからも納税が可能に。(※2022年12月現在)

PayPay商品券の使い方

さとふる^{*1}で寄付をする



PayPayアプリで
PayPay商品券を受け取る^{*2}



寄付した自治体の対象施設・
店舗でPayPay商品券を使う



店頭に置くPop例



3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③現地での電子納税

・チョイスPay…事前のアプリダウンロードが必要

Paypay商品券をそのままPaypayとして利用できる→鳥羽でしか使用できないので、地域還元になる！

	チョイスPay	Paypay
施設数	45施設	97施設
利用媒体	ふるさとチョイスのアプリ(チョイスPay)の事前ダウンロード	さとふるで納税をして、Paypayアプリで商品券を受け取る。

電子商品券によって、Paypayとの提携ができるように
→電子商品券にさらなる可能性。

対象施設が多い
+慣れているため、利用しやすい
→納税へのハードルが下がる？

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③現地でのふるさと納税

観光客数と納税額平均

観光客数	コロナ前	427万人(H29-R1平均)
	コロナ禍	289万人(R2-R3平均)
推定消費額	コロナ前	710億円(H29-R1平均)
	コロナ禍	435億円(R2-R3平均)
1人当たり消費額	コロナ前	10,000円程度(概算)
	コロナ禍	15,000円程度(概算)

攻めのシナリオ

(前提)コロナ前と後の平均を取って検討

(観光客数) 350万

(一人当たり消費額) 12,500円

<仮定> 0.3%の人が平均7,000
円寄付(2,100円相当利用)

→ 8,100万円の寄付増加

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③現地でのふるさと納税

観光客数と納税額平均

観光客数	コロナ前	427万人(H29-R1平均)
	コロナ禍	289万人(R2-R3平均)
推定消費額	コロナ前	710億円(H29-R1平均)
	コロナ禍	435億円(R2-R3平均)
1人当たり消費額	コロナ前	10,000円程度(概算)
	コロナ禍	15,000円程度(概算)

守りのシナリオ

(前提)コロナ前と後の平均を取って検討

(観光客数) 350万

(一人当たり消費額) 12,500円

<仮定>0.1%の人が平均5,500円寄付(1,500円相当利用)

→1,900万円程度の寄付増加

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③電子納税の懸念点

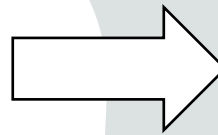
納税時のトラブル・懸念点の発生



操作方法が分からない



納税方法に不安がある



FAQの整備

想定される質問と回答集の作成

- ・納税方法について
- ・納税限度額について
- ・ワンストップ納税など申請上の疑問点についての記載

利用者だけでなくお店の方も困らない
FAQの整備

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

③現地でのふるさと納税 学生目線からの課題と解決策考案

なぜ現地での納税に着目するか

- ⊕ **旅行者**が納税できる
→ 今まで見落とされてきた層にもアプローチできる
- ⊕ **電子決済**に慣れた人々には**抵抗感がない**(電子納税の場合)
- ⊕ 商品券を出す手間などがない
- ⊕ **旅行支援の普及**でクーポンに慣れている人が**多い**
- ⊖ 納税額自体は低い
- ⊖ 納税手続きが手間

どういう場面で使いたいと思うか

- ・財布を出すのが面倒な時
- ・登録が簡単にできる時
- ・還元がある時etc...
- 「**〇%還ってくる!**」という表現がある時のお得感!
- ・〇〇payが使えるお店を選ぶ

使いたいと思わせるには

- ・手間がかからないこと
→ お店など外出時、その場では手続きはやらない可能性
→ ホテルなど宿泊施設での滞在時なら
- ・周知する場所
→ 最も良いのは**移動手段**で知ること(電車の車内や車など)
- ・検索で上位に出てくる**観光協会サイト**内で、すぐに納税できることが知られると良い
(5分で手続きができるなど)

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

④空き家の活用

昨年度の鳥羽市のFSで行われた課題・・・離島の空き家問題

→提案内容の一部であった、「漁業体験ツアー」と「マリンアクティビティ付ペンション」に
注目

都市部

No.1 漁業体験ツアー



- 概要 漁船に乗って漁獲/流通を体験する
- 背景 漁師さんの高齢化、後継ぎ不足
- ねらい 島の恵みと産業を知ってもらうこと、新規就業者を獲得すること

具体的な提案内容

- ターゲット 観光客（特にファミリー）、新規就業者を考えている人
- 実施内容 漁獲の様子や競りを見学、獲れた魚を使ったBBQなど
- 実施時期 漁師の仕事が忙しくない時期
- 実施主体 漁師さん個人/漁協や行政のサポート等
- 実施手段 朝早い出発であれば、島に宿泊することになるので、空き家を宿泊場所として使用する

- ※検討事項 安全性の問題。生活の邪魔にならないか
- ※備考 旅行サイトでツアーとして販売する方法も
- ※参考事例 https://www.jalan.net/kankou/ent_moru000000215977/
→漁業体験ツアーの例。知り合いがやっています
<https://otetsulabi.com/>
→体験ではなく本格的なアルバイトなどであればこのサービスがあります



おてつたHHPより

No.2 マリンアクティビティ付きペンション



- 概要 空き家をマリンアクティビティが行えるペンションとして活用
- 背景 利用されていない空き家が放置されている
- ねらい 離島という立地を生かし、アウトドア好きの観光客を呼び込む

具体的な提案内容

- ターゲット アウトドア好きの若者等
- 実施内容 空き家を一軒ごと貸出し、アウトドア関連のオプションをつける
- 実施時期 通年
- 実施主体 未来を考える会、空き家所有者
- 実施手段 空き家をペンションとして改築

- ※検討事項 青島の独自色をどうするか
島の環境保全
どのような規模で行うか
管理はどうするか
- ※備考 宿泊プラン、さまざまな追加オプションを用意して観光会社などに売り込む
主なアウトドア：釣り、バーベキュー、カヤック、サイクリングなど
- ※参考事例 瀬戸内百島「Ciela」
<https://setouchikunagatsunomatsuri.jp/ciela/>
三重県志摩市「SHIMA BOAT HOUSE/志摩ボートハウス」
<https://www.shimaboathouse.jp/facility/>



「Ciela」より

観光客

観光客

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

④空き家の活用 (i) 漁業体験ツアー

<概要>

- ・体験がメイン
- ・関係人口の創出もできれば
- ・空き家は調理場所・宿泊場所に

<ターゲット>

- ・ファミリー/社会人グループ
(・漁師への道を考えている人)

<課題>

- ・漁師さんが今に加えて+αで
この体験を提供する余裕があるのか
- ・空き家の維持など、多くのサポートが必要になるが、どこ/誰が引き受けるのか

参考： [山口県周防大島町 体験漁業](#) (返礼額：100,000円)

No.1 漁業体験ツアー

- 概要 漁船に乗って漁獲/流通を体験する
- 背景 漁師さんの高齢化、後継ぎ不足
- ねらい 島の恵みと産業を知ってもらうこと、新規就業者を獲得すること

具体的な提案内容

ターゲット	観光客（特にファミリー）、新規就業者を考えている人
実施内容	漁獲の様子や調理を見学、獲れた魚を使ったBBQなど
実施時期	漁師の仕事が忙しくない時期
実施主体	漁師さん個人/漁協や行政のサポート等
実施手段	朝早い出発であれば、島に宿泊することになるので、空き家を宿泊場所として使用する

- ※検討事項 安全性の問題、生活の邪魔にならないか
- ※備考 旅行サイトでツアーとして販売する方法も
- ※参考事例 https://www.jalan.net/hokkaido/spt_guide/000000215973/
一漁業体験ツアーの例。知り合いがやっています
<https://otetoulab.com/>
一体験ではなく本格的なアルバイトなどであればこのサービスがあります



おてつたのHPより

観光客

地域住民

観光客・地域住民

観光客

3.学生による提案

はじめに

活動報告

学生による提案

気づき・
知見

④空き家の活用

(ii) マリンアクティビティ付ペンション

<概要>

- ・空き家を宿泊施設に
- ・宿泊を基本プランにし、追加オプションとしてSUPや釣り、海岸でのバーベキューなどを加える
- ・(一人一泊〇円*日数*人数)+(アクティビティ費用)

<ターゲット>

- ・若者グループ/ファミリー層

<課題>

- ・寄附者の民度の高さが大事になる
- ・漁業体験ツアーと同様、どこ/誰が引き受けるのか(未来を考える会？海島遊民くらぶ？)

No.2 マリンアクティビティ付きペンション



- 概要 空き家をマリンアクティビティが行えるペンションとして活用
- 背景 利用されていない空き家が放置されている
- ねらい 離島という立地を生かし、アウトドア好きの観光客を呼び込む

具体的な提案内容

ターゲット	アウトドア好きの若者等
実施内容	空き家を一軒ごと貸出し、アウトドア関連のオプションをつける
実施時期	通年
実施主体	未来を考える会、空き家所有者
実施手段	空き家をペンションとして改築

- ※検討事項 菅島の独自色をどう活かすか
島の環境保全
どのような規模で行うか
管理はどうするか
- ※備考 宿泊プラン、さまざまな追加オプションを用意して観光会社などに売り込む
主なアウトドア：釣り、バーベキュー、カヤック、サイクリングなど
- ※参考事例 瀬戸内百島「Ciela」
<https://artouchikahuregaresorts.jp/ciela/>
三重県志摩市「SHIMA BOAT HOUSE/志摩ボートハウス」
<https://www.shimaboathouse.jp/facility/>



「Ciela」より

観光客

空き家活用

海島遊民

未来

4.気づき・知見

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知見

- ① 今ある鳥羽の強みを、どの方面にどのようにしてアピールしていくか
- ② 似たような特徴や魅力を持つ地域との差別化が難しい
- ③ ふるさと納税の新商品開発と言っても、机上の思い付きではうまくいかない
- ④ ふるさと納税特有の問題や企業の規模感による格差の存在
- ⑤ 一年間でできることは限られているため、継続的な努力が必要だ

4.気づき・知見

はじめに

活動報告

学生による
提案

気づき・知見

ご静聴ありがとうございました。

37人の集落が挑む 日本酒プロジェクト

2022FS三重県南伊勢町チーム
武藤彰宏、服部美里、高橋栞

発表次第

- 地域の概要
- 日本酒プロジェクトの概要
- 活動概要と成果
- 道行竈のロードマップ
- 販売戦略に関する提案
- 広報戦略に関する提案

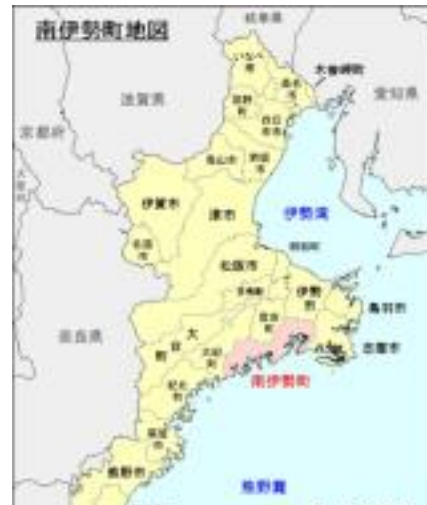
地域の概要

南伊勢町

- ・ 紀伊半島東南部に位置する
- ・ 町域の約6割が伊勢志摩国立公園に指定される自然豊かな環境
- ・ 産業の中心は漁業だが、農業では柑橘類の栽培が盛ん
- ・ 急峻な地形で東西に長い

道行竈

- ・ 竈方集落のうちの一つ
- ・ 竈方集落は約800年前に平家の子孫が移り住み切り開いたとされる7つの集落(以前は8つだったが、1つは津波により消滅)
- ・ 人口は37人(24世帯)、子供はゼロ



日本酒プロジェクトの概要

- 2018 南伊勢町、皇学館大学の包括連携協定の一環で日本酒プロジェクト始動
- 2019 35aの田んぼを復田
酒米「神の穂」の栽培開始
東大FS①
- 2020 **NPO法人「チーム道行竈」** 設立
純米大吟醸「道行竈」完成
コシヒカリ栽培開始
45aの田んぼを復田
東大FS②
- 2021 純米吟醸「道行竈」完成
45aの田んぼを復田
オンラインショップ開設
お酒が南伊勢ブランドに認定
- 2022 東大FS③←今ココ！



活動概要と成果

7回のオンラインヒアリング（2022年6月～2023年1月）

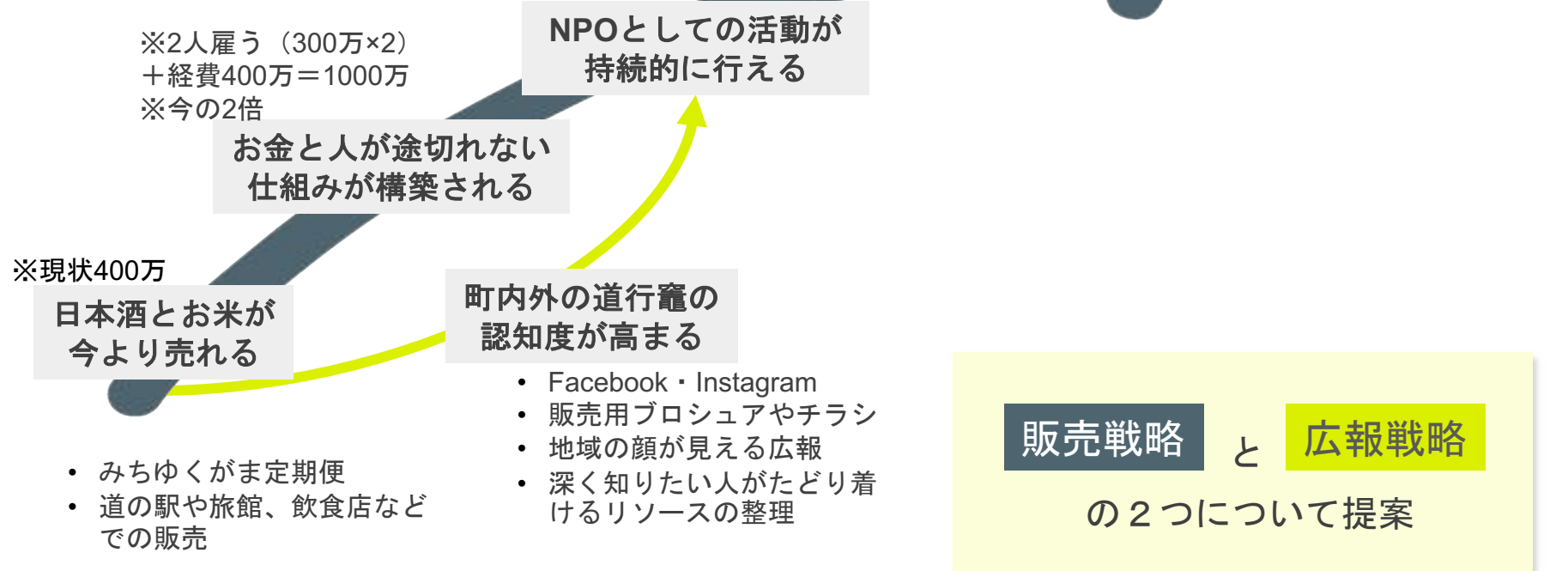
- 道行竈の歴史やプロジェクトの経緯への理解を深める
- 問題意識（持続可能性）の共有

現地活動（2022年12月17-18日）

- プロジェクトの耕作地や集落を巡検
- 地域資源・歴史の探索
- 報告内容を共有
- 地域の実情に合わせたフィードバック



R4年度の活動から見えてきた 南伊勢町 道行竈のロードマップ



販売戦略に関する提案

地元・県内消費者に向けて

宿泊施設・スーパー等への卸売×広報

- ・旅館／地元スーパー
- ・お寿司屋さん

+

- ・道の駅／土産物店
- ・観光施設

伊勢の訪問客は複数の場所
(志摩・鳥羽) を移動
集落のストーリーを広げる



新商品の開発

- ・神の穂×魚介類のマリアージュを
楽しむ酒米ペアリア
商品付加価値UP
- ・清酒「道行竈」お土産用2合瓶
小口販売で単価UP
気軽に楽しめる



販売戦略に関する提案

不特定多数の消費者に向けて
定期販売「みちゆくがま特急便」

- ・コシヒカリ & 日本酒をセット販売

例えば...

- ・ 9月の新米・12月の新酒を1週間
先行で味わえるプレミアムセット
(初秋にオンラインショップ &
ふるさと納税サイト限定販売)



ヒアリング結果...

コシヒカリの好調な事前予約
日本酒の事前予約を伸ばしたい
ストーリーを届けたい

広報戦略に関する提案

道行竈と関わりがある人 遊漁船の利用者への宣伝

- ・ 駐車場にてチラシを配布
- ・ 道行竈内に看板を設置

(現在の販売所の看板)



イメージ (今年度の新酒販売チラシ)

純米吟醸 道行竈

2022年12月23日(金)発売!
令和4年度・新酒

道行竈の日本酒プロジェクトも4年目を迎えました。道行竈の歴史を継承して酒の味・香りを高め、伊賀市の酒文化を継承しています。伊賀市と伊賀酒との関係もより、ふるさとを愛する人たちの酒文化を継承しています。伊賀市と伊賀酒との関係もより、ふるさとを愛する人たちの酒文化を継承しています。

「純米吟醸 道行竈」
720ml 1,980円(税別)
1800ml 3,960円(税別)

※3年連続日本酒大賞の最優秀賞も受賞
※令和4年度日本酒大賞の最優秀賞も受賞
※令和4年度日本酒大賞の最優秀賞も受賞

【チーム道行竈 販売所】
営業時間 9:00~17:00
定休日 / 水曜
伊賀市道行竈町17
TEL:050-2655-3865
※お電話予約・来店予約にお願いいたします。

特定非営利活動法人 チーム道行竈

チーム道行竈販売所から伊賀市への発送も対応可能になりました。お求めに合わせさせていただきます。

純米吟醸 道行竈 (18年度産) 新酒

容量: 720ml	1,980円
容量: 720ml・箱付	2,200円
容量: 1800ml (一升瓶)	3,960円
容量: 1200ml × 2本 箱・箱付	4,200円

※販売所にてお求めください。

【純米吟醸 道行竈 注文書】

品名	数量	単価	小計	合計
純米吟醸 道行竈 720ml	1	1,980円		
純米吟醸 道行竈 720ml・箱付	1	2,200円		
純米吟醸 道行竈 1800ml	1	3,960円		
純米吟醸 道行竈 1200ml × 2本	1	4,200円		
合計金額				

※お電話予約・来店予約にお願いいたします。

伊賀市道行竈町17
TEL:050-2655-3865

広報戦略に関する提案

道行竈を初めて知る人

SNS(Facebook・Instagram)

- ・イベントや新酒の効果的な宣伝
ex)ピン留め、表紙画像

(参考：<https://www.instagram.com/ouftiwaffle/>)



HP

- ・美味しさにフォーカス
ex)土地、気候、人

(参考：<http://housui-winery.co.jp/concept.html>)



2022年度FS最終報告会

滋賀県長浜市田根地区

文学部言語学専修4年 延西英

文学部社会学専修4年 西村宗一郎

工学部建築学科4年 小林友喜

法学部法学総合コース2年 新聞巧巳

工学部都市工学科2年 安藤莉央



滋賀県長浜市田根地区について

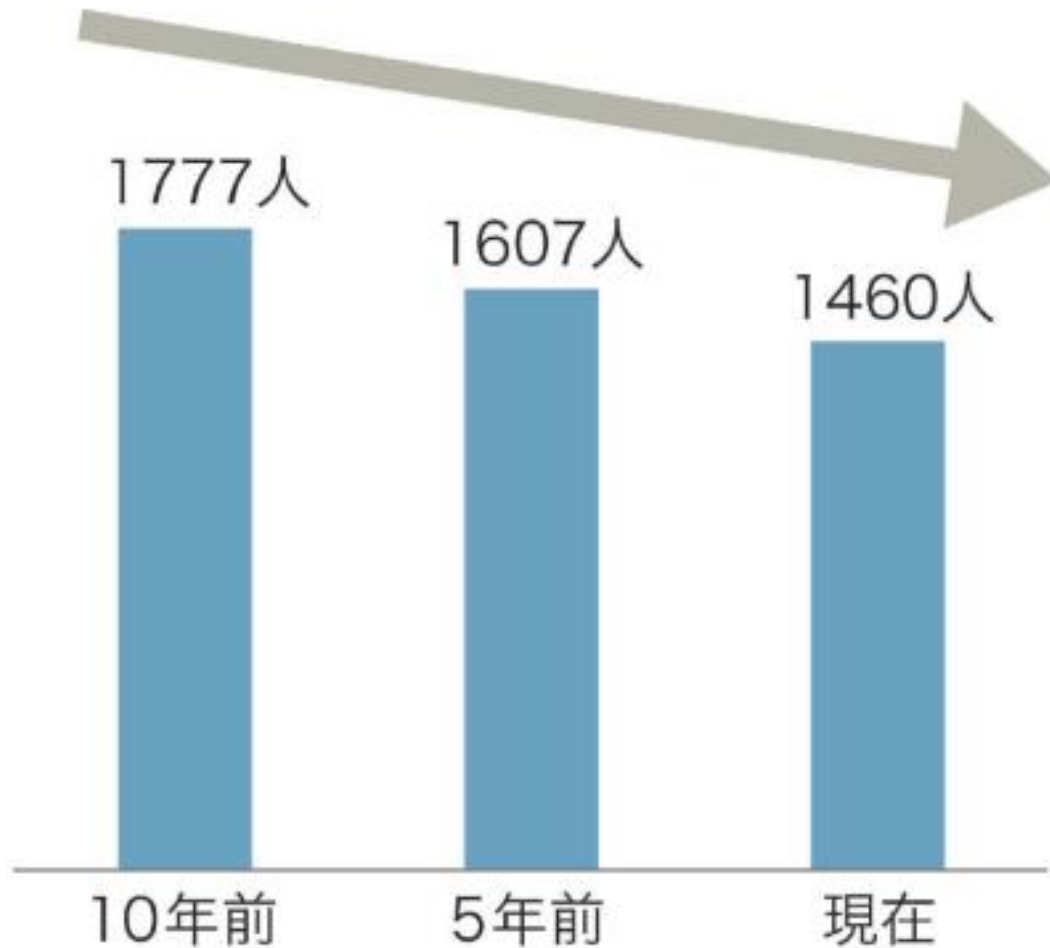


長浜市	田根地区
世帯数 47,320世帯	世帯数 558世帯
人口 115,009人	人口 1406人
高齢化率 28.90%	高齢化率 41.25%
児童数 834人	児童数 55人

高い高齢化率と少子化が課題

現状の分析

人口減少と廃校の危機



人口減少と高齢化



田根小学校の生徒数の減少と複式学級化



田根小学校が廃校の危機

今年度のミッション



小学校を活用した サテライトキャンパスによる 魅力ある地域づくり

小学校の魅力を向上させ、
子どもの流出を抑え、流入を促すことで
過疎化・少子化対策として期待

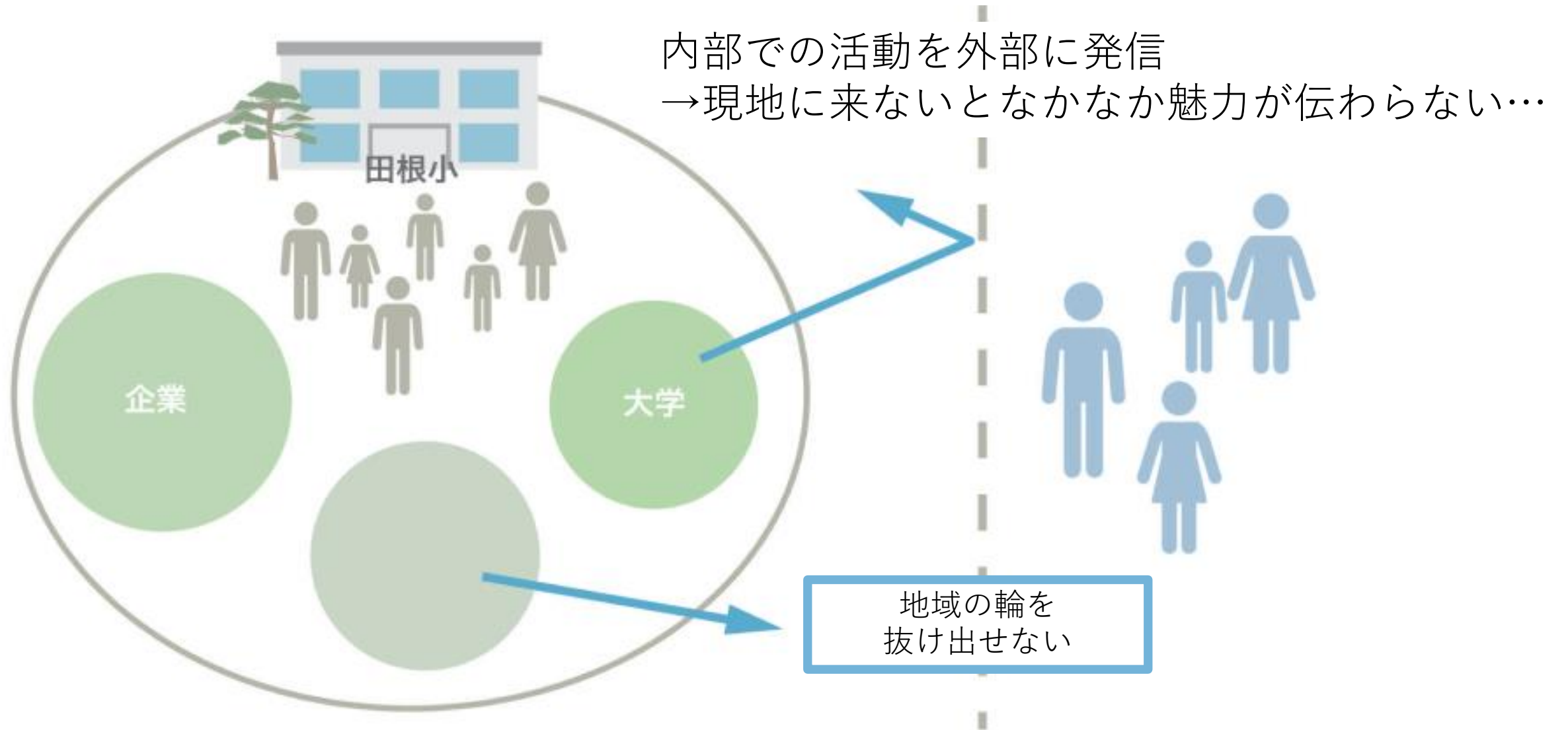
田根地区ではこれまでも複数の大学が活動を行なってきた

慶應大、MIT、滋賀大、専修大…などなど、
大学との関わりが多いのは田根の特徴の一つでもある



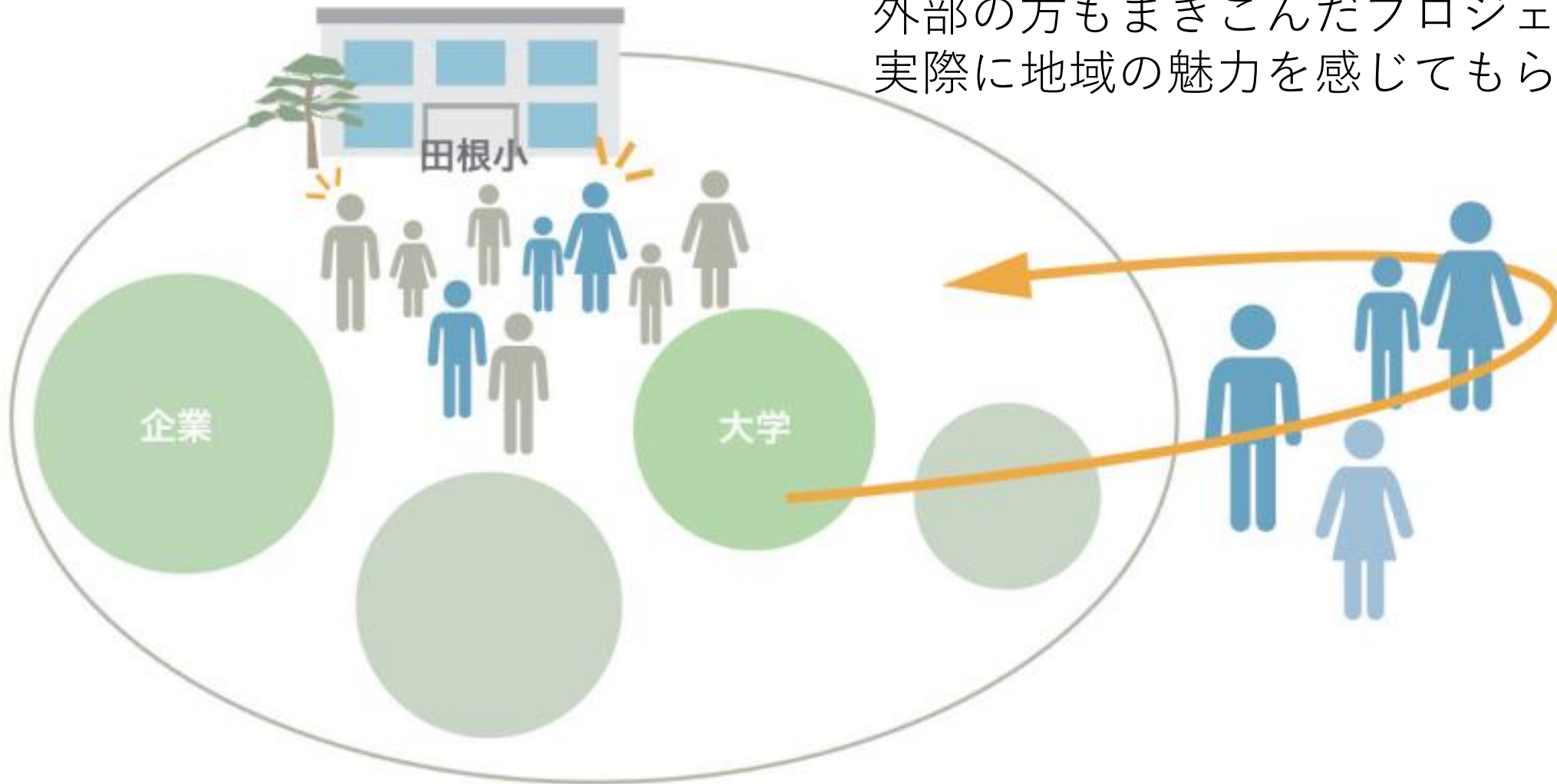
「流入を促す」までに至れていないのはなぜか？

課題の分析



課題を踏まえた提案

外部の方もまきこんだプロジェクトを行い、
実際に地域の魅力を感じてもらいたい！



具体的な提案 ①宿泊体験

「子供の流入を促す」という本年度のミッションから、
ターゲットを「小さい子供がいる家庭」に設定

空き家を利用して泊まりに来てもらうことで
田根を体験してもらう



親子を対象にした宿泊体験の計画

タイムスケジュール

6月	計画概要の検討
7月	現地調査の検討
8月	現地調査・計画検討
9月	計画決定+広告宣伝
10月	実施

プロジェクトを実施するにあたり、全体の大まかな計画を立てる

具体的なプラン策定のための現地調査を計画する。

現地活動で集めた情報をもとに、地域体験プログラムの詳細を検討

計画を決定したのち、告知用記事を作成
9月n日に告知を開始

現地で地域体験プログラムの実施

計画概要の検討（6月）

メンバー間や地域の方とオンラインミーティングを複数回行い、計画の概要を以下のように整理

▶目的

- ・ 外部の人に、田根での思い出を作り、**田根の人との関わり**を持ってもらいたい
- ・ 「**教育に熱心な田根**」として知ってもらいたい
- ・ 宿泊施設として使うことで**空き家の活用**にもつなげたい

▶具体的な検討

- ・ 対象者→**移住に興味**があり、子供がいる家庭 親子
- ・ 告知方法→**移住応援サイト**(SMOUT、JOIN)
- ・ イベント内容
コンセプトは「**田根をめぐりながら体験学習**」
田根小の子供と移住希望者の家族で田根をめぐりながら体験学習をする。地域を知りたい移住者の希望と田根を知ってほしい私たちの思いを汲みながら、楽しく田根をめぐる。場所と体験を紐づけて体験学習を行っていく。

→どんな体験をすることができるか、現地へ伺って調査する。

現地調査検討・現地調査（7月～8月）

～8/10	地域の方(堀田さん、中嶋さん、寺村さん)とのオンライン会議にて、プロジェクトに活用できそうな場所を紹介してもらい、現地調査のプランを検討	堀田さんや中嶋さん、寺村さんに様々な場所や人につなげて頂いた
8/11	慶應大学の拠点、空き家二軒、街づくりセンター、三輪神社、キテハ食堂などを訪問	キテハでは棟梁の清水さんに詳しくお話を伺った
8/12	西池、池奥町里山などを訪問、慶応大学PJ(藤棚)参加	元まちセンの川西さんにお話を伺いながら案内して頂いた
8/13	Lファーム 木尾、木尾町などを訪問	三上さんに木尾周辺まで含めて案内して頂いた。
8/14～	現地調査を踏まえてプロジェクトを具体的なプランを検討	引き続き、地域自治体の方に協力頂いた。

現地調査検討・現地調査（7月～8月）

現地調査で感じた魅力 考えたこと

- ・ **地域の方のお話が面白く**、場所を案内して頂く中で田根地域の生活や歴史のことなど様々なことを楽しく知ることができた。
- ・ 学生が集まっていて田根には**想像以上に活気**があった。
- ・ 地図や前情報では不便な印象だったが、スーパーが近いなど、**意外と利便性が高い**と感じた。
- ・ 空き家が片付いていて**宿泊施設など**にすぐに使えそうだった
- ・ 子供が多い木尾町には**新しい公園**などが出来ているのが印象的だった



計画決定・宣伝広告（9月）

プロジェクト内容

〈日時〉 2022年10月8日(土)～10日(月/祝)の3日間

〈場所〉 滋賀県長浜市田根地区

〈募集組数〉 2組

〈参加費〉 大人4,000円/人 こども3,000円/人 布団代3,000円/組

スケジュール

【1日目】

- ・昼食@キテハ食堂
- ・田根まちづくりセンターにて地域の方との座談会
- ・田根小学校の見学
- ・ご宿泊いただく空き家にご案内
- ・フリータイム（田根地区周辺の道の駅やスーパーの紹介）
- ・夕食BBQ@まちづくりセンター

【2日目】

- ・自由行動

（琵琶湖や伊吹山や黒壁スクエアや木之本宿などの観光を想定）

【3日目】

- ・ミニトマトの収穫体験@L-ファーム木尾町
- ・クロージング・解散

宣伝広告（▽SMOUTに掲載した記事）



計画決定・宣伝広告（9月）

宣伝・募集の結果

第一弾の記事では「**移住を考えている親子**」を対象としていたが、参加希望者が**あまり集まらず**、対象を「**移住に少しでも興味がある人**」に広げて再告知



SMOUTにて**興味ある人15人**、応募したい人1人、JOINにて**連絡を頂いた方3名**

タイトル	ステータス	興味ある人	応募したい人
 【10/8-10 週末田舎めぐり】豊かな自然の中で秋の思い出づくりをしませんか？ 公開：2022/08/17 終了：2022/10/10	公開終了	15人	1人

そのうち**7名とメールでやり取り**をするも、応募者の都合によるキャンセルやプロジェクトの最終確定の期日の都合などから**最終的な参加へは繋がらなかった**。



米原市地域おこし協力隊の浅井さんにお越し頂き、**二日間に短縮してモデル的に宿泊体験**をして頂くことに決定。

フィードバックを得ることで分析や今後のPJの策定へと繋げる。

実施（10月）

実施内容

- ・ 田根地区まち歩き
- ・ 夕食会(座談会)
- ・ 空き家での宿泊
- ・ 地域の農園での収穫体験
- ・ 昼食会(意見交換会)



実施（10月）

フィードバック

実施内容について

- ・地域のスーパーへ行くなど**暮らしの想像**ができるのは良い
- ・**移住者に会いたい**、暮らしだけではなく仕事の話などもしたい。
地域に暮らしている**自分と同じような年齢、家族構成の人**の話が聞きたい。
- ・地域の人だけではなく、私たちのような**地域に関わる外部の人**がいると心理的なハードルが下がり、参加しやすく話しやすい

田根について

- ・人が沢山関わっていて、大学生などの若者が集まっているのは魅力的
- ・大きい道路から外れていて静かで良い。

課題点や気づき



- ・プロジェクトとしての課題点
- ・田根の現在地
- ・田根の可能性

課題点や気づき

プロジェクトとしての課題点

- ・ **ターゲットの分析と設定の検討が不十分だった。**

小学校の廃校を防ぐという名目はあったものの、親子で田根地区に移住を希望する人という**かなり狭い層に対してのアプローチ**から始めてしまった。子供がいる移住希望者は教育などが充実した場所を選ぶ傾向があることやそもそも数が少ないことを考えると、限られた条件であった今回のプロジェクトではターゲットの設定を慎重に検討するべきであった。

- ・ **全体的に田根地域側の論理で進めてしまった**

「田根地域への移住を促進したい」という**田根地域側の目的をベースに話を進めてしまっていた**。応募者の側に立ち、どのようなプランなら参加しやすいか、楽しめるか、居心地がよいかなどをもっと優先して検討するべきであった。

- ・ **リソースの不足、FSスケジュールの時間不足**

「親子で体験学習」というイベントに対して、我々東大生や田根地区が有効なリソースを十分に持っていなかった。

また、FSの枠組みの関係上スケジュールがタイトで、計画検討が不十分になってしまった。

初回のイベントであり、ゼロから発見し、生み出していくことは難しかったため、**田根に関わる人達にもっと協力を仰ぐ**という**選択肢**もありえた。

課題点や気づき

田根の現在地

- ・ **親子の移住の動機となる要素が少ない**

プロジェクトを計画し田根のことを調査する中で、田根地区には親子で移住する動機となるような要素をあまり発見できなかった。例えば、「教育に力を入れた学校や保育園」「子育て補助金制度」「広い公園」「子育て世代コミュニティの存在」などがいないため、やはり**子育て世代にとって移住先の選択肢には挙がりにくい**のではないかと

- ・ **広告能力の限界**

田根は広告能力の高いSNSやWebサイト等を持っていないため、一般的なサイトでの告知までしかできない。そのため、**広告段階においてその他の地域との差別化を図ることは難しい。**

課題点や気づき

田根の可能性

- ・ **大学生や企業など様々な人が集まっている**

現地調査やフィードバックから、やはり様々な人が集まっていることは魅力的な要素だとわかった。外部の人が関わっていることで**地域に参加しやすい雰囲気**となっているほか、**連携**してより様々なことを行える可能性がある。

- ・ **地域の方のサポートの手厚さと地域とのつながり**

始めは地域のことをほとんど何も知らなかったが、堀田さんや中嶋さん、寺村さんなどに**手厚くサポート**していただき、3~4か月という短い期間の中でプロジェクトの実施まで行うことができた。また、地域の様々な人にすぐに繋げて頂けた。

- ・ **地方で何かをしたい人や若い世代の移住の動機となり得る**

色々な人が集まっていて、地域の方も手厚くサポートしてくれるというウェルカムな環境は、**地方で何かをしたい人や若い世代の移住の動機**となり得る。また、空き家などを好条件で貸し出すなどの住環境の供給があれば、現在関わっている人の中からも移住希望が出る可能性がある。

オンライン座談会

企画当初の想定

【形態】

- ・ 田根地区に関わる人をゲストとしてお招きし、FS生との座談会を通して**田根地区の魅力を発信**する
- ・ SMOUTで興味をもってくれた外部の人が、**地域の人と直接お話しする機会**を設ける

【目的】

- ・ SMOUTで田根地区や田根への移住に興味を持った人と、リアルタイムで直接コミュニケーションをとる場を定期的に設けることで、**移住者のニーズを聞きプロジェクトの内容に繋げる**
- ・ 地域での**対面のプロジェクトへの参加のハードルを下げる**



実際に外部の参加者を集めることは出来ず、
実施形態を変更

オンライン座談会

実施内容

- ・ FS生と、田根を拠点に活動する他大学の学生が参加し、**それぞれの大学の活動内容や田根地区活性化についての案を共有**
- ・ 座談会の内容を記事にまとめてSMOUTで公開



第1回 滋賀大学、慶応大学と実施



第2回 専修大学と実施

オンライン座談会での気づき

- それぞれの大学が田根をフィールドとして面白いことをしているが、
それら**全体のまとまりや方向性がなく、田根に効果がフィードバックされていない**

慶応大は田根小での出前授業や藤棚作り、滋賀大はマップ製作、
専修大はeスポーツを使った町おこしや美大生の移住など

- それぞれのプロジェクトは、地域住民と一定の交流はあるが、
地域住民全体に興味をあまり持ってもらっていない。

慶応大は小学生・高校生との共同制作による交流、滋賀大や専修大は地域住民へのヒアリング調査

- 各々の大学のプロジェクトへの**地域自治体のサポートが手厚い**

まとめ

田根と外部の現状分析

田根の内部の現状分析

田根全体の現状分析

まとめ

田根と外部の現状分析

- ・ **移住先としてほかの地域との差別化が図れていない**

移住者を求めている地域は非常に多いため、地域の差別化が必要になってくる。現在の田根は移住先として選択される動機となる要素が少なく、特に今回のプロジェクトでターゲットとした「子供のいる家族」への訴求力は高くない。一方で、大学や企業など、外部との様々な関わりがあることは差別化できる要素であり、一定のポテンシャルがある。

- ・ **外部へのアピール、宣伝力が十分ではない**

田根では現在、外部との様々な関わりがあるが、その様子は十分に発信されているとは言えない。WebサイトやSNS等で長期的に発信や情報の整理、公開を行うことが、プロジェクト自体の宣伝力の強化にもつながる。

- ・ **移住者を受け入れる体制が不十分**

プロジェクトを進める過程で利用可能な空き家が2件程度しかないことが判明するなど、地域として移住者を受け入れるための調査や検討、準備が不十分な可能性がある。

まとめ

田根の内部の現状分析

- ・ **地域に関わっている人や学生が多く、交流も活発化しつつある**

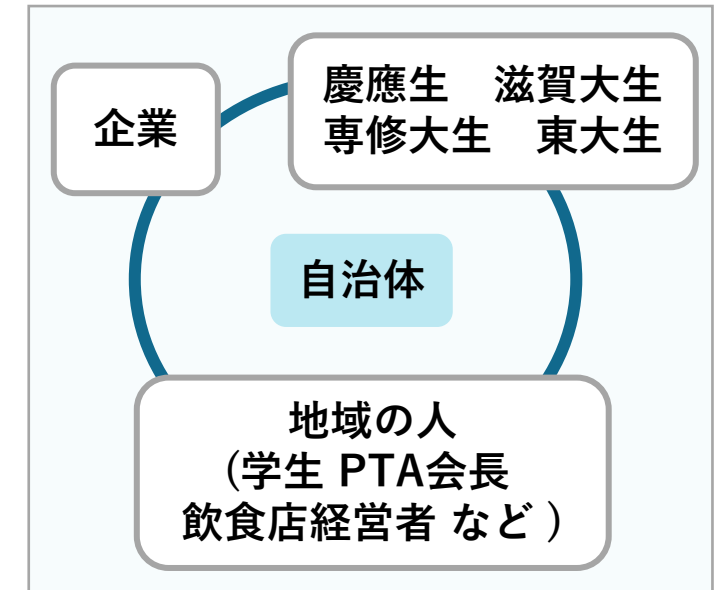
田根には様々な人や学生が関わっている。今年度は堀田さんなどの働きかけもあり、それぞれの**交流が活発化**している。現状はそれぞれが別々の活動をしているが、今後は**互いに連携することで活動の幅を広げることができる**可能性がある

- ・ **地域自治体の方々が新しい試みに積極的で地域に関わる人へのサポートが手厚い**

地域自治体の方々は、外部の人の活動を積極的に受け入れてきており、さらに地域のことに**関して様々なサポートを手厚く行っている**。それらは**地域で活動を行おう**としている人にとって**非常に魅力的**である。

- ・ **地域に関わる人や学生の活動は地域住民自体との関わりが少ないほか、効果が地域へとフィードバックされていない。**

一方で、田根の中で行われているそれぞれの活動は**地域住民自体との交流が少なく**、あまり認識されていない。そのため、効果が地域へとフィードバックされていない。



まとめ

田根全体の現状分析

- ・ **地域のこれからについて、共有されたビジョンの不在**

田根での活動が地域へフィードバックされていなかったり、外部へのアピールや移住者を受け入れる体制が不十分である根本的な要因として、地域のこれからについて**ビジョンが十分に共有されていない**ことがある。各団体側も、地域からビジョンを提示してもらえればそれぞれの**活動と繋げやすくなる**。

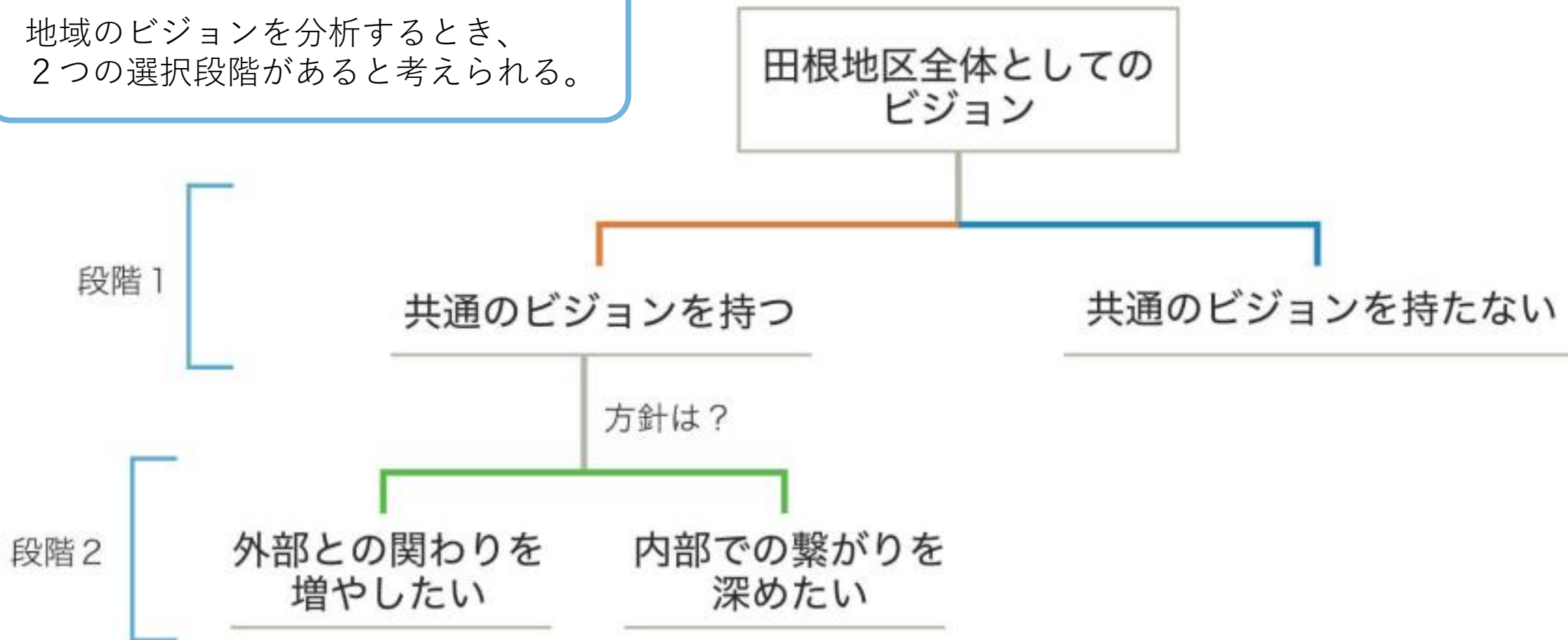
地域のこれからのビジョン



具体的なプロジェクト

活動の結果を踏まえた田根地区全体の分析

地域のビジョンを分析するとき、
2つの選択段階があると考えられる。



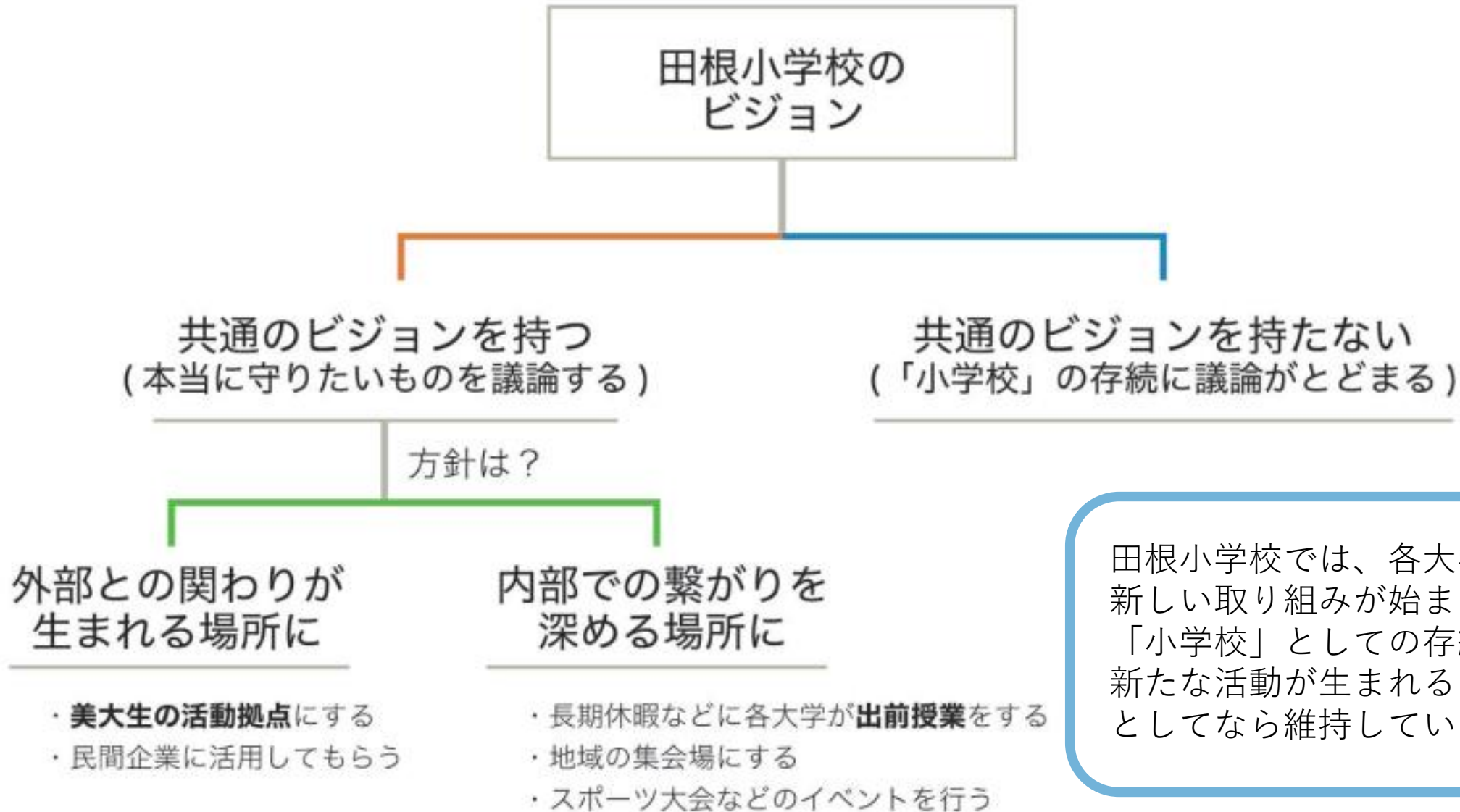
個々の課題の分析



田根地区全体のビジョンに関する構図は、
田根小学校の今後について考える上でも
当てはめられる

児童数が減少する田根小学校に対する
さまざまな思い
→どのような可能性があるのか？

例えば…田根小学校の可能性を分析する



田根小学校では、各大学による新しい取り組みが始まろうとしている。「小学校」としての存続が難しくても、新たな活動が生まれる「**地域のシンボル**」としてなら維持していけるはず！

田根のプロジェクトのこれから



田根小学校での取り組みも含め、
今後、**田根地区全体として**
どのようなビジョンを描けば良いのか？

〈方針1〉 外部との関わりを増やす

地域の方針

外部の人に田根地区の魅力を知ってもらい、人口の流入を促したい

提案

- ・ 宣伝力の強化

情報発信ツールの再検討など

- ・ 受け入れ体制の強化

利用可能な空き家の正確な把握など



しかし、外部からの流入は「縁」のようなもので、策を講じれば確実に期待できるものではない。

田根地区は現在でも、大学や企業などとの複数の関わりを持っている。
SMOUTで興味を示してくださった方もいた。

今ある繋がりを大切にすること、
また、新たに外部とのやりとりが生まれれば、
それを**継続させ、気長に待つ**ことが重要

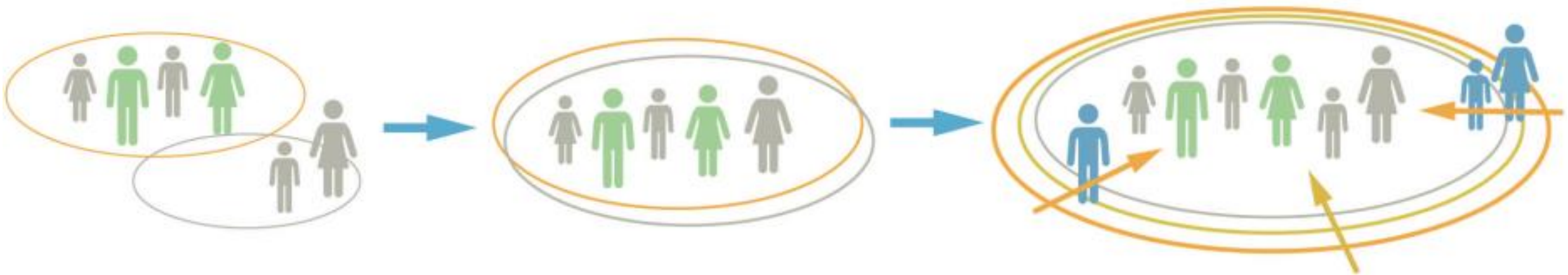
外部とのつながりは内部の魅力の向上から！

やはり、いきなり外部からの人口流入を期待するのは難しい…



地域の方針

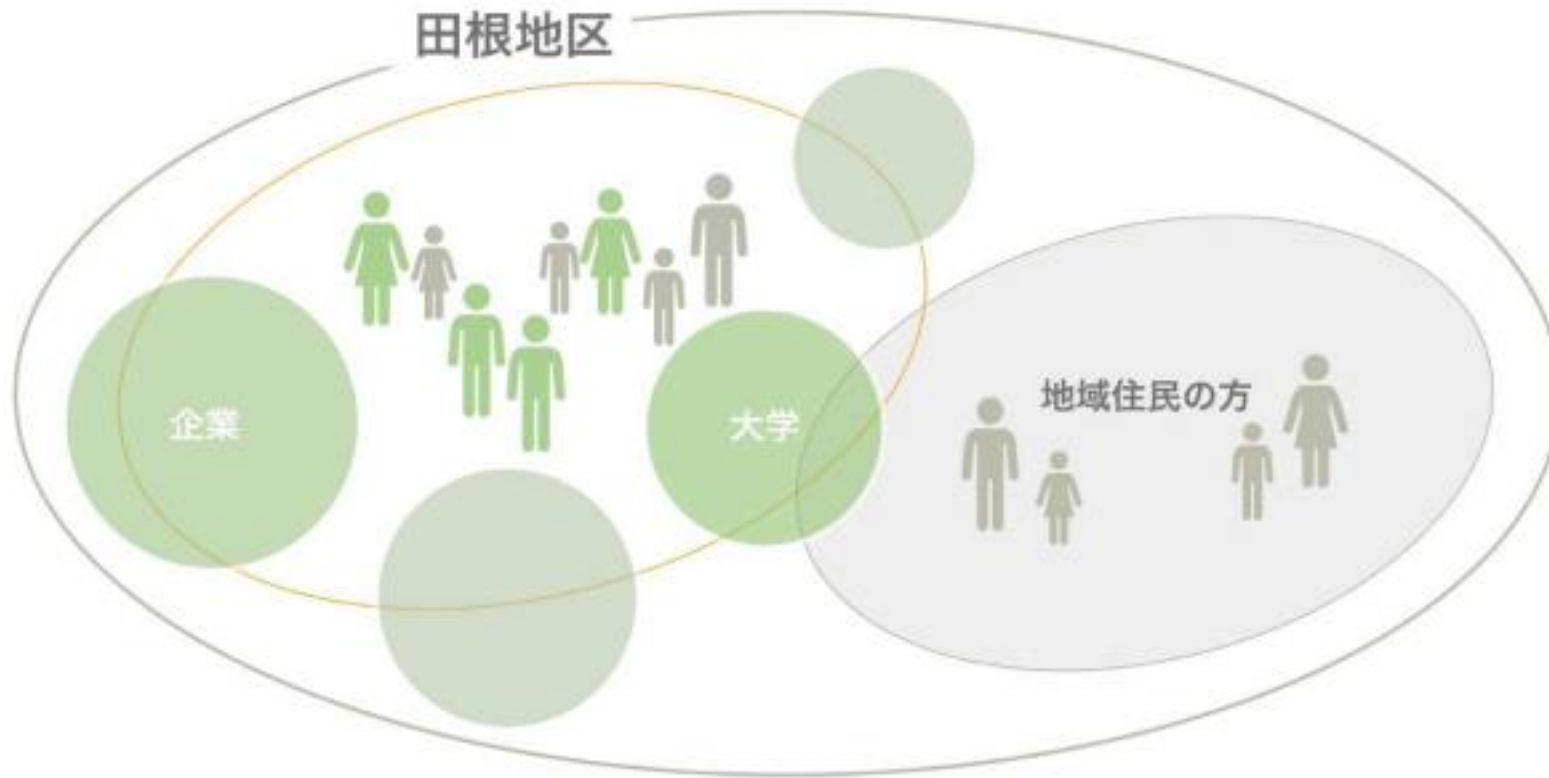
まずは内部での活動の魅力を向上させ、外部の人を受け入れるための地盤を固めてから
段階的に外部への発信力につなげていく



〈方針2〉 内部でのつながりを強化する

現状の分析

田根では外部から来た人たちが活発に活動しているが、**地域との関わりが薄い**。それらの活動は地域にとって可能性であり、地域に対して効果的に活かすべき。そのためには、**地域住民の参加や意見や協力が必要になってくる**。

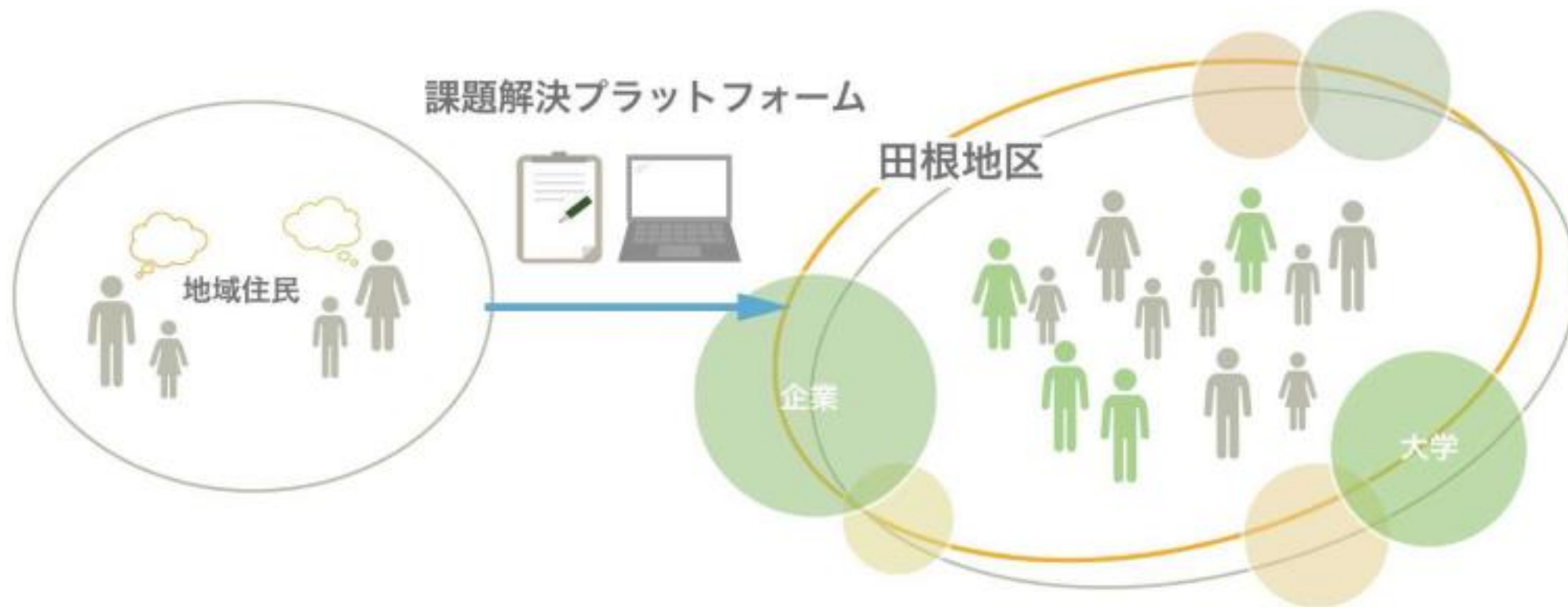


ただ、現状は地域住民の方は問題意識を持っておらず、まちおこしに消極的

〈方針2〉 内部でのつながりを強化する

提案

地域住民が、生活上の問題などを挙げ、それを地域に関わる人や学生が解決する
課題解決プラットフォームを提案。



大学や企業による活動は**地域住民の意見や協力を得ることで、より地域に対して効果的になっていく。**
また、**地域住民自身も、交流を通して田根への参加意識が醸成されていく。**

提案のまとめ



ポテンシャル

田根地区では現在も複数のプロジェクトが進行中
+ 新たな企画も始まろうとしている

外部とのつながり



内部とのかかわり

田根のこれから

それぞれのプロジェクトが、**内部・外部のどちらを意識したものなのかを明確にし、相互の関係を考慮しながら段階的に活動の輪を広げていくことで、内部・外部、どちらの人にも魅力を感じてもらえる地域になるはず！**

FSを通しての学び



地図ではわからない魅力や距離感など、
現地へ行って初めて気が付くことがあった。

地域でのプロジェクトでは、**地域に強い人脈がある人との
つながり**が重要であると感じた。



企画の実施について、興味がある人はいても
参加に至るまではハードルがあることが分かった。

FSの1年という期間ではできることに限りがあり、
継続的に関わることの必要性を感じた。

現地報告会



現地報告会では、この1年間でお世話になった方、共に活動をした大学生の皆さんや地域の住民の方など、たくさんの方にお越しいただきました。

質疑応答の時間には、

- ・体験イベントへの参加への1番のハードルはなんだったと思うか？
- ・田根地区で学生や企業の交流が多いのが、なぜ魅力に繋がるのか？
- ・田舎に移住をしたいと思っている人は、何を求めていると思うか？

など、この1年では考えきれなかった貴重なご質問をいただきました。



本プログラムを進めるにあたり、中嶋さん、三上さん、堀田さん、寺村さん、田根地区の皆様、体験活動推進チームの皆様から多くのご支援、ご指導をして頂いたこと、心より感謝いたします。



ご清聴ありがとうございました



鳥取県境港市

樋渡優理・渡辺啓斗・今泉ひかり
佐藤良祐・山本英昂

活動の流れ

時期	活動内容	詳細	わかったこと、その後へのつながり
-8月	類似施設調査	文化施設についての調査	7月の「みなとテラス」開館で多くの高校生が利用してくれることがわかった！
9月	現地活動①	施設管理者からの聞き取り 高校生へのインタビュー調査	高校生の利用は「勉強」が中心になっていることが明らかに → 主体的な活動を促進したい！ → ターゲットを分けて施策を検討
10-12月	今後の施策検討		高校生による「地元の職場でのフィールドワーク」イベントを支援することに
1-2月	イベントに向けた打ち合わせ	イベント実行委員の高校生とzoomで打ち合わせ 今後の計画を検討	現地のフィールドワークにて、訪問する事業所や質問する内容などが決定
3月	現地活動②	フィールドワーク予行 現地活動報告会	8月の本番に向けて、企業選びや実際の活動における工夫を検討



新しく開館する市民交流センター「みなとテラス」を
地元高校生に活用してもらうためには

「みなとテラス」とは？

- ・ 2022年7月10日開館、地上3階、延床面積7,130m²
- ・ 機能：市民ホール・会議室・カフェ・和室・図書館など
- ・ 理念：はぐくむ・つながる・ほっとする 市民みんなの広場



現地活動①

みなとテラス管理者からの聞き取り

次の課題

現状分析

既に多くの高校生が
施設を利用している
(課題解決済)

- ・ 世代間交流や高校生の主体的な行動を促したい
- ・ 大人が押し付ける形は避けたい

現地活動②

高校生利用者へのアンケート調査

①利用目的

→勉強 / ご飯

②選ぶ理由

→アクセスの良さ / 他にないから

③いいところ

→景色 / 設備の良さ

④他世代との交流

→あれば嬉しい / 気まずい

- ・ 高校生にとっては
「勉強の場」であり
主体的な利用は少ない
- ・ 興味がある層とない層に
大きな差がある

第一回現地報告会での提言

「みなとテラス」での高校生の主体的な活動を促進するためには、交流を求める層と交流を求めない層に分けたアプローチが必要

交流を求める層には、主体的活動の機会を

交流を求めない層には、同世代からの刺激を

みなとフィールドスタディ・キャンプ(FSC)

高校生が地元企業へのアポ取り、取材、課題発見、
アイデア発表まで自分たちで行う1泊2日のイベント

- ・ 実行委員の高校生(4名)が中心となり準備
- ・ 境港市内外の中高生20-30名の参加を募る
- ・ 地元企業10社が参加予定
- ・ 高校生が主体的に準備する機会を作りたい
- ・ 職について考える機会を作りたい
- ・ 今後継続して開催し、境港の名物にしたい！

東大FSの具体的な活動

実行委員の高校生へのサポート

- ・ イベント実行までの計画づくり
- ・ フィールドワーク先の選定
- ・ フィールドワーク先に対する交渉

3月の現地活動

3月7日にキックオフミーティング、8日に現地で事業所へのフィールドワークの開催決定！

参加者：高校生実行委員4名、青年会議所4名、生涯学習課4名、
その他地域の事業所の方2名、東大生4名

7日：お互いの自己紹介や役割確認

8日に行われるフィールドワークに向けて最終調整

8日：2班に分かれて、**済生会、メタテック**の2事業者への
フィールドワーク

事前活動

事前オンライン協議①

企画確認＆顔合わせ

1回目

市との協議

- ・改めて市から企画の説明
- ・東大側から企画に対する質問

2回目

市及び高校生との協議

- ・顔合わせを兼ねて自己紹介
- ・お互いについて色々聞いて親睦を深める

事前活動

事前オンライン協議②

3月のフィールドワークに向けて準備

1回目

- ・ 2班に分かれる班決め
- ・ フィールドワークに必要な事前知識の取得方法や、質問の考え方などを高校生と東大で一緒に考える

2回目

オンライン上で事業所やそれに関連する情報を収集したうえで、実際にフィールドワークで何をするか、どのような質問をするのかを考える

現地活動②

「みなとフィールドスタディ・キャンプ2023(仮)」 キックオフイベント

- ・「みなとフィールドスタディ・キャンプ（FSC）」の目的：
「何」かしたい高校生が主体的な活動が始めるために、
その「何」を地域社会に出て見つけに行く！
- ・「みなとFSC」の実行委員：高校生

ただ... いきなり運営はむずかしそう。

→ 「みなとFSC」8月本番の実行委員自身 が、
「みなとFSC」を体験しなければ！

行き先：

1. 鳥取県済生会境港総合病院(済生会病院)
2. メタテック



現地活動②-1 済生会病院

<企業紹介>

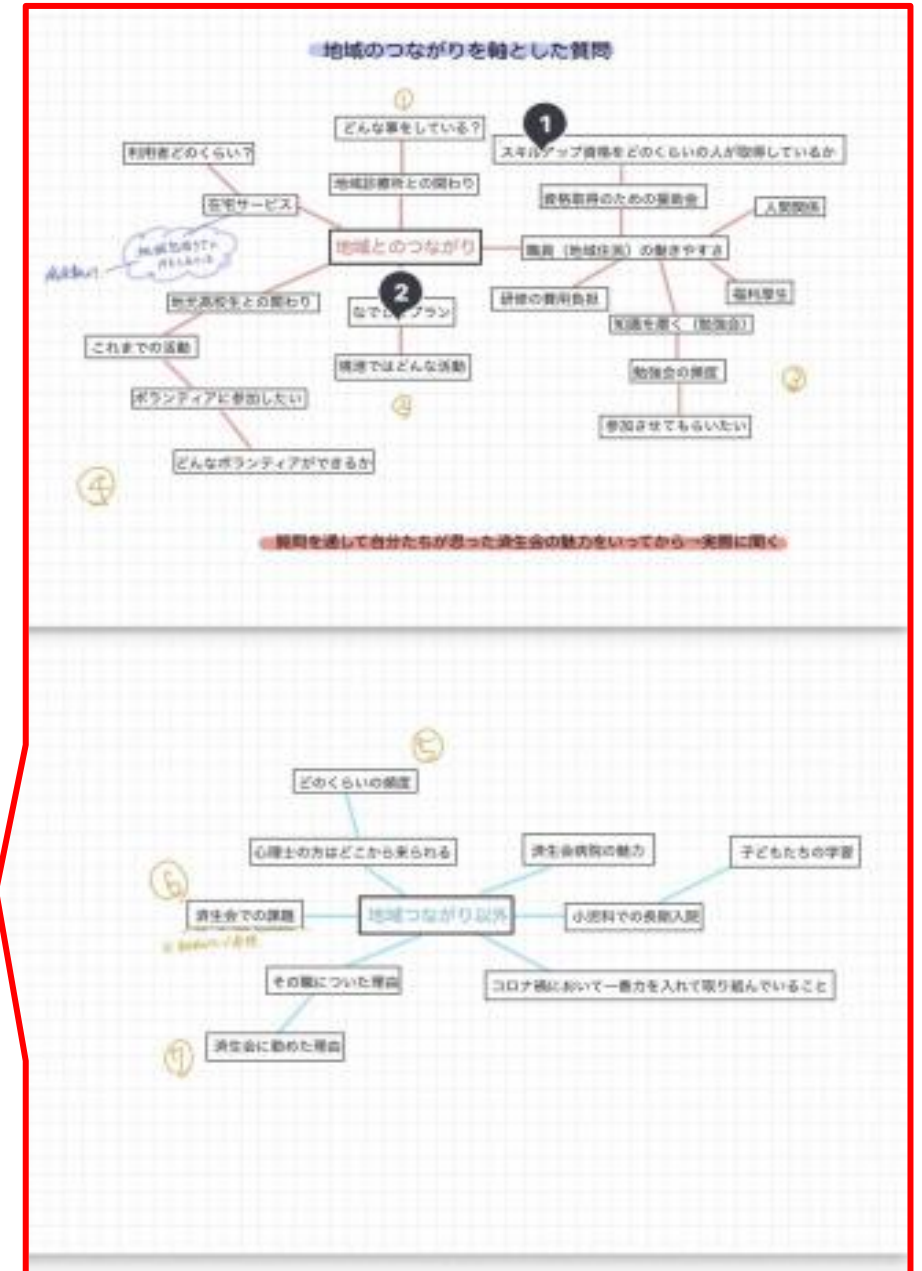
- ・企業の思い
- ・企業の強み
- ・企業の課題



<質疑応答>

事前準備していった質問項目を中心にきいた ----->
 他にも、アドリブで：

- ・なぜ看護師になろうと思ったのか？
- ・この病院を選んだ理由は何か？
- ・この病院の魅力は？



現地活動②-1 済生会病院

FSC 8月本番に向けて、考えるべきこと

企画設計：

- ・自治体と実行委員(高校生)との役割分担はどうするのか？
- ・行き先それぞれの、適切な活動時間・活動内容・事前準備はどうなるのか？

事前学習：

- ・実行委員は参加者(中高生)の活動を上手くサポートできそうか？
- ・参加者は興味津々に取り組んでくれそうか？

現地活動：

- ・実行委員は参加者の活動を上手くリードできそうか？

事後学習：

どのような感じで行うのか？実行委員はその進行を上手く行えそうか？

現地活動②-2 メタテック

「メタテック」とは：
工作機械の部品など、金属加工を扱う



<企業紹介>

- ・ 企業の思い
- ・ 企業の強み
- ・ 企業の課題

<質疑応答>

- ・ なぜ境港で？
- 企業のルーツ・思いを探る質問に



現地活動②-2 メタテック

＜工場見学・設計体験＞
溶接・切削
ソフトを使ったデザイン
荷重シミュレーション

「実際に見学できるワクワク」
「ベテランの技を感じられた」

- メモを取る姿勢
- 高校生の思いも知ってもらうことで
質問や説明しやすくなるのでは？



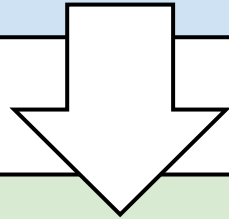
8 月本番に向けて

- ・ **FW先 選び** -- FW先で面白かった点からアピールを考える
- ・ **事前学習** -- できるだけ下調べで分からない質問を！
自分が知りたいことをある程度イメージする
- ・ **質問** -- 高校生側の思いを話すことでより充実するのでは？
企業の人「思い」が盛り上がる
- ・ **見学** -- マナーを学ぶ機会
- ・ **提案&発表** -- 高校生自身の「思い」や「経験」をもとに
等身大の意見を！

とにかく実行委員の皆さんが楽しむこと！

1年間の活動のまとめ

「高校生の主体的な活動を応援したい！」
「一人ではなかなか踏み出せない...」



今年度は、
活動に積極的な高校生へのアプローチとして、
「みなとフィールドスタディ・キャンプ」の開催

予行 FW、本番に向けての計画 のサポート



**境港の皆さん、1年間
お世話になりました！**

観光DXで中海・穴道湖・大山圏域の未来を描く

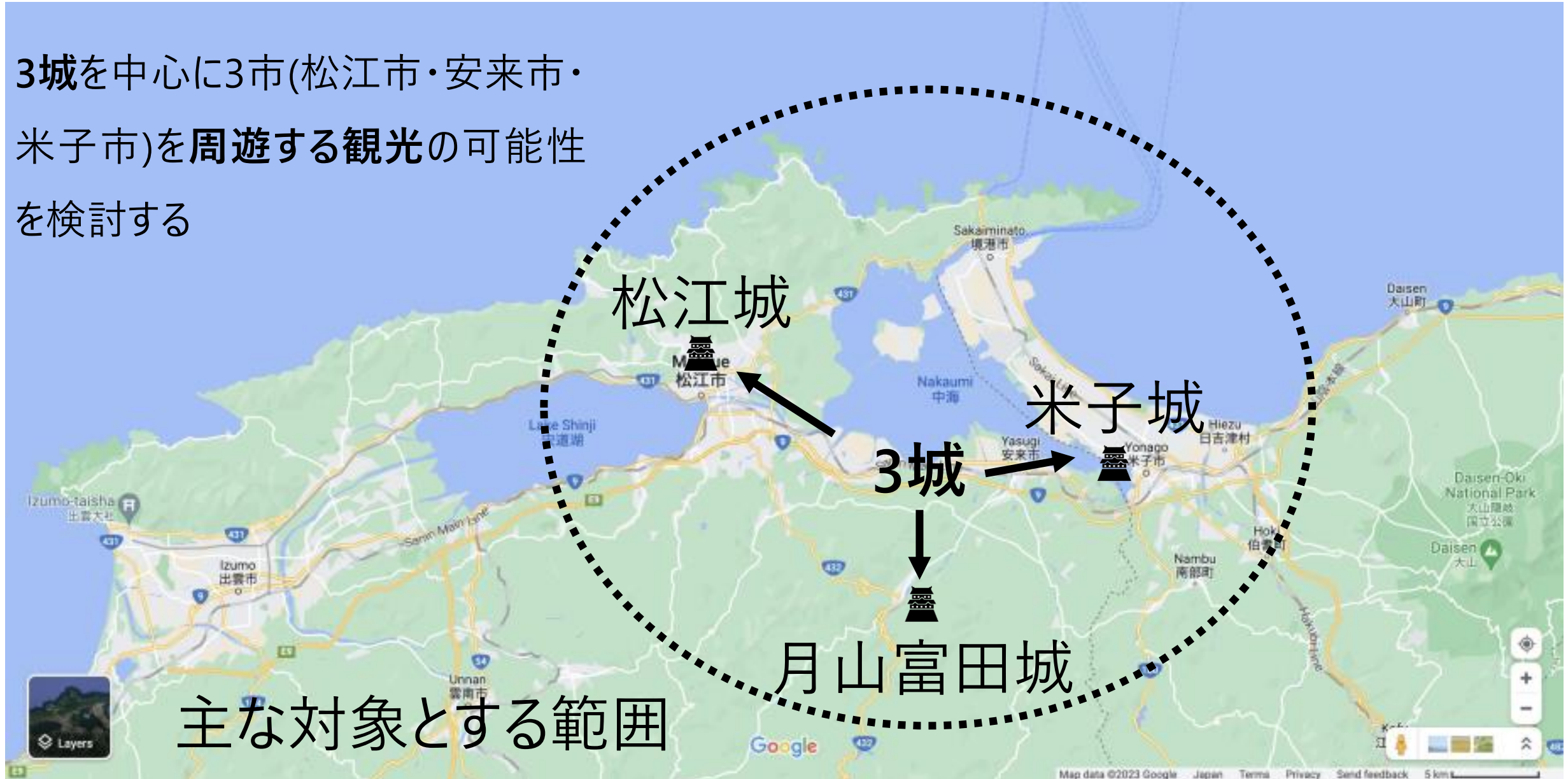
～ うんぱく3城を中心に ～

2023/3/13

内田真実・鶴岡駿・中村祐貴・三宅貴晏良・村上諒

中海・宍道湖・大山圏域

3城を中心に3市(松江市・安来市・
米子市)を周遊する観光の可能性
を検討する



三城訪問

松江城



米子城



月山富田城



地域の方との交流



町家の視察



中海遊覧船



本提案の方向性

1. 圏域のビジョン（「中海・宍道湖・大山圏域振興ビジョン」（令和4年））
2. フィールドワーク

を基に決定

圏域のビジョンとは

市長会・観光局の力点の1つ：圏域住民含むプレイヤーの圏域単位の連携

① 市長会

「圏域の総合的・一体的な発展の推進」

(市長会HP)

のために

1. 圏域の一体感を醸成：「将来像を実現するには、本ビジョンを……多様な主体が共有した上で、相互に力をあわせてビジョンに基づく取組みを進めていくことが不可欠です。市長会では……関係者間における相互理解を促進し、圏域としての一体感の醸成に取り組む」
2. 圏域内の各主体の協働・連携を促進：「……圏域内の各主体が進める事業との積極的な連携を図るほか……各種広域連携組織との協働・連携を進め、相乗効果の高い事業展開を図る」
3. ビジョンの進行管理を行い、圏域内の各主体と共有を図る：「……各主体からの意見・提言を踏まえ、年度毎の事業計画を検討することで、情勢変化にあった事業展開を図る」

② 観光局

「訪ねてみたい圏域づくり」

(基本方向2)

のために

1. 観光地域づくりの推進：「……多様な関係者と協働しながら……持続可能な観光地域づくりの実現に取り組みます」「圏域内で広域観光振興に取り組む団体との情報共有や協力を進め……必要な役割分担と効果的な連携体制の充実を図ります」「圏域内の観光資源をいかし、歴史や自然などに関連したテーマ別の観光ルートの開発など、周遊の魅力を備えた圏域観光ネットワークの形成に取り組めます」
2. 圏域観光の魅力向上：「観光入り込みに伴う圏域内への経済波及効果の拡大をめざし……一体的な観光振興に取り組めます」「……旅行事業者や交通事業者、観光関連施設などと連携した魅力的で集客力のある周遊旅行商品の開発を促進します」「……多様な観光資源について……一体的な情報発信に取り組めます。さらに、圏域住民と観光客が一体となり、圏域の様々な観光資源を未来につなげる取組みを促進します」

3. インバウンド観光の振興は省略

フィールドワークでの課題感：
圏域住民含むプレイヤーの**圏域単位の連携**に伸び代



1. **圏域という枠組みの認知**が対内/外的に足りない
2. 観光事業者に、**市や県を越えた協働**のイメージが湧いていない
3. 観光地の魅力を**十分に発揮**できていない

周遊観光の基盤づくりを目指した
圏域住民による圏域観光の促進

圏域住民による圏域観光の促進

周遊観光には最低二泊
→ハードルが高い

観光地としての
魅力向上

圏域住民による
圏域観光の増大

- 日帰りや一泊を想定
- 周遊でなくても良い

将来的に

圏域外からの
圏域周遊観光
の増大

- 圏域の認知度・親近感の向上
- 観光業の活性化
- インフラ・公共施設の整備需要の高まり
- 新たな魅力の発見

圏域住民による圏域観光の促進

1. 各城の訪問者増加

- ・ 温泉との組み合わせによって

2. 広報の要となる観光HPの改善

- ・ 内容の見やすさ
- ・ 検索のしやすさ

3. 圏域合同イベント

- ・ 既存イベントに他市が参加



The background image shows a modern, multi-story building with a distinctive architectural style, featuring a series of horizontal lines and a flat roof. The building is situated in an urban environment, with other buildings and trees visible in the background. The sky is blue with some clouds. The overall scene is bright and clear.

2023年3月13日

東京大学フィールドスタディ型政策協働プログラム 香川県チーム 学内報告会

米澤 友基・太田 創・水島 愛佳・松本 郁哉・深谷 麻衣

目次

- ミッションと活動の軌跡
- 提案内容
- 活動に参加しての感想

サンポートより



心うどん



栗島



ミッション

「せとうち田園都市・香川」を活かす新たな移住・定住促進施策の構想

- 課題Ⅱを中心に活動を展開
- 提案先は、**香川県**
- 移住・定住施策に関するアイデアや考え方の提示を模索
 - 施策の提案が必須ではない



課題設定

- ・ 本年度の施策として、移住(検討)者等と先輩移住者等が**気軽に情報交換できる環境**をつくるため、SNSコミュニティ「**かがわ暮らしつながり隊**」を開設 (Facebookを利用/5月頃までに正式公開予定)

☞ 学生の皆さんも、ぜひ本コミュニティにご参加ください！

→ 関係者のニーズ収集・分析を経て、AIを活用した移住相談システム構築等についても検討したい！



学生の皆さんに取り組んでいただきたい課題

I AIによる移住相談システム構築等を見据えたFAQフローチャート等の取りまとめ

- ☞ 実際に移住を検討している方の立場に立って、その仕事・住まい・その他の志向に合わせた問いと回答をロジックツリー形式で整理するなど、その基盤づくりをしていただきたい

II 特定のテーマに捉われない香川県ならではの移住・定住促進施策の提案

- ☞ 皆さんの興味・関心に応じた学術知見等を参照しながら、デジタルや関係人口等の視点を踏まえた香川県ならではの先進的施策を自由に構想・提案いただきたい

▲ 香川県 オリエンテーション資料より

活動の軌跡



移住フェアに参加（6月）

- 東京で行われた香川県移住フェアに参加
- 自治体担当者の方々へのご挨拶も



第一回現地活動（8月）

- 8月の初頭に3日間の現地活動を実施
- 活動の前半は高松市で就職・移住支援センターや起業支援施設等でヒアリング
- 後半は三豊市に移動移住経験のある方からお話を伺った



第二回現地活動（11月）

- マイナースポーツというテーマのもと活動。主に県内のスポーツ関連施設を訪問
- 1回目の現地活動では叶わなかった財turn様からお話を伺う機会も
- 2日目の午後には「みとよ探求部」の見学をオンラインツールを活用して実施（現地訪問できなかった学生も見学可能に）



第三回現地活動（2月）

- 香川県庁にて、ハイブリッド形式にて、現地報告会を実施（2023年2月9日）
- 香川県庁・三豊市役所・財TURNの方に向けて発表



現地活動の感想：香川県の魅力



幅広い住環境

近畿・山陽への便も良く、程よく都会な高松、自然がすぐそばにあり、農業にも関わりやすい三豊、瀬戸芸で盛り上がり、豊かな文化が根付く島々。それぞれの場所の行き来もしやすい。

関係人口増加につながる観光資源

父母ヶ浜、高松市内の建築、うどんなどの食、スポーツがしやすい自然環境など、観光地としての魅力がたくさんある。

新しいことに挑戦しやすい環境

中高生を対象にしたみとよ探究部、新たな働き方を可能にするSetouchi-i-Baseという場など、挑戦を応援する体制がある。移住者同士の繋がりも。



もし移住したら...

豊かな自然をそばに感じながら、自分らしく働き、生活する選択肢が広がっている



香川県の移住施策：非常に充実

情報発信の拡充

- ・ かがわ移住ポータルサイト
- ・ 移住体験談の掲載
- ・ 都心部での移住相談会の開催



相談しやすい環境の整備

- ・ 各種窓口の設置
- ・ 都心部での移住相談会の開催
- ・ 香川暮らし応援隊や先輩移住者との連携

各種支援制度の整備

- ・ 住まい・暮らしの支援制度
- ・ 子育ての支援制度
- ・ かがわ暮らし体験隊

働く環境の整備

- ・ Setouchi-i-Base
- ・ サテライトオフィスの拡大



追加で移住施策を考えることの難しさ 学生ならではの斬新な移住施策…？

- 多くの自治体様が同じ課題の解決のために移住施策を考えている（但し詳細は千差万別）
 - 社会の成熟化に伴う少子高齢化
 - 産業構造の変化・少子高齢化に伴う産業・伝統工芸・商店街などの衰退
 - 離島や山間部などの自然豊かな土地柄を持つ地域から都心への人口流出が激しい
- 多くの自治体様で成功されている移住施策
 - 子育て支援
 - 地元にある課題を解決することを事業として行うスタートアップへの様々な支援
 - 【自然の豊かさ】や【地元の方との距離の近さ】を都市との差別要素として取り入れた小・中学生向けの教育プログラム



同様に
考える

既に自治体様が考えてこられた同じような施策しか思いつかない

移住施策を考える中で見えてきた問い

私たちが中間報告で提案した施策

01 

子育て環境創出の
推進

- ・ 子育て環境・子育て環境に惹かれて移住してきた方へのヒアリング
- ・ 特徴的な教育プログラムを実施している団体へのヒアリング

02 

マイナースポーツの
祭典の開催

- ・ 同様の大会（例：マイナースポーツ認知度向上祭など）についての調査
- ・ 香川県スポーツ協会へのヒアリング
- ・ 競技、場所の検討

03 

スマートアグリの実践

- ・ みかんとお茶の栽培・収穫体験
- ・ 農家さんとともに、どこかの作業を自動化してほしいかを考える
- ・ 農家さん・地元の子供とともに、自動化ロボットを作成
- ・ 自動化ロボットを農家さん・地元の子供で管理

提案③：スマートアグリの実践

概要

瀬戸内の気候に適したみかんとお茶の収穫部分の自動化するロボットの導入

背景	・ 既にみかんとお茶の栽培が盛ん ・ みかんの収穫にアルバイトを雇っている ・ 担い手不足に伴う、耕作放棄地発生の可能性
目的	・ 機械を導入し、農地を有効活用することで、基幹産業としての農業の売上に貢献するため ・ スマートアグリの実践のはじめの一歩をするため ・ 三豊市以外にもみかん・お茶の栽培をしている地域はたくさんあり、三豊市での取り組みが他の地域に応用できるため
対象・主体	・ 三豊市の農家さん ・ 三豊市行政（農業復興計画を立てているので計画の推進に関係）
手段	・ みかんとお茶の栽培・収穫体験をし、どの部分を自動化できるか農家さんと共同で考える ・ 自動化ロボットを製作・自動化ロボットの1年間導入
検討事項	・ 自動化ロボットを誰が作るか ・ 自動ロボットの運用方法の伝え方 ・ 斜面にロボットを導入できるか



移住施策が地域のためになるのか…？

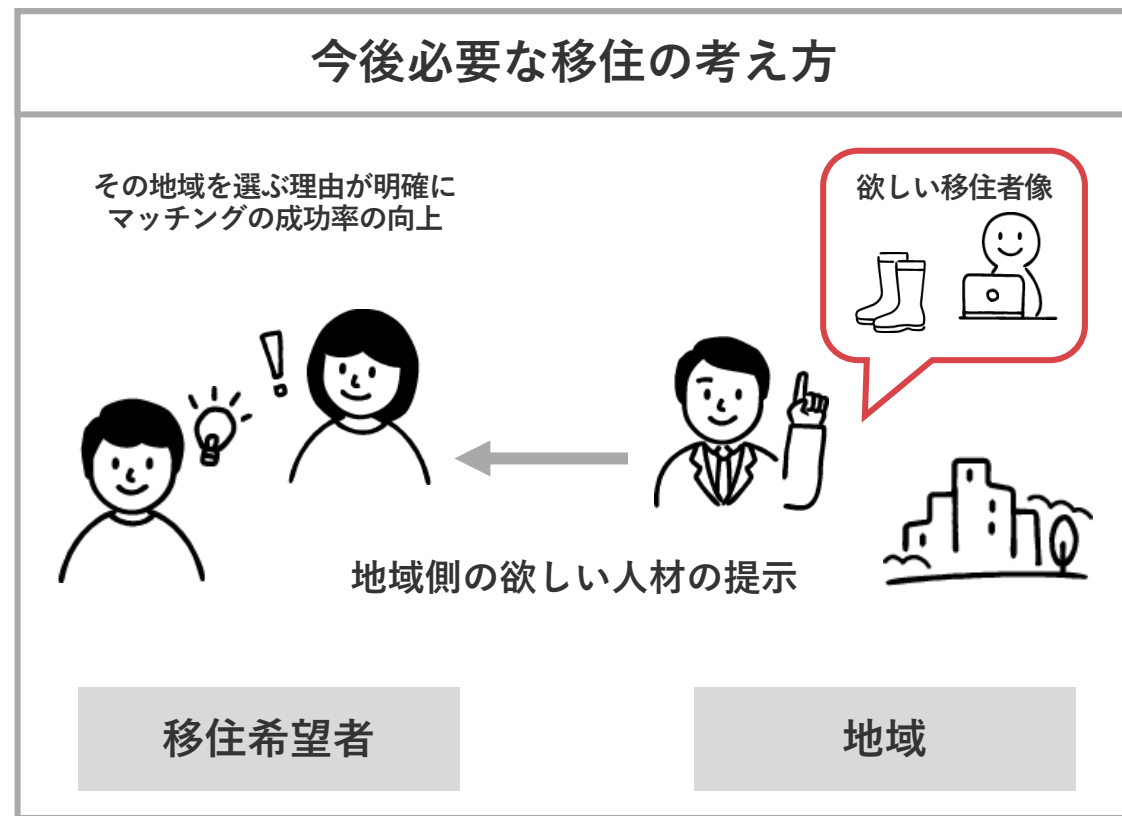
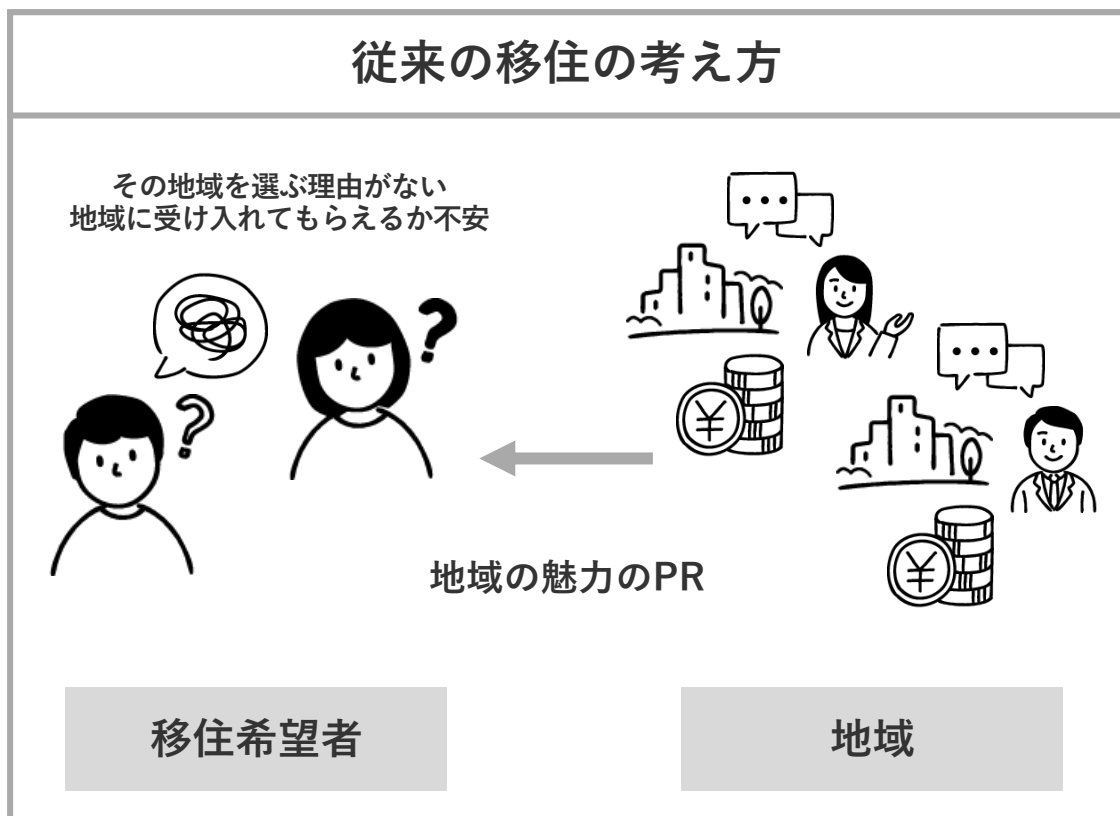
発想の転換

そこで、最終発表の提案では
従来の仕方に移住施策を考えるのではなく

考える中で見えてきた課題
『地域の人のためになる移住施策とは何か？』
を解く方向性へと発想を転換しました

提案の方向性：地域側のニーズに着目した移住政策の推進

- そもそも移住とは、**移住希望者のニーズ**と**地域側のニーズ**の**マッチング**の結果、成立するもの
 - **地域側の移住者へのニーズ**を**明示**することが、移住者を呼び込むためには不可欠では？



提案実現のための3つのポイント

地域側の移住者ニーズの 吸い上げ

- 地域活動を実施している個人or団体（町会・自治会・地域団体など）へのヒアリング
- 多様なセクターを交えて、移住をテーマに地域でのワークショップの開催

01

自治体単位

地域側の移住者ニーズの 公開

- 各市町村の各地域のニーズを、県単位で取りまとめ
- ポータルサイトに、「地域の声」を公開
- SNSも並行して活用

02

県単位

移住希望者と地域の マッチング

- 中間支援組織（各自治体の移住関係の部局 or かがわ暮らし応援隊）が、移住希望者が地域に合うかどうかをフィルタリング
- その後、従来の移住者支援へとつなぐ

03

自治体単位

提案実現のための3つのポイント①

地域側の移住者ニーズの 吸い上げ

- 地域活動を実施している個人or団体（町会・自治会・地域団体など）へのヒアリング
- 多様なセクターを交えて、移住をテーマに地域でのワークショップの開催

自治体単位

地域側の移住者ニーズの 公開

移住希望者と地域の マッチング

①地域のキーとなる組織や個人の考えの確認

- ポータルサイトに、「地域
の考え」を公開

らし応援隊）が、移住希望
者が地域に合うかどうかを

②地域全体での移住に関する方針づくり 地域でさまざまな活動を行う方を巻き込んだ合意形成

※新たな視点を地域に共有するきっかけにも

県単位

自治体単位

01

02

03

提案実現のための3つのポイント②

地域側の移住者ニーズの 吸い上げ



01

自治体単位

地域側の移住者ニーズの 公開

- 各市町村の各地域のニーズを、県単位で取りまとめ
- ポータルサイトに、「地域の声」を公開
- SNSも並行して活用

02

県単位



者が地域に合うかどうかを

スケールメリットを活かした
情報公開
「移住者の声」だけでなく、
「地域の声」の公開も？

提案実現のための3つのポイント③



提案の課題・今後の展望

■ 地域側の移住者ニーズの吸い上げの際の主体・方法

- キーパーソンへのヒアリングは、各自治体の移住関係の部局 or かがわ暮らし応援隊を想定
- 地域内でのWS等を開催する場合は、専門家派遣も視野に
- WSの際の、地域のキーパーソンの集め方

■ 地域側が移住者流入を望んでいない場合の展開方法

- 行政単位で見ると移住者を増やしたい場合

■ 中間支援組織のノウハウ共有・ネットワーク化

- 移住希望者のフィルタリングの手法の確立や他地域への斡旋等
- 特に香川県では中間支援を行う担い手不足が浮き彫りに

※ 既存の移住施策を並行して実施することも重要

今年度のFSに参加して…

■ 香川県の魅力を実感

- 特色の異なる地域（高松・三豊・栗島）の見学より
- 景色（海・島…）、時間の流れ、食材、うどん文化など

■ 移住というテーマの難しさを認識

- 移住＝人生設計を大きく変える枠組み
- 移住政策を考える中で課題や変数の多さを実感

■ 多様な価値観に触れる機会に

- チームメンバー自体の多様性（専門・学年・バックグラウンド）
- 現地で活躍する方との交流を通じて、様々な人生観・価値観に触れることも

■ 将来の進路を考えるきっかけに

- 自治体職員の方と接することで、公共のために働くことの解像度を高める機会に

ご清聴ありがとうございました！

今年度のFSの活動にご協力・ご尽力いただいた全ての皆さんに、この場を借りて御礼申し上げます。
引き続きよろしくお願い申し上げます。



高知県越知町における 関係人口増加に向けて

2023年3月13日

本村麗、福里拓海、木戸友仁、内田裕太、山本千裕

背景と目的

背景と目的

越知町では**人口減少**と**少子高齢化**が進行する中で、まちの存続・将来的な活性化に向けての方向性と具体的施策の提示が必要

背景

1. 人口減少 + 少子高齢化

➡ 地域経済の衰退

2. ポストコロナの移住熱の高まり

- アニメ映画や朝ドラの聖地となり観光需要が増加
- 一方で、観光客が移住にまで繋がるケースは稀

目的

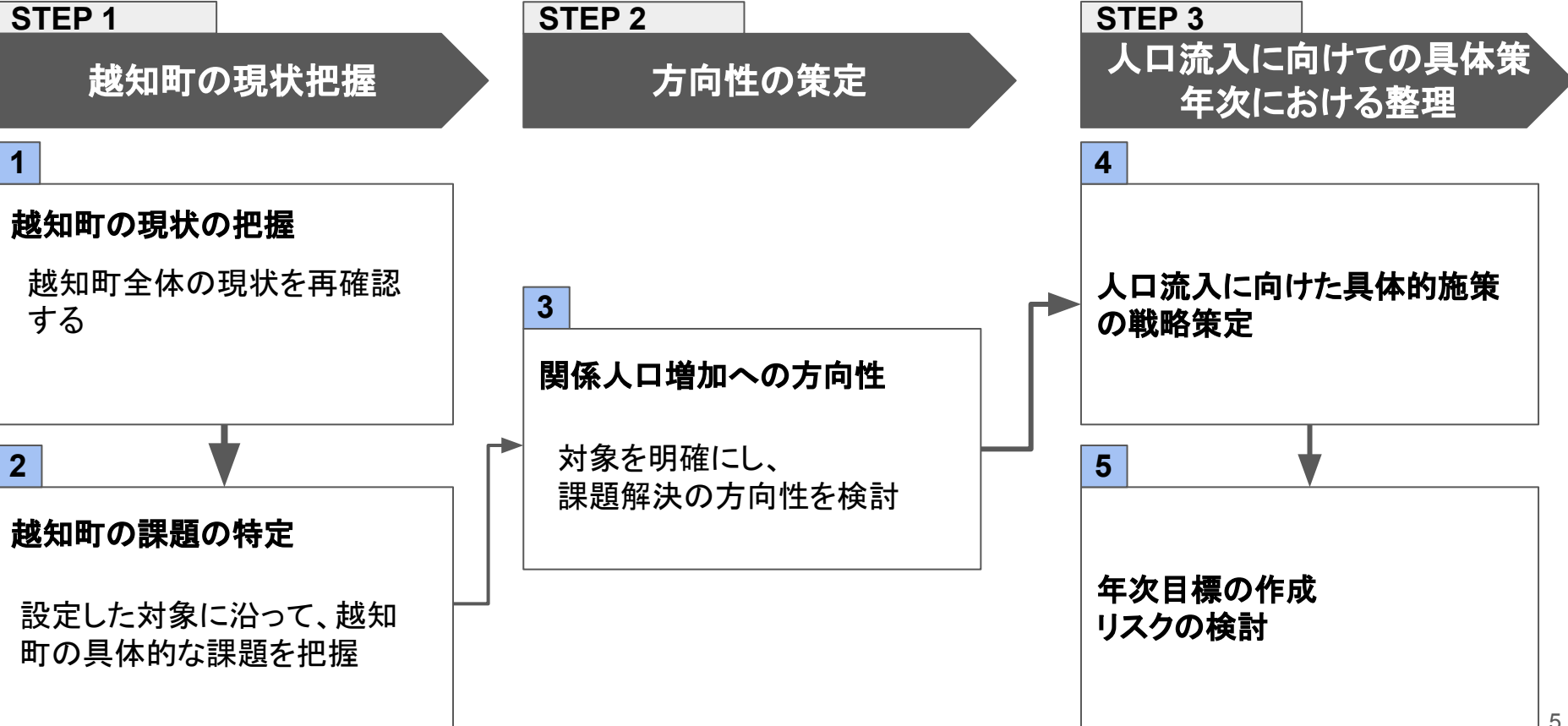
左記のような背景を踏まえ

1. 観光客のさらなる誘引
2. 関係人口の100名増加
3. 移住者の増加

を目的とし、上記の実現に結びつくような具体的施策・今後の道筋を提示することを本発表の目的とした

提案全体の流れ

提案全体の流れ



プロジェクト検討結果

1 越知町の現状の把握

STEP 1

越知町の現状把握

STEP 2

方向性の策定

STEP 3

人口流入に向けての具体策
年次における整理

1

越知町の現状の把握

越知町全体の現状を再確認
する

2

越知町の課題の特定

設定した対象に沿って、越知
町の具体的な課題を把握

3

関係人口増加への方向性

対象を明確化し、
課題解決の方向性を検討

4

人口流入に向けた具体的施策
の戦略策定

5

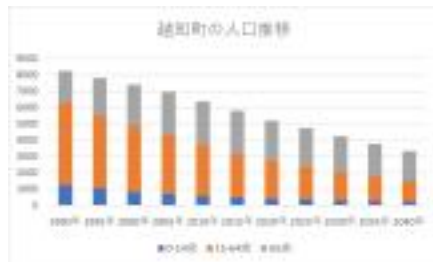
年次目標作成
リスクの検討

越知町の現状

少子高齢化と交通インフラの競争的不利によって人口減少が続くものの、アニメ映画等で観光需要は高い状況

人口動態

越知町では人口の減少、および高齢化の進展が顕著で、2040年には半世紀前の半以下の人口に



産業基盤

映画の「聖地巡礼」での観光需要は四国中心に増、農作物特産品などはあるが経済の自立性は低水準



インフラ・生活施設

鉄道路線がなく、最寄駅までは5km超。町内には高校も立地しておらず、周辺自治体に利便性では劣る



これまでの町取り組み

町が独自に映画「龍とそばかすの姫」関連の観光イベント、「オーダーメイド移住体験ツアー」や「担い手育成・確保事業」などに取り組む



2 越知町の課題の特定

STEP 1

越知町の現状把握

1

越知町の現状の把握

越知町全体の現状を再確認
する

2

越知町の課題の特定

設定した対象に沿って、越知
町の具体的な課題を把握

STEP 2

方向性の策定

3

関係人口増加への方向性

対象を明確化し、
課題解決の方向性を検討

STEP 3

人口流入に向けての具体策
年次における整理

4

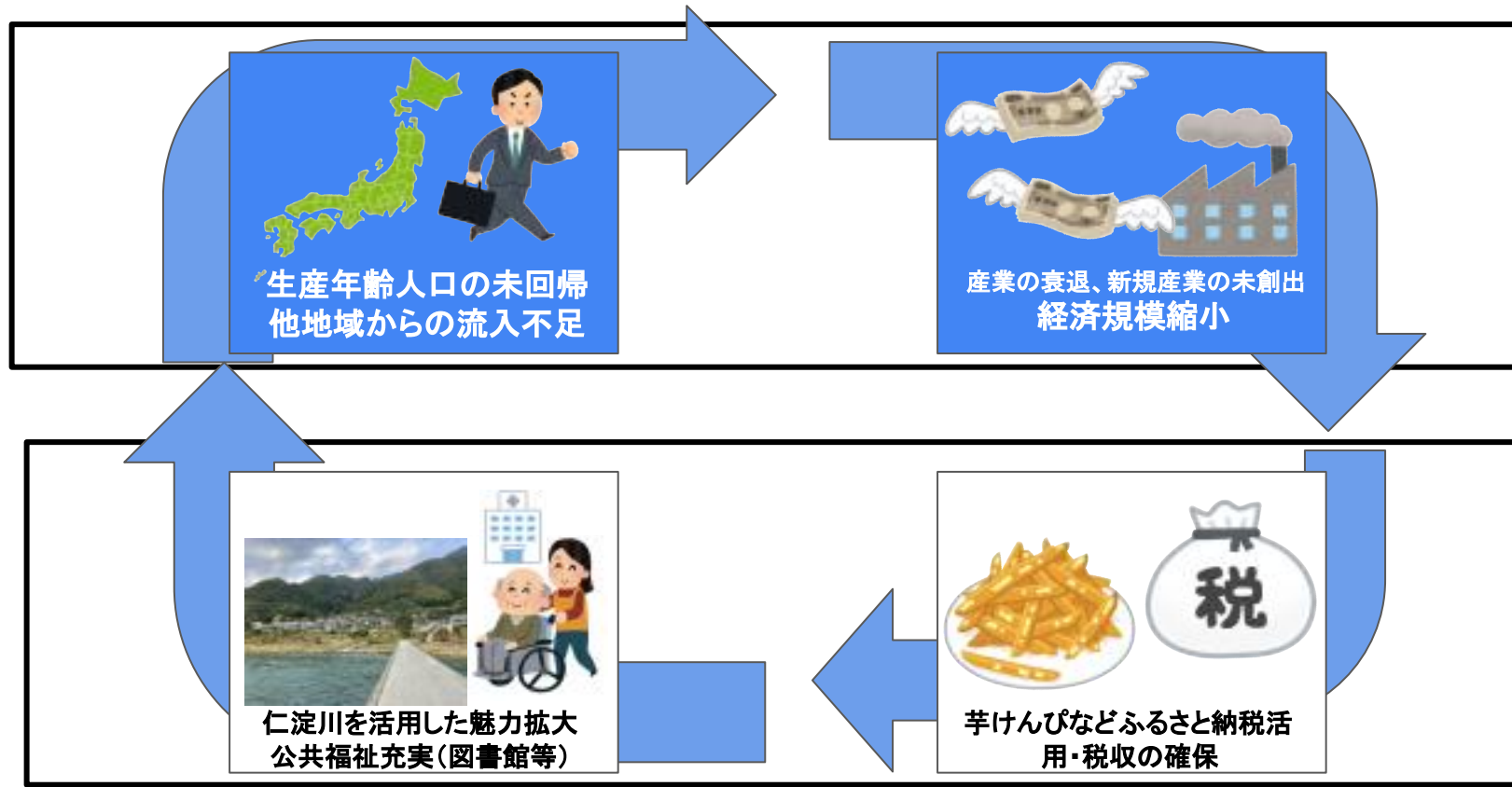
人口流入に向けた具体的施策
の戦略策定

5

年次目標の作成
リスクの検討

越知町の課題

人口の減少を伴い経済の衰退をもたらす悪循環において、行政の面においては十分な価値提供ができているが経済の方面が不十分



経済

行政

3 関係人口増加への方向性

STEP 1

越知町の現状把握

1

越知町の現状の把握

越知町全体の現状を再確認
する

2

越知町の課題の特定

設定した対象に沿って、越知
町の具体的な課題を把握

STEP 2

方向性の策定

3

関係人口増加への方向性

対象を明確化し、
課題解決の方向性を検討

STEP 3

人口流入に向けての具体策
年次における整理

4

人口流入に向けた具体的施策
の戦略策定

5

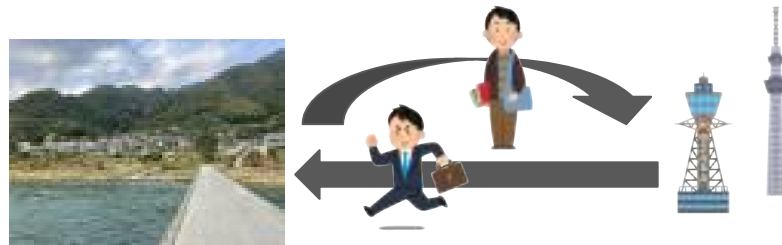
年次目標作成
リスクの検討

越知町が目指すべき方向性

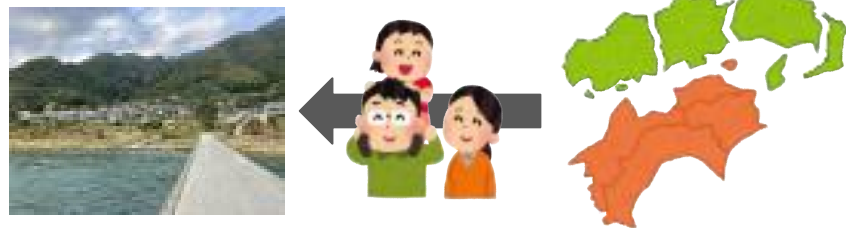
現状不十分な人口減少対策および産業の振興を、対象の明確化や資源の掘り起こしにより実現

人口減少への対外施策

大学進学に伴って転出した人が回帰する町



往来が比較的容易な中四国・近畿出身者を中心に移住者に選ばれる町

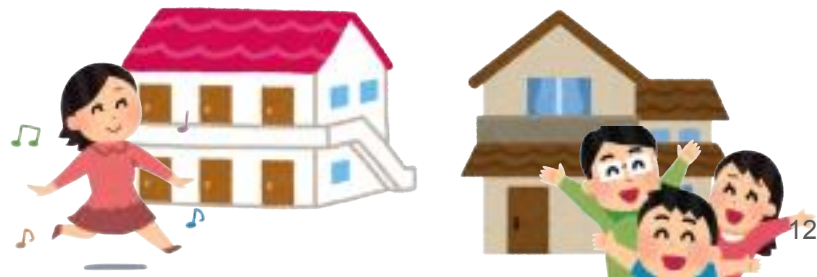


産業振興のための対内施策

名産を活かした産業が盛んな町



移住希望者が新居を見つけやすい町



4

具体的施策の策定

STEP 1

越知町の現状把握

1

越知町の現状の把握

越知町全体の現状を再確認する

2

越知町の課題の特定

設定した対象に沿って、越知町の具体的な課題を把握

STEP 2

方向性の策定

3

関係人口増加への方向性

対象を明確にし、課題解決の方向性を検討

STEP 3

人口流入に向けての具体策 年次における整理

4

人口流入に向けた具体的施策 の戦略策定

5

年次目標の作成 リスクの検討

生産年齢人口増加に向けた施策

「Uターン」や「西日本居住者」といった対象を明確にした人口誘導策を実施

■ 越知町出身者を回帰させる施策

1. 町民向け広報誌の頒布

町民の「今」に焦点を当てた広報誌を作成し、情報効率の一元管理で個々人に丁寧なサポート

(例) 妙高市



2. 就職支援金制度の創設

町内出身者が卒業後5年以内に町に戻り就職することで奨学金一部免除や支援金を支給

(例) 丹波市



■ 西日本居住者へのアピール

1. 「コスモス姉妹都市」との協力

コスモスを資源に持つ他自治体と「コスモス姉妹都市」協定などを結び、集中した広報戦略を図る

(例) あやめサミット



2. SNS戦略の一本化

現在分立している町のInstagramアカウントを統合し、相乗効果を狙う

(例) 滋賀県



※ 越知日々、地域おこし協力隊、ふるさと納税、おち着くライフ

産業の振興施策

越知町が持つ「仁淀川」と「地域産品」という個性的な資源を活かした職づくりに
より差別化を図りつつ、空間的な賑わいの連関を目指す

■ 越知町の特性を活かした産業の創出

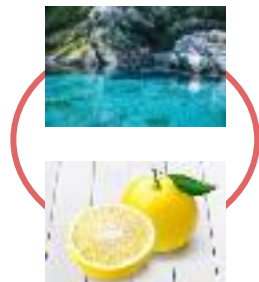
1. 鮎の「コト消費」化

キャンプサイトで
釣った鮎が、中
心商店街で採れ
たてのまま味わ
える



2. クラフトジンの開発

「清流・仁淀川」と
「ボタニカル」の掛
け合わせ
(例) クールジャパン
戦略



■ 魅力的な空間の創出

町の中心部の拠点化と各地区の連携強化を進める



5 リスクの検討

STEP 1

越知町の現状把握

1

越知町の現状の把握

越知町全体の現状を再確認する

2

越知町の課題の特定

設定した対象に沿って、越知町の具体的な課題把握

STEP 2

方向性の策定

3

関係人口増加への方向性

対象を明確化し、課題解決の方向性を検討

STEP 3

人口流入に向けての具体策 年次における整理

4

人口流入に向けた具体的施策 の戦略策定

5

年次目標の設定 リスクの検討

リスクおよびリスク対応

本発表内の3提案それぞれにおいてリスクを洗い出し、それぞれに対する対応を提示

回帰人口の増加

- Instagram総フォロワー減少
→ リポストによる事前周知
- 奨励金に関する財源不足及び悪用
→ 越知小中学校卒業者に限定



コスモスによる関係人口創出

- コスモス連携の頓挫
→ その他西日本を中心とした経済圏との連携検討



食の事業化

- 鮎を無償で授受してきた文化の変容
→ 事業規模を町内に収めることで、過度な拡大を防止
- 短期的な酒造事業の失敗(マキノジンとの競合など)



→ { 中長期的な酒造ビジネスを視野
海外展開も視野に入れた商品
開発・広報活動

**2022年度フィールドスタディ型政策協働プログラム
成果報告会
長崎県雲仙市**

2023年3月13日

小谷野桂太、宇佐美航大、岡本彩、常陰崇生、伊藤まどか

長崎県雲仙市

<人口>

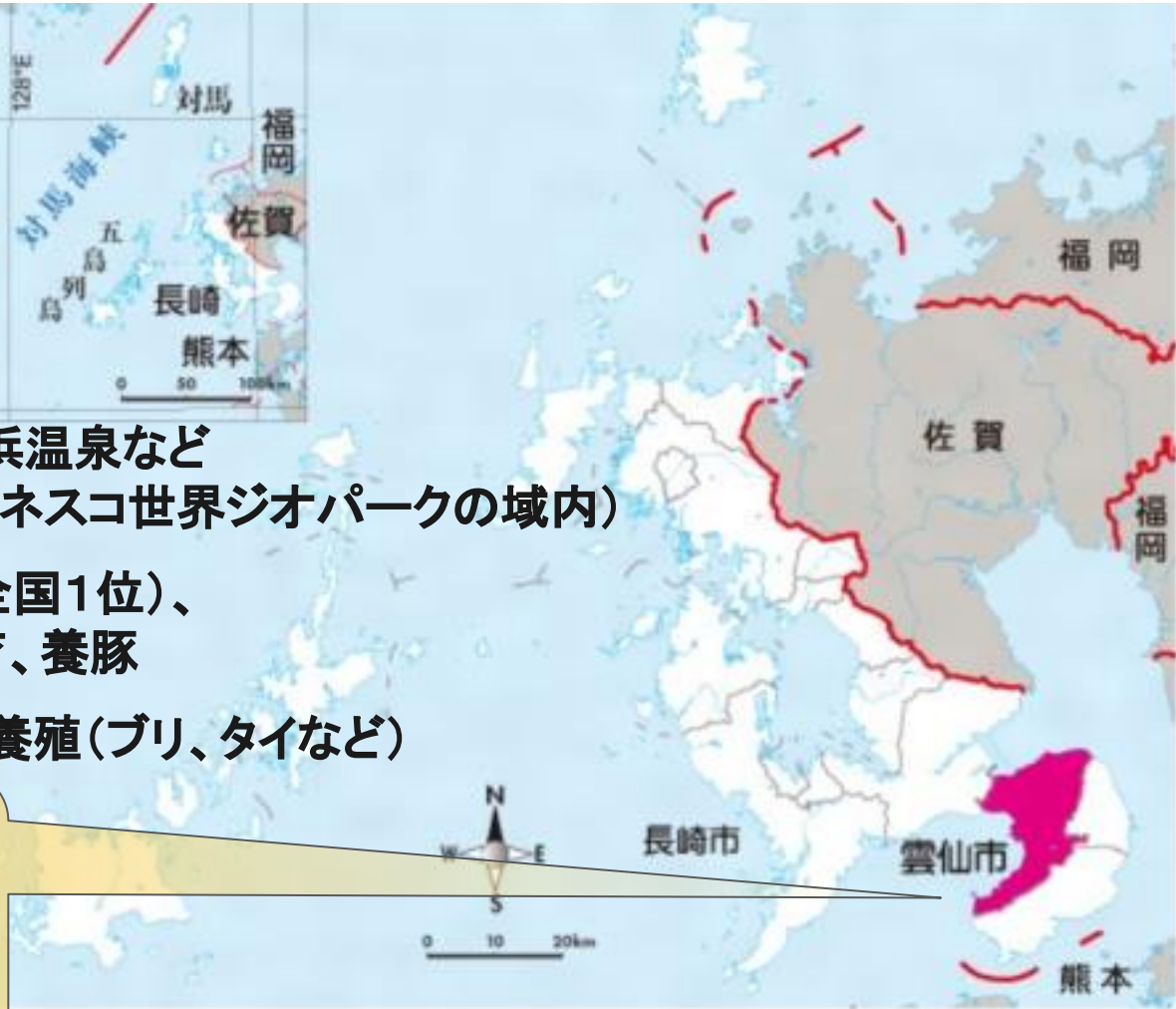
41,704人(2023年1月時点)

<観光資源>

普賢岳、雲仙地獄、雲仙温泉、小浜温泉など
(雲仙天草国立公園／島原半島ユネスコ世界ジオパークの域内)

<農業>じゃがいも(市町村別で全国1位)、
いちご、米、みかん、肉用牛の飼育、養豚

<漁業>巻網漁業・底引網漁業、養殖(ブリ、タイなど)



島原半島＝
「1億人の胃袋」

背景・目的

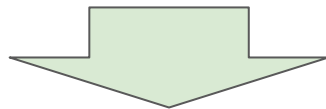
(雲仙市の課題)

プレイヤー不足、ノウハウ不足、**関係人口**との協力で地域課題を解決



(学生側)

単なる政策提言に終わらず、現場の声を聞いて実施まで行いたい



- デジタルマップを作成し、雲仙市内の魅力的な取組を可視化
- 新たな取組へと繋げたい

これまでの歩み

2022年6月6日 初顔合わせ



天洋丸にて

9月21日～23日 第1回現地活動

(農業、漁業、ワイナリー、飲食業、観光業関係者にヒアリング)

地元農業従事者のPodcastにも出演！

ヒアリングを踏まえて、デジタルマップ試作版作成

更なる課題の見直し(雲仙の若者はどう思っているのか?)

12月15日～17日 第2回現地活動

(前回訪問事業者(漁業、観光業)、雲仙に暮らす若者にヒアリング)

今年度の成果のまとめ、見せ方の検討

2023年3月1日 長崎県雲仙市イベント

「雲仙大学東京キャンパス」@渋谷 QWS

3月13日 成果報告会

宮田ファームのPodcast
"No Talk, No Farm"
ぜひお聴きください！



イチゴ農園にて



第2回現地活動にあたり作成した資料

第1回現地活動でヒアリングを実施した事業者(漁業、観光業)等に対し、デジタルマップの進捗や、学生が考える若者との協働プロジェクト案などを提示

学生・若者協働マッピングin 雲仙市(仮称)の構築

学生や若者と、地元の方々とコラボレーションができるスポットや、研究などの実践的な活動ができる場をまとめたデジタルマップの構築。

- デジタルアースの活用
- 学生や若者が、研究や職業訓練などのような自身の目的に合った活動できる場を提案するツール
- SNSやブログ、ネット記事との連携

例えば、インターン、ボランティア、フィールドスタディなどを想定。インターン等の場合は、学生の就業活動などにも活かせるのでは?

※デジタルマップのイメージ(仮)



例) 鳥栖市田市の先行事例

例) 前回の活動を踏まえて作成中のマップ

実際に私たちも体験に行ってきました!



雲仙市・学生双方にもたらされるメリットの考察

雲仙市内外のネットワーク拡大により交流が活性化

関係人口拡大

デジタルマップを通じて、地元(雲仙市)と学生の相互のニーズのマッチングの可能性がさらに広がる!

内外の交流による雲仙の価値の再発見・共有体験



雲仙市

- 雲仙市の魅力の再発見による付加価値の創造
- 知名度向上
- 活動の発信

学生側

- 長期休暇を生かしたり、知らない土地で体験を積むことによる実践的活動の充実化
- 地域で多様な活動を行う人々との交流による、習得されない知識や新しい価値観の獲得
- 就業活動などにおけるアピール要素

地域内外の若者・世代間交流の促進

雲仙市に来てくれた学生・若者と、雲仙市に住んでいる・関わっている学生・若者との交流をより活性化させるためには?

→交流を増やすにはどんな仕組みやイベントがあれば良いか?

2022年度東京大学フィールドスタディ型政策協働プログラム

<長崎県雲仙市>

第1回現地活動を踏まえた学生アイデア

第1回現地活動(2022年9月21日~23日)において訪問させていただいた事業者と考える協働企画について、学生側でのアイデアは以下の通り。

観月荘

- ★ 中興温泉に若者向けの宿泊プラン
滞在者: 観月荘の平屋い
観月荘: 宿泊料等の割引/ 精算給
- ★ 若者向けサイクリングツアー
○ 地元を走る若くす女性の人数による体験ツアー(ミカン狩りなど)
○ 多岐の魅力をスポットを巡るフォトラリー(海、田園風景、文化財など)
○ 学生とプロモーションビデオを作りPRに活用(SNSで見た憧れを再現実る若者たちを呼び込む仕掛け)
- ★ 女有資格! 和菓子作り体験
- ★ 観月荘を地域づくり活動の拠点に!
○ 中興の泊まり込みの若者が地域のイベントの運営・広報、企画などに参画
○ 農作業、製造業などの地域の基幹産業に携わる
→ 定期的なつながり、交流の創出



天洋丸

- ★ 漁師体験等の手伝い
○ 一年漁師や、漁師体験に来ている若者との交流(若者ならではの情報交換)
- ★ 異文化交流: 外国人技能実習生との文化交流
○ 経験実習生の出身地の郷土料理を雲仙市産の食材で再現、試食
○ ニボサンパルを運営したユニークなレシピ動画の作成・発信等
- ★ SNSを使った情報発信と若者の巻き込み
○ 天洋丸の食品を使ったレシピコンテスト等を企画→SNS上で投稿
○ SDGsなどに取り組む地元の高校生と若者の交流(SDG14(海洋)について共に学び、考えるワークショップの開催など)



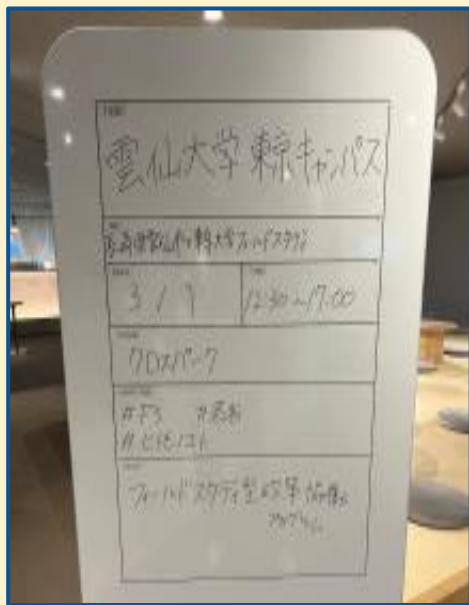
各事業費を減らす訪問費には特典を用意するの一案?!

例) 雲仙市内滞在中に天洋丸の漁師体験及び観月荘宿泊の人は、観月荘女将特別の和菓子α天洋丸の専干し製品が提供されるなど

渋谷QWSでのイベント (2023年3月1日(水) 13:00～16:00 イベントスペース参加者数 約40名)



雲仙市の紹介、地方をテーマにした様々なQWS PJTや事業者によるプレゼンとともに、FS雲仙市チームもこれまでの活動について発表。



イベント中に出たキーワードを元にしたワークショップや代表者によるパネルディスカッション。FSの他地域のチームや修了生からも参加者があり、活発な意見交換や交流が繰り上げられた。



まとめ



雲仙市における東大FSの活動意義

- 当初は、雲仙市からは **関係人口拡大**という大きな課題に対して、学生側からの比較的 **自由なアイデア**を求められていた。
- **東大と雲仙市が政策協働を行う意義** や、**東大だからこそ**の専門的知見、ノウハウ、ポテンシャルなどを生かさないかを学生間や自治体との間で問い続けてきた。これが **デジタルマップ**や**若者の声を聞く**といった**アイデア**につながった。

デジタルマップというツール

- デジタルマップは雲仙市の取り組みや魅力を **分かりやすく発信し、関係人口の拡大を促す** という目的で考案した。しかしそれだけではなく、雲仙市での経験を自身がマップに書き込むことで **いちプレイヤーとして自分の言葉で雲仙を発信**してもらうことができる。
- **教材やしおりとしても活用** でき、現地での活動にそのまま役立てることができる。

デジタルマップの作成や若者をターゲットとした活動について検討する中で、**もともと雲仙市が描いていた構想(オープンイノベーション)にも沿うような形へと結びついていっている**



東大FS | 長崎県南島原市

空き家を活用した地域づくり

平元友莉
岩城燎
小淵大輔
中島悠夏





目次

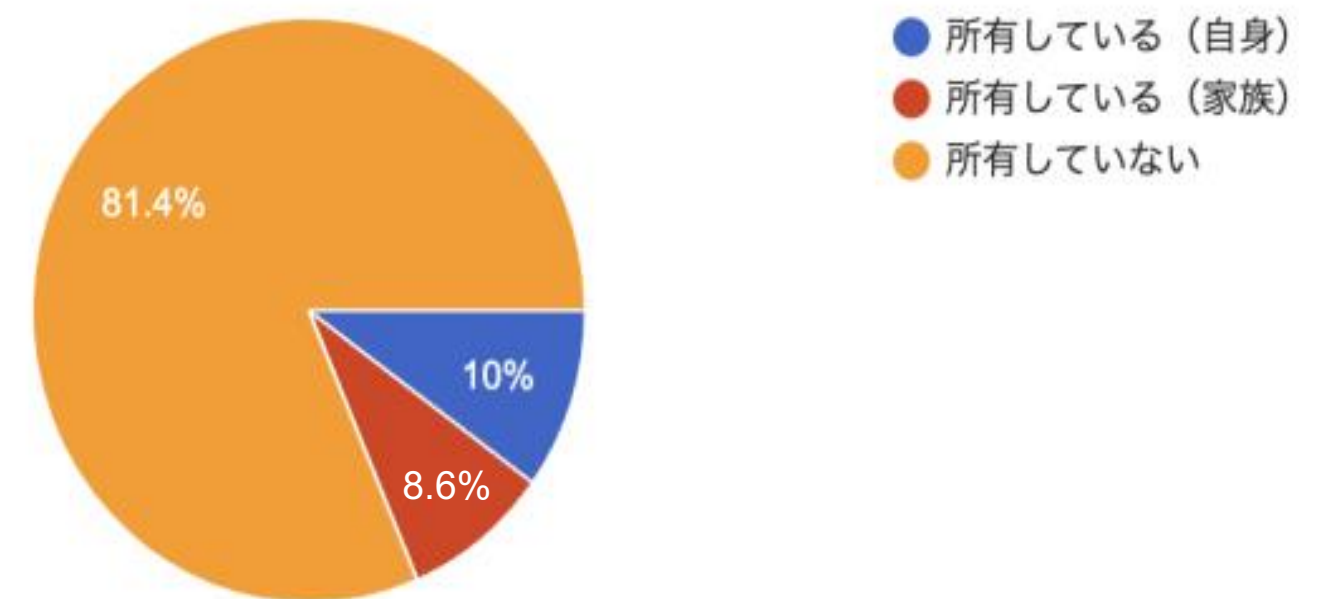
1. 南島原市における空き家の現状
2. 空き家問題の背景とその解決案
3. 新たな空き家活用方法

南島原市における空き家の現状

- 住民にアンケートを実施した結果、**18.6%**が空き家を所有していると回答
- 南島原市による調査では、2018年12月時点で市内に**1044件**の空き家を確認

現在、空き家をご自身もしくはご家族が所有していますか？

70 件の回答



空き家問題の背景にある課題とその解決案

- 1. 物件の管理コスト → 既存の「空き家管理パック」の充実化
- 2. 家財の処理コスト → 片付けサービス・処分可能日の増設
- 3. 空き家の引き取り手の不足 → 市が引き取り・活用方法の提案（Airbnb等）
- 4. 状態の悪い空き家の処理 → 解体費用補助制度の周知
- 5. 空き家バンクの制度内容の認知度の低さ → 空き家ドナー制度

空き家問題の背景にある課題とその解決案

- 1. 物件の管理コスト → 既存の「空き家管理パック」の充実化
- 2. 家財の処理コスト → 片付けサービス・処分可能日の増設
- 3. 空き家の引き取り手の不足 → 市が引き取り・活用方法の提案（Airbnb等）
- 4. 状態の悪い空き家の処理 → 解体費用補助制度の周知
- 5. 空き家バンクの制度内容の認知度の低さ → 空き家ドナー制度

課題3 空き家の引き取り手不足

■ 空き家の引き取り手に関する問題点

- 引き取り手のいない空き家は少なくないという現状
- 空き家の引き取り手の数が今後の空き家バンク登録数と同様に増大するとは限らない
- 空き家バンクに登録された状態のままで時間が経つと空き家管理コストだけが累積し、空き家を解体することにつながる



■ 状態のいい空き家は市が引き取って活用

- 空き家を市もしくは委託先が管理し、Airbnbや移住者お試し住宅として活用
- 管理コストはAirbnb等の宿泊料によって賄えることが理想



課題5. 空き家バンクの制度内容の認知度の低さ

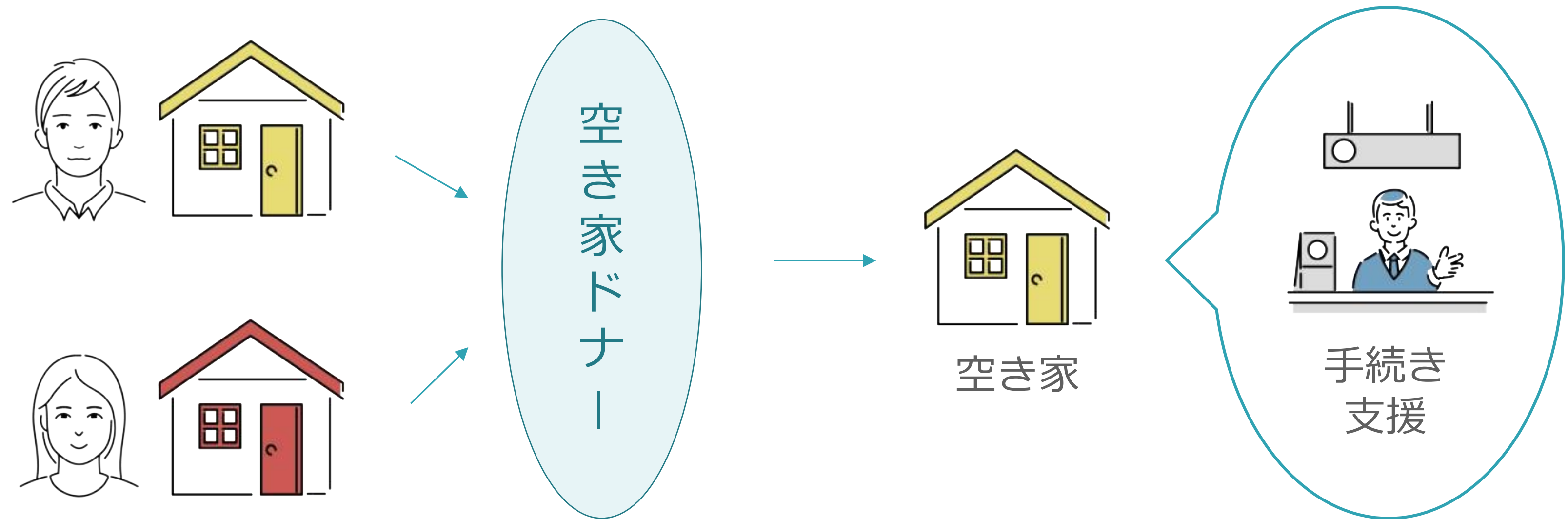
「まだ空き家を所有していないため空き家バンクに興味がない」

という人が**50%以上**



空き家ドナー制度 の導入

空き家ドナー制度



- 自分が去った後に家が空き家になる可能性のある住人が事前に登録しておけば、空き家になった際に市が賃貸や売買などの手続きを支援する制度

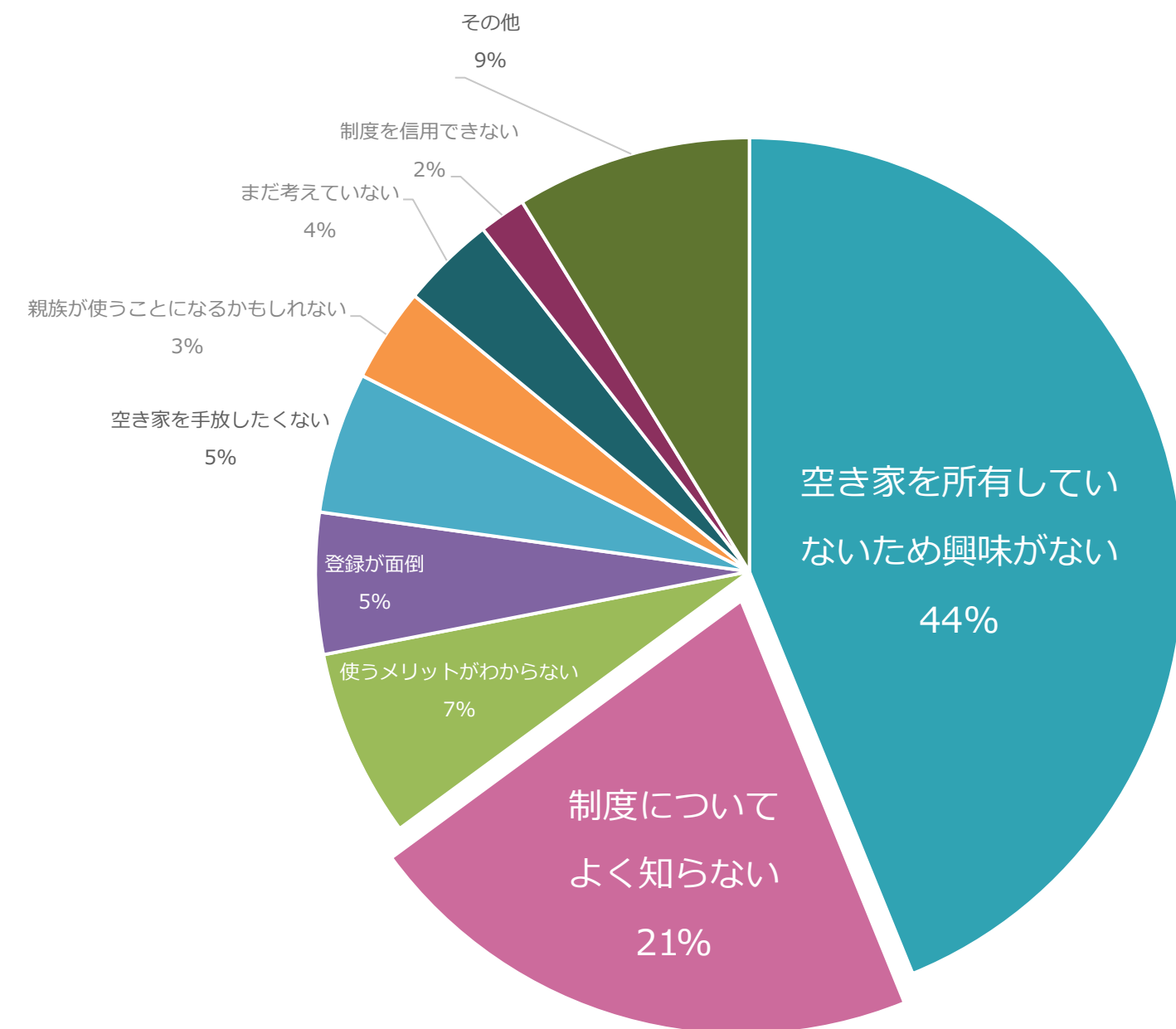
制度の周知強化

「空き家バンクの仕組みについてよく知らない」
という人が **21%**

▶ 制度についてのさらなる広報が必要

- 広報誌での周知
- イベント開催

空き家バンクを使おうと思えない理由として当てはまるものをお選びください。
(複数回答可)





空き家を使って南島原市に人を呼び込みたい！

空き家の活用方法

▶ ワークेशनパッケージの策定

✓ ワークेशनとは

「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語。

観光地やリゾート地でテレワークを活用し、働きながら休暇をとる過ごし方。
在宅勤務やレンタルオフィスでのテレワークとは区別される。

空き家の活用方法

全国各地で、自治体主導のワーケーションパッケージが策定されている

三重県

とこわかワーケーション SDGsプログラム造成事業

企業型

個人型

概要

◆ 企業やその社員を対象に、SDGsへの貢献や働き方改革の推進、地域課題の解決につながるワーケーションプログラムの造成を行います。

◆ ワーケーションの導入を検討されている企業の皆様と連携してニーズの掘り起こしを行うとともに、造成されたプログラムを実際に体験（テストマーケティング）いただき、そのフィードバックのもとブラッシュアップを行います。

◆ テストマーケティングの参加費は三重県で負担します。ぜひ、貴社のワーケーション導入に向けた視察や制度設計の検討にご活用ください。

実施期間

2022年 夏～冬

事業種別

◆ 体験イベント等の開催

◆ 必要経費の助成

URL

<https://workation.pref.mie.lg.jp/>

ワーケーション目的地として三重を選ぶ7つの理由：

① 県が中心となってワーケーション誘致や二次創業を支援しており、県内にも受け入れを歓迎する地域や新たに整備された施設が多い。

② 空港や新幹線停車駅はないが、首都圏や関西圏、中部圏からのアクセスが良く、物流ネットワークの恩恵も受けている。

③ 第一次から第三次まで幅広い産業が発展し、伝統と革新が共存する豊かな産業文化がある。

④ 自然が豊かで、山岳地帯からシーサイドエリアまで地形も多彩で、体験できるアクティビティも豊富である。

⑤ 上記③、④により、貴社のワーケーションニーズ（チームビルディングや研修、イノベーション等）の選択肢が豊富である。

⑥ 一年を通じて気候が温暖で、山の幸・海の幸に恵まれており、新鮮な高級食材も地元価格で楽しむことが出来る。

⑦ 古くから持続可能性を体現してきた伊勢神宮や自律的に資源保護に努めてきた海女漁等があり、SDGsと親和性の高い歴史がある。

宮崎県

みやざきワーケーション企業版関係人口拡大プロモーション

企業型

個人型

概要

◆ SDGs・CSRや地域課題解決など地域とのつながりを求める企業約15社と宮崎県内市町村とをマッチングし、ワーケーションを体験していただきます。

◆ ワーケーションは、2泊3日を想定しており、1企業あたり2名分の経費（旅費、宿泊費、施設等使用料、プログラム体験料、意見交換会費等）を県が負担します。

◆ ワーケーション期間中は、委託業者が同行します。

実施期間

2022年9月頃～2023年2月まで

事業種別

◆ マッチング

◆ 必要経費の補助

URL

<https://iju.pref.miyazaki.lg.jp/workation/>

企業版関係人口拡大プロモーション

都市圏企業

マッチング

市町村

ワーケーション受入の実施

みやざきワーケーションホームページはこちら！！

ワーケーションパッケージ

ターゲット：九州在住の20-30代（ワーケーションへの関心が最も高い世代）

期間：1週間程度

場所：お試し住宅など

費用：クリーニング代のみ（アクティビティ・食事の代金は自己負担）

ワーケーションパッケージ（一例）

費用：約18000円+食費等

時	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目	6日目	7日目	8日目			
7	チェックイン 原城跡など	船釣り体験		蔵めぐり				チェックアウト			
8						work					
9											
10		イルカウォッチング									
11		前浜海水浴場				蔵めぐり	サンエスファーム （しいたけ工場） エコパーク論所原 （BBQ）				
12											
13						サイクリング					
14											
15					work						
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											

南島原版ワーケーションパッケージ

宿泊施設／ワークスペース

- ・ お試し住宅（通信環境整備済）
- ・ 自転車の貸し出し・カーシェアの導入
（市内での交通手段が乏しいため）

観光プログラム

- ・ 海水浴場
- ・ イルカウォッチング
- ・ 釣り体験
- ・ 蔵めぐり
- ・ キリシタン関連の史跡・記念館等見学
- ・ しいたけ工場見学



南島原版ワークショップパッケージ

交流プログラム

- ・ 民泊
… 地元の人と交流しつつ、
南島原の魅力をより深く知る機会を提供



短期的な副業

- ・ 「タイミートラベル」
… 地元の産業の現場で働くことを通じて
南島原について知る機会を提供



活動を通じて学んだこと

- ◆ 空き家問題は現在進行形で深刻化している
- ◆ 各地で空き家問題への対策が考えられている
- ◆ 地域で暮らす方々の声を聞くことで、地域の問題についてより深く知ることができる



東大FS 諸塚村

文科一類2年 内谷太亮

文科三類2年 鈴木月乃

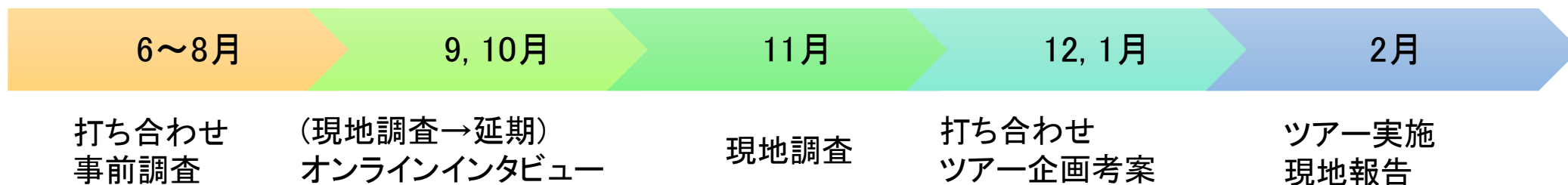
工学系研究科修士1年 徳山想

農学生命科学研究科修士1年 矢野菜々絵

目次

- 6～10月 自主調査学習/オンラインミーティング
 - 諸塚村について
 - 諸塚村の課題
- 11月 現地調査
- ツアー企画/ツアー実施報告
- 今後の展望
- 1年を通して学んだこと

1年間のスケジュール



諸塚村について



出典:もろつかナビ
<https://www.morotsuka-tourism.jp>



- ・村の面積の9割が森林
- ・人口は1,393人(令和5年1月1日現在)
- ・平地はほとんどなく、山の斜面に84の集落が点在

諸塚村の課題

人口増加政策 <「人づくり」

広く知れ渡るといよりは、

興味を持ってくれる人と繋がりを作りたい、継続したい



FSメンバーに求められる役割

交流人口、関係人口創出のきっかけを作る

現地調査 2022/11/3～11/6



	11/3	11/4	11/5	11/6
矢野	・山祭り参加 ・インタビュー ・古民家宿泊	・農家見学 ・古民家体験	・集落見学 ・キャンプ場見学 ・林業現場見学	・農家民宿宿泊 ・めんばづくり ・ふりかえり
徳山				
内谷				
鈴木				



ツアー企画

現地活動を経てわかった魅力:

- ・村の暮らし・日常
- ・素材/プロセスが見える
- ・パワフルな人との交流

ターゲット・体験してほしいこと:

- ・私たちのような若者に
- ・刺激を受けてほしい/観光ではない、記憶に残る経験をしてほしい

キーワード: 日常を非日常にする

都会の私たちにとっての非日常が、諸塚では日常。諸塚の日常を旅で経験し、都会とのギャップを味わう。→「観光しない旅」

ツアー企画

コンセプト:

【観光しない旅ー諸塚の暮らしに混ざってみませんかー】

料金:

Aコース 19,000円 Bコース 23,000円

- ・ 2月10日(金)～2月12日(日)
- ・ 参加者:5名 + FSメンバー4名
で実施



観光しない旅。
-諸塚の暮らしに混ざってみませんか-

旅の日程 2/10(金) 2/11(土) 2/12(日)

11:00 市内集合 古田まで移動 Aコース【魚屋「つなぐ」の海鮮】 Bコース【魚屋「つなぐ」の海鮮】 16:00 市内集合解散

申し込み 宮崎県諸塚村HP(右のQRコードより) 一般社団法人 諸塚村観光協会 担当 電話 0985-81-0100

締め切り 2/3(金)17:00 ※定員になり次第締め切ります。

諸塚村HP

お問い合わせ先 一般社団法人 諸塚村観光協会
〒885-0001 宮崎県諸塚村大字大田 1-1-1 電話 0985-81-0100 携帯 0985-81-0101
Eメール 観光@shimokita-net.jp

ツアー参加者募集チラシ(徳山作成)

ツアー実施報告 Aコース

AB共通:
参加者全員と村の方々
で、食事しながら交流

農家民宿で
村の日常を体験

しいたけなど
特産品を活かした食事

14:30 日向市駅集合
移動(マイクロバス使用)

15:30 諸塚村しいたけの館21集合※受付/参加費

16:00 森の古民家体験

08:00 宿発 (ワゴン車利用)
昼食ピザ作り体験
周辺散策、福寿草・ミツマタ観察
※14:00 1泊2日の方解散
農家民宿「新家」泊

08:00 宿発
農家民宿の畑案内・手伝い
10:30 しいたけ「ほだ木」運搬体験
12:30 昼食
13:30 移動
14:20 経費精算・解散
15:20 日向市駅着



ツアー実施報告 Bコース

AB共通:
参加者全員と村の方々と、食事しながら交流

林業の生産・加工現場
で見て学ぶ
キャンプで森を感じる

村の方々との
お食事

めんば:
わっぱ弁当のような容器

14:30 日向市駅集合
移動(マイクロバス使用)

15:30 諸塚村しいたけの館21集合※受付/参加費

16:00 森の古民家体験

08:00 宿発

林業現場, 木材加工センター製材所見学
キャンプ場での「森居間空間」体験

※軽食付

※14:00 1泊2日の方解散

16:00 土間焼酎体験 (桂集落)

18:00 学びの館宿泊

08:00 宿発

08:30 めんば作り体験

14:20 経費精算・解散

15:20 日向市駅着



ツアー実施報告

参加者アンケートの結果

Q. 今回のツアーを経て、自分の認識や考え方など、変化した部分があれば教えてください。

A. そこに住む人たちの生活を実感したのは初めてでした。

A. 諸塚村について全く知識が無かったところから、様々な体験をすることができて、諸塚村に住む人々の暮らしや文化、林業についての理解がより深まりました。



今回の旅のキーワード
「日常を非日常にする」
が参加者に伝わった



今後の展望

「観光しない旅」のシリーズ化

今回は都会に住む若者にターゲットを絞り、ツアーを企画、集客を行った

我々の「観光しない旅」というコンセプトは、「日常の旅化」という近年の旅行のトレンドにマッチしたものであり、需要が高いパッケージであると考える

今後は「諸塚村外に住む諸塚村出身の40~50代」や「九州地方に住む子育て世代」などさまざまな層に展開していきたい

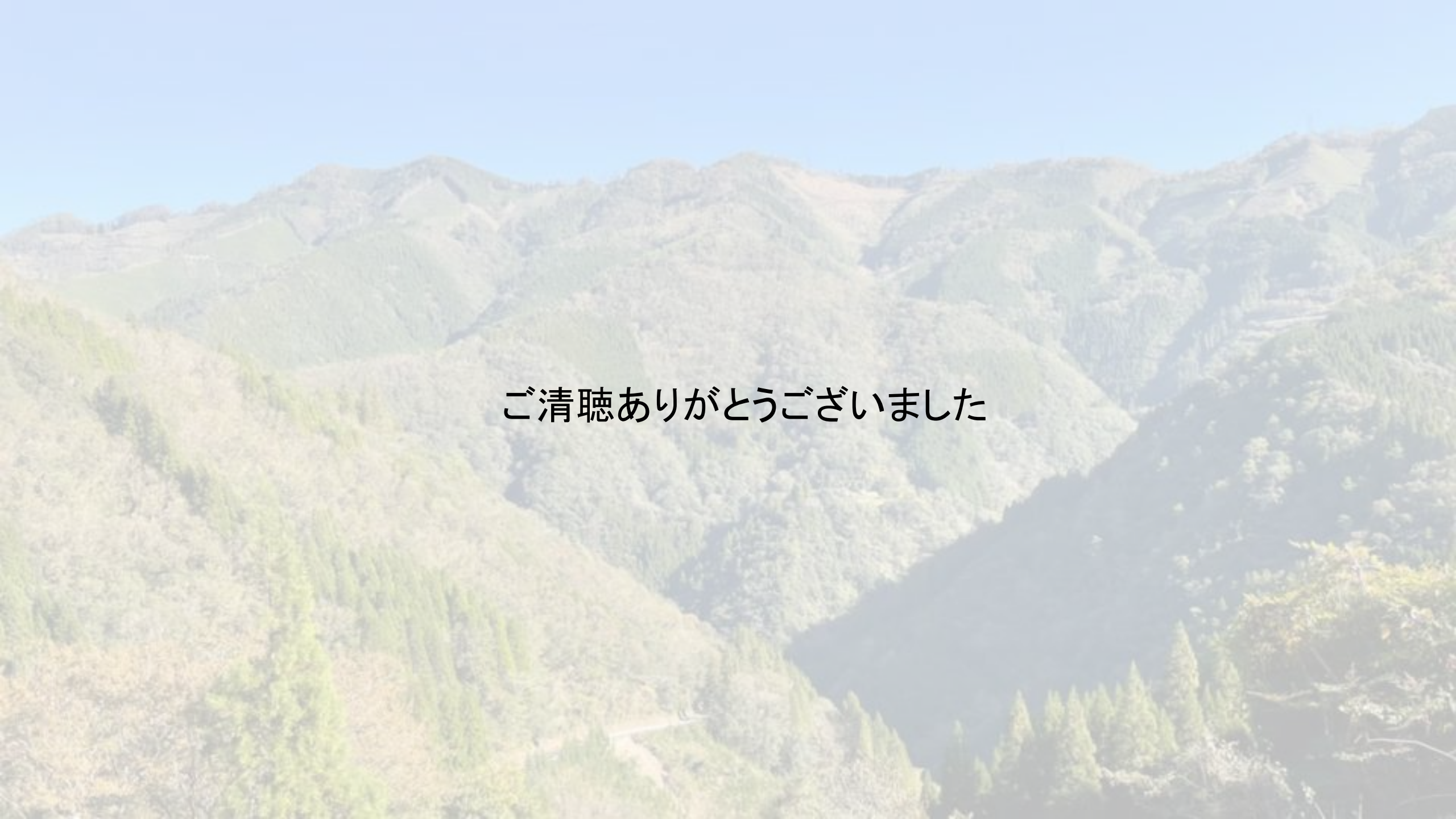
旅の参加者が繋がるポータルサイトの設置

記憶に残る経験をしてほしいというのが我々企画側のスタンス

観光しない旅を経験したからこそ共有できる記憶、感じたものがあり、それを参加者同士で出し合ってもらうことで、諸塚村のことをいつまでも旅の参加者の記憶に留めておく

1年を通して学んだこと

- 村の方も様々な活動をしており、**全国に先駆けて**取り組んでいる事例もある。今後は村からの発信以上に、**村外から始まる発信**をいかに増やし、拡大していくかが大事だと思った。
- 村に魅力があることと、その魅力を外部の人に知ってもらうことは別だと感じた。**魅力を広めることの難しさ**を学んだ。
- 村民や村にゆかりのある方々と交流する中で、村づくりに関わる方々の、**村への思い**の一端に触れることができた。また、そういった方々との**協働に少しでも携われたこと**が、自分にとって大きな経験になった。
- 村の方の、「**できれば諸塚にちゃんと興味を持ってきている人に来てほしい**」という言葉が印象的だった。単に求められた成果が出る提案をするのではなく、**地域の方の思いにも寄り添った提案**をすることが重要であるということを改めて実感できた。

A scenic view of a mountain range with green and brown slopes under a clear blue sky. The mountains are covered in dense forest, with some areas appearing more brownish, possibly due to autumn foliage or dry vegetation. The sky is a clear, pale blue.

ご清聴ありがとうございました