

令和4年度（2022年度）
地域連携型学生研究制度
中間報告会

令和4年（2022年）
11月1日（火）～11月2日（水）



発表プログラム

11/1	連携先 グループ名	研究テーマ	担当教員
1	熊本市役所 (みなみくん)	熊本市南区における新たなまちづくりの担い手の発掘 及び育成手法の検討	環境共生学部 柴田祐
2	宇土市役所 (宇土プロジェクト)	マイクロツーリズムとしての「宇土の小さな旅 ～uto small trip～」の開発	環境共生学部 柴田祐
3	宇土市まちづくり推進課 (高濱研究室 宇土市グループ)	SNS を使った広報の効果的な実践について	総合管理学部 高濱信介
4	熊本市役所都市建設局 都市政策部市街地整備課 (コンパクトシティまちづくり)	「月出長嶺エリア」における都市政策と まちづくりについて	環境共生学部 鄭一止
5	熊本市役所 市営住宅課・住宅政策課 (佐藤工務店)	熊本市営住宅の環境評価と今後の活用に関する研究	環境共生学部 佐藤哲
6	熊本市自転車利用推進課 (タカハマサイクリング)	自動車通勤から自転車通勤への転換	総合管理学部 高濱信介

11/2	連携先 グループ名	研究テーマ	担当教員
1	一般社団法人玉名観光協会 (たま rism)	玉名市観光業活性化に向けた地域特性の調査と分析 そして活性化策の具体化	総合管理学部 津曲隆
2	株式会社ジェイコム九州 熊本局(J:COM 熊本) (宮園ゼミ脱炭素チーム)	2050 年度ゼロカーボンに向けた 県民運動(家庭で実践できる取り組み)の啓発広報	総合管理学部 宮園博光
3	熊本市国際交流振興事業団 (KIF チーム)	熊本市の若者の国際交流推進に向けた事業開発	総合管理学部 宮園博光
4	天草市役所 (#天草)	若者へ効果的に企業情報を提供する 仕組みに関する一考察 —デザイン思考の観点からのアプローチ—	総合管理学部 井寺美穂
5	大津町商業観光課 (井田研究室)	ふるさと納税制度を利活用した 観光地域づくりの方向性について	総合管理学部 井田貴志
6	玉名市観光物産課 (タマ Navi)	玉名市公式ゆるキャラ「タマにゃん」と 玉名市観光 PR 動画を活用した効果的な情報発信	総合管理学部 津曲隆

<留意点>

- ・評価については、教員による評価と学生による相互評価を行います。
- ・教員による評価から優秀賞を、学生による相互評価から学生賞を授与します。

熊本市南区における新たなまちづくりの担い手の発掘及び育成手法の検討

メンバー：大村優莉奈、竹崎有麻、中武実鼓

指導教官：柴田祐

連携先：熊本市役所

グループ名：みなみくん

1 研究の背景 課題

1.1 南区について

熊本市南区は平成24年4月1日、熊本県の政令指定都市移行に伴い5つの区の1つとして誕生した。南区の区域面積は110.01平方キロメートルと北区に次ぐ広さで、熊本市全体の30パーセントを占めている。南区の人口は平成7年以降増加傾向にあり、国勢調査では平成27年から令和2年にかけての人口増加率は熊本市5区の中では最も高くなっている。また、高齢化率は26.8パーセントと熊本市5区の中では3番目に高いが、年少人口比率は16パーセントと最も高くなっている。これはつまり、新規に住宅が立地し若い新たな住民が増えている地区と、人口減少と高齢化が進む地区の両方が南区の中であることを示している。

このような背景もあり、南区は「まちづくり」に力を入れている。政令指定都市移行後に、区に魅力や特性をいかしたまちづくりの方向性を示すものとして、平成25年3月に「南区まちづくりビジョン」を策定した。南区は、小学校区数、まちづくりセンター及び公設公民館の設置数は熊本市5区の中で最も多くなっている。熊本地震の発生や新型コロナウイルスの影響など様々な情勢の変化を踏まえ、「いきいき暮らしのまち南区」を目指す区の姿とし、その実現に向けてこれまでに参画と協働によるまちづくりを進めてきた。

1.2 課題

近年、地域社会が抱える諸課題を解決する上で、「まちづくり」は重要な役割を担っている。まちづくり活動を推進するための条件として、仲間づくり、活動支援金の確保、地元との関係形成、行政の支援など、様々な条件が挙げられる。中でも、まちづくりの持続的な活動力・推進力を保つ

ためには、主体的に進めていく「人材」が最も根本的な条件である。しかし、地域の特性や課題には自治会などの地域団体が中心に活動しているが、高齢化や役員のなり手不足など様々な課題が全国的に広がっており、南区でも同様の課題を抱えている。

このような背景から熊本市南区では、今後のまちづくりを推進していくために、持続的な活動ができる仕組みづくりとして、様々な立場、職業、年代の多様な人材育成及び発掘に取り組んでいる。そして、まちづくりの担い手をいかにして育成するかが重要な課題である。

本研究では、新たな担い手の発掘及び育成手法を、南区に設置してあるまちづくりセンターで行われる、まちづくりワークショップに参加し実態を把握することで、南区のまちづくり担い手の発掘及び育成手法についての提案をすることを目的とする。



2 取り組みについて

2.1 活動実績

2.1.1 南区まちづくり懇話会

熊本市南区の地域特徴やこれまでの活動を把握するため、2022年8月24日に行われた、令和4年度第2回南区まちづくり懇話会に参加した。

平成24年度に策定された「まちづくりビジョン」が、令和4年で最終年度となる。懇話会では、新たなビジョン策定の取り組みに向けた、現行ビジ

ョンの振り返りを行った。南区の①農と漁業を誇れるまち②歴史・文化を育むまち③自然と共生した住みやすいまち④みんなが健康で元気なまち⑤地域ぐるみで子どもを育てるまち⑥安全・安心なまち、という6つの基本目標とそれぞれの取り組み方針に基づき、6班に分かれ、区役所職員など公的機関と住民とで意見を交換した。懇話会での、主な住民の方々の意見は以下の通りである。

- ・新規就農者が増えているため、より支援を充実させる
- ・マップなど既存のものを活用する
- ・南区内で地域間の連携を強固にする
- ・小学生や中学生の子供の教育が必要である。
- ・南区内での地域間の連携が必要である。また、地域と行政の連携も必要である。
- ・各分野に特化したコーディネーターの育成が必要である。



図2：ワークショップの様子



図3：発表されている様子

2.1.2 南部まちづくりセンター人材育成ワークショップ

2022年9月28日、熊本市南区のま

ちづくりセンターの1つである、南部まちづくりセンターにより開かれた人材育成ワークショップに参加した。南部地域の小中学校に通う子供を持つPTAの会長、副会長さんが集まり、校區別に3つのグループに分かれて話し合った。最初に「子どもたちが通う学校がこうだといいなと思うこと」を出し合った後「子どもたちに何を願ってそう思うのか」を話し合った。そして、それらを実現するためには「南部地域がどのようになってほしいか」を話し合うことで、子どもたちが将来も住み続けたいと思うようなまちづくりの参考になった。

2.2 活動の成果

地域のイベントや懇話会、まちづくりワークショップに参加したことにより、地域の方々は小学生・中学生の子供の教育を重要視していると考えられる。また異なる地区の活動に参加したことから、地域ごとに特色ある活動をされていることが分かったが、南区内の地域間の連携を必要としていることも把握することができた。

2.3 今後の展開

南部地区のワークショップに引き続き参加していき、地域の現状把握や住民の方々が願うまちとはどのようなものかを理解していく。これらの情報を活かして、新たなまちづくりの担い手の発掘及び育成手法を検討していく。対象人物は、地域の方々が大切にしている小学生・中学生にしようと考えている。また、南区内の地域間での連携した担い手の発掘・育成手法も考察していく。

3 引用文献

- ・まちづくり人材育成プログラムにおける学習経験と担い手像の形成に関する研究—松山アーバンデザインスクールの試み—
- ・熊本市『熊本市の「行政区の名称」の答申がありました！！』

マイクロツーリズムとしての「宇土の小さな旅 ～uto small trip～」の開発

“足元にある価値“を地元小学生と再確認しながら、子ども視点で観光資源を掘り起こす

メンバー：内田裕菜、谷口亜緒衣、辻田瞳、渡邊千夏

指導教官：柴田祐

連携先：宇土市

グループ名：宇土プロジェクト

1 インTRODクシヨN

1.1 はじめに

宇土市では、市内小学生を対象に地元愛醸成を目的とした事業として、マスコットキャラクター「うとん行長ちゃん」を足がかりにWS等の企画立案・実行を行ってきており、観光開発のキーワードとして「宇土の小さな旅～uto small trip～」を掲げている。これは、自然によって生み出される“足元にある価値“を子どもたちと再発見することで、大人が忘れてしまった感覚を取り戻す旅の要素になり得ることをコンセプトとしている。

本研究では、上記を踏まえ、宇土市の子どもたちと共に宇土市の地域資源の発掘を行い、まち歩きマップ等の作成を経て、子ども目線のツーリズム「こどもツーリズム」の開発を行うことを目的とする。

1.2 方法

子ども目線の自由な発想と視点で宇土の地域資源の発掘を行うため、網田地区・住吉地区の小学生と共に行うまち歩きを企画・実行する。

まち歩きに馴染みのない小学生が地域資源を認識・発掘しながら歩くことや感じたことを言語化することは、通常のまち歩きでは困難であると考えられる。そのため、如何に小学生に楽しんでもらうことのできるまち歩きにするかということが課題である。

そこでプレ調査として学生によるまち歩きを実施した上で、小学生に楽しんでもらうことのできるまち歩きを企画することとした。

取り組みについて

1.3 活動実績

今回の研究を行うにあたって、宇土市に馴染みのない学生がほとんどであったため、小学生と行うまち歩きのプレ調査を兼ねて、研究の対象とする地区のまち歩きを6月～7月にかけて、4地区を3日間で行った。

まず1日目は、6月24日(金)に戸口地区、網田地区のまち歩きを行った。戸口地区は、漁村集落特有の磯の匂いや狭い路地が特徴的であった。

(写真1) 網田地区は田んぼが広がっていたり、湧き水があったりするなど自然豊かな場所であった。(写真2)

写真1



写真2



2日目は、6月27日(月)に住吉地区のまち歩きを行った。住吉地区は山間部を中心に歩いた。棚田とその間を流れる川が美しく、緑豊かな地区であった。(写真3)また、宇土市網津地区にしか見られないピンク色をした馬門石の石切場跡にも足を運んだ。



写真3



写真4

3日目は7月1日(金)に宇土地区のまち歩きを行った。宇土地区のまち歩きでは、宇土城跡や轟水源、船場橋など宇土市の中でも有名なスポットを巡り、宇土市の既存の観光資源、歴史を体験した。(写真5)



写真5



写真6



写真7

1.4 活動の成果

6月～7月にかけての3回のまち歩きを通して、宇土市に馴染みがなかった学生が宇土市のことをよく知ることができた。また、時間をかけて写真を撮りながらまち歩きをしたことで、面白い、美しい、良いと思った所を探ることができ、小学生のまち歩きイベントを企画するために役立つ有意義なプレ調査となった。

1.5 今後の展開

以上のプレ調査を踏まえ、ゲーム性を持たせたまち歩き企画として、まち歩きとビンゴを掛け合わせたイベントを企画した。具体的な企画内容として、網田地区・住吉地区の小学生にまち歩きをしてもらい、小学生に面白いと思ったものや良いと思ったもの・風景を写真に撮り、ビンゴを作成してもらう。その後、作成したビンゴを地区で交換し、網田地区の小学生は住吉地区のビンゴを、住吉地区の小学生は網田地区のビンゴをしながら、いつも生活している地区ではない地区のまち歩きをってもらうこととした。今後、宇土市役所の方と連携しながら11月以降に上記のようなまち歩きイベントを開催する予定である。

SNS を使った広報の効果的な実践について

メンバー： 有川一平 江副廉 下田惇悦 瀬戸大貴 濱淵奎吾

指導教官： 高濱信介

連携先： 宇土市まちづくり推進課

グループ名：高濱研究室 宇土市グループ

1 イン트로ダクション

1.1 研究の背景

自治体は、広報誌や WEB ページなどによる情報発信を行っており、近年では特に SNS を使って広報を行う自治体が増えている。宇土市では、SNS を使った広報として、LINE、Instagram、Facebook の 3 つの媒体を使用しているが、どの媒体も登録者数が伸び悩んでおり、うまく活用できていないのが現状である。

そこで、SNS をよく利用する私たち大学生の観点から、宇土市の SNS を使った広報について、現状の課題や今後の広報戦略についての検討を行う。本研究においては、宇土市が現在最も力を入れている媒体である Instagram を利用する。公式アカウント「宇土日和」は、2021 年 3 月 16 日に開設され、宇土市の観光地や飲食店などを宇土市内外の人々に発信し、宇土市を認知・訪問してもらうという目的で運営されている (図 1)。



図 1

1.2 研究課題

これまでのアカウントの投稿には、画像に枠や文字が付け加えられており、第一印象

象としては情報量が多く、写真が完全に主体となっていないように思われる。それが原因となり、見た目がお洒落ではない・映えないなどの感情を抱きやすい投稿になっていることが課題と考えられる (図 2)。



図 2

また、宇土市の印象として、長部田海床路や御輿来海岸などの有名な観光スポットのイメージが先行して、人や産業などの魅力まで発信しきれていないという点も課題として考えられる。

1.3 解決方法

宇土市の公式アカウントを 1 ヶ月間試験的に運営し、インサイト情報を活用しながら望ましい投稿形態を模索する。運営するにあたっては、以下のような活動を行う。また、最後に成果指標を検証する。

- 宇土市内の商業施設で、投稿についてのアンケートを行う。
- 投稿に関する素材収集のために、現地取材を行う。
- 現地取材を通して、宇土市の魅力を再発見する。
- 投稿する画像に加工を加えずに投稿作成を行う。

- インサイト情報の分析を行う。
- 成果指標に用いる数値の最終的な目標

- ・ いいね数

現状 1534 いいね(直近1ヶ月の合計)

→9/15-10/15の合計いいね数増加

- ・ リーチ数

現状 1.3万人(直近1ヶ月の合計)

→9/15-10/15の合計リーチ数増加

- ・ フォロワー数

現状 1,972人(9月14日時点)

→10/15時点でフォロワー数増加

2 取り組みについて

2.1 活動実績

5月に宇土市役所企画部まちづくり推進課の担当者の方と、オンラインで今後の研究についての打ち合わせを行った。アカウントの現状を直接ヒアリングし、今後の大まかな活動日程を決定した。

6月から7月にかけて、アカウントの現状を再度分析し、他自治体のアカウントとの比較をした。また、運営時の投稿作成にあたって現地取材や宇土市の風景などの撮影も行った。8月・9月は、7月に引き続き現地取材や写真撮影を行った他、宇土市の商業施設でアカウントの認知度や興味のある投稿についてのアンケートを実施した。加えて、9月15日から10月15日までの1ヶ月間、投稿についてはメンバーで確認し合いながら、実際にアカウントの運営を行った。

2.2 活動の成果

アンケート結果からは、宇土市外の方のみならず宇土市内の方からも公式 Instagram アカウントの認知度が低いということが分かった(図3)。また、グルメや

綺麗な景色などの投稿が見たいという意見が多いことが分かった。(図4)

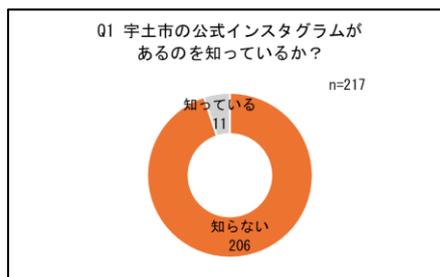


図3

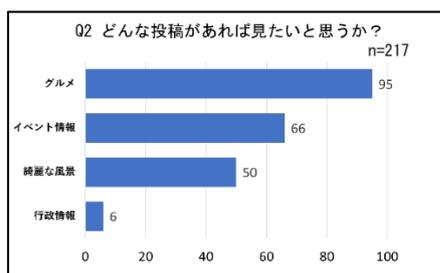


図4

また、取材やアンケートの結果に基づいて、実際の Instagram での投稿は、投稿する画像に従来のような枠や文字などの加工を加えずに作成をした。伝えたい情報はキャプションに書き、投稿の第一印象で魅力を感じるように写真そのものの良さを意識した投稿を行った。(図5)



図5

2.3 今後の展開

今後は Instagram のプロアカウントの機能を使い、Instagram の動きの内訳の分析や、結局は何が映えるのか、そして宇土市のアカウントを知らない人たちにどうアピールするのかを検討する。これらの結果を踏まえて、最終的には今後宇土市がどのようにアカウントを運営すべきかを提案する。

「月出長嶺エリア」における都市政策とまちづくりについて

メンバー：小善智矢、鳥井健斗、桐原里旺、松崎なな子、西嶋星ラ

指導教官：鄭一止

連携先：熊本市役所都市建設局都市政策部市街地整備課

グループ名：コンパクトシティまちづくり

1 イン트로ダクション

1.1 研究の背景と課題

多くの地方都市では、急速な人口減少や少子高齢化を原因とした低密度な市街地となっている場合が多い。そこで熊本ではコンパクトシティを図り、立地適正化計画を策定し、中心市街地と15か地域拠点を設定している。県大の位置する長嶺地区もその一つである。しかし、立地適正化計画に対する認知度不足、成果の不足などが課題としてあげられている。

一方、*covid19*の影響により、屋外空間やまちの店舗の利用形態に大きな変化が起きている。自宅以外の居場所に対するニーズは高まりつつある一方、実際の利用は減っている場合も見られている。

1.2 解決方法

そこで「月出長嶺エリア」を対象に、①都市政策と現況の乖離、②県大生から見る学外の居場所の実態とデザイン、③県大生から見る学内の居場所の実態とデザインをテーマとして研究実践を行う。

①としては、熊本市市街地整備課、地元民などへのインタビュー調査をもとに作成するアンケート調査が主な方法である。

②としては、県大生へのインタビュー調査をもとに作成する居場所を紹介するカタ

ログを開発し、それに対するアンケート調査を実施することが主な方法になる。

③としては、図書館とグローバル棟の間に位置する西門通りを対象として、日常型イベントの使われ方と県大マルシェという非日常型イベントの使い方について滞留観察調査を実施する。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

①として、平成27年の長嶺地区(立地適正化計画を行う一年前)と令和4年現在の長嶺地区を見比べて各誘導施設の変化を調べた。また、月出3町内の町内会に出席し、参加者にヒアリング調査を行った。

②と③の結果、地元民を対象としたインタビュー調査、西門通りでの滞留観察調査を実施した。計7店舗の魅力を発見するとともに、普段の西門通りの使われ方について知ることができた。特に後者としては女性の利用滞在が欠けている現状が明らかになった。

以上をもとに、10月14日(金)の午後4-6時の間、西門通りにて「地域と学生をつなぐ県大マルシェ」を実施した。地元の店舗が3店舗出店し、それらを紹介するお店7か所を紹介するコーナーを設けるとともに、地域密着型取り組みをしてきている研

研究室やサークルなどの活動を紹介するギャラリー空間、居心地良く長く滞在できる滞留スペースを設置した。ファニチャーとしては、佐藤研究室でデザイン制作してきた木材椅子をはじめ、ハンモックなど既製品を利活用した。

2.2 活動の成果

①の結果、誘導施設の変化については大きな変化を見ることはできなかった。このことから行政は長嶺地区の誘導施設においては「維持確保」を目標としていることが分かった。ヒアリング調査では地域住民の生活について聞くことはできたが時間がなく長嶺地区に求めるものなど、長嶺地区に対する地域住民の評価を聞くことはできなかった。

②では、カタログに載せる店舗の分類ごとに撮り方と内容を変更させるという工夫をした。例えば、地元根付いている老舗の場合、店主の方の写真を掲載したのに対し、おしゃれなインテリアのお店の場合、お店の雰囲気写真を写真で示すことでそれぞれの特徴を取り上げる事ができた。県大マルシェでは、ショップカードや名刺とともに、店主や店舗の雰囲気をハガキに書いて一緒に展示した。インタビューによると、「知っていたお店でも店主の雰囲気など知らなかったところまで伝わった」との答えが多く見られた。

③では、普段通行目的に使われていた西門通りだが、県大マルシェを実施することで、多くの滞留と長時間

の滞留が見られるようになった。何より、単なる通行だけでなく、普段も「滞留できる」のだという考えがアンケート調査で40%も確認できたことが大きな成果と言える。

2.3 今後の展開

①としては、関連報告書の分析とアンケート調査の実施をする予定である。

②としては、県大マルシェでの展示を参考にしながら、学生の居場所が見つかるカタログに取り組む。

③としては、日常型社会実験を実施し、評価分析するとともに非日常型社会実験「県大マルシェ」をあと2回実施し、評価分析する予定である。

注釈

・「月出長嶺エリア」とは、熊本市立地適正化計画で示されている日赤病院を中心とした生活圏である長嶺地区を指し、月出・長嶺・帯山・託麻西・託麻南・山ノ内などに当たる。

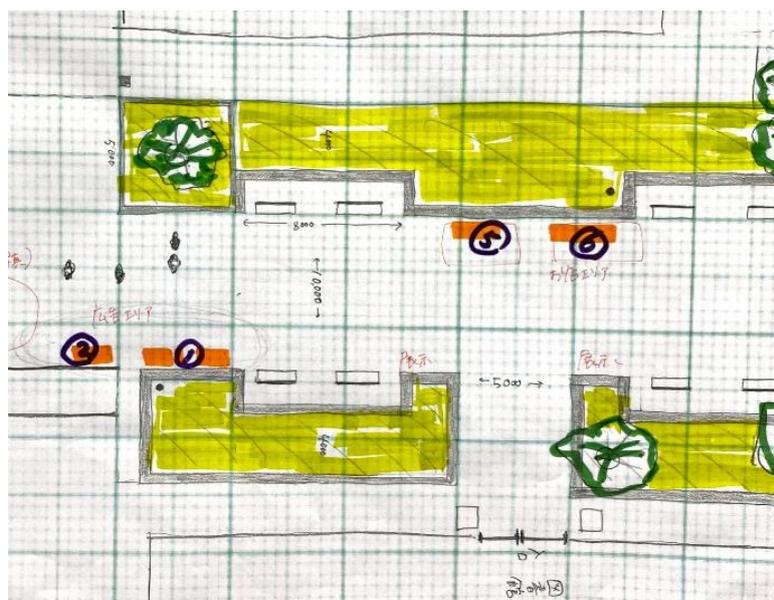


図1 「県大マルシェ」の初期プラン vol.1

熊本市営住宅の環境評価と今後の活用に関する研究

メンバー：和田 明希歩, 石田 有希, 塩谷 葵, 西本 改, 丸山 美咲, 橋本 理彩子

指導教官：佐藤 哲

連携先：熊本市役所 市営住宅課・住宅政策課

グループ名：佐藤工務店

1. 研究の背景と目的

熊本市営住宅は、2022年10月現在、133団地、13,348戸、空室率は約13%である。1992年以前に建設されたものが全体の約57% (76団地)、EVが整備されていない団地は全体の約72%である。階段室型(4〜5階建・EV無)の空室率が特に高く、空室は上層階に集中している。また、団地住民の高齢化が進んでおり、自治会活動や団地のイベントなどが実施できず、コミュニティ機能の維持に課題が見られる。

以上より、熊本市は、市営団地の集約(管理戸数の削減)を進める意向であるが、削減対象となる団地は、単純に空室率の高い団地とはならない。空室率が高くなる要因は、建物の老朽化だけではなく、団地周辺環境も関係してくる。生活利便性の高い地域に立つ団地は、建替えや改修し存続することも考えられる。

本研究では、集約する団地の選定、方針決定に活用することを目的に、全熊本市営住宅団地を対象に、団地環境調査を実施する。団地建物、買い物や通勤、通学等の利便性も含めた周辺環境も総合的に評価を行う。

また、集約後の団地コミュニティ活性化の検討として、若年層に団地に興味を持ってもらうための施策として、大学生の目的外入居を検討し、提案を行う。

2. 研究の方法

本研究では、表1に示す事前調査と、環境評価として調査1、コミュニティ活性化の検討として調査2を実施する。

表1：調査概要

事前調査	<ul style="list-style-type: none"> 熊本市市営住宅管理センターHPから、全団地の建物概要を整理 棟数・間取り(nLDK)、間取り数、階数、EV有無、住所等 東区東本町団地、若葉団地、東町桜団地、東尾ノ上団地、栄第一団地、栄第二団地を対象に、半径500m以内にある施設の類型化 商業施設(スーパー、コンビニ等)・行政機関・金融機関・医療機関・学校(小中高)・幼保施設・公共施設(図書館・公民館)等]
調査1	<ul style="list-style-type: none"> 熊本市営住宅住民を対象とした団地環境アンケート調査 調査期間：2022年10月〜2022年11月 配布件数：全団地、13,348戸から2,620(19.6%)抽出 内容：世帯主、または世帯主に準ずる方が回答、世帯状況(世帯構成員の数、年齢、性別、収入、車の有無)、住戸状況(居住階数、間取り、住戸選択で重視する項目、満足度)、徒歩以外でよく利用する交通手段、団地周辺環境評価として、以下20項目の重視度と満足度 ①コンビニへの距離、②大型店舗への距離、③スーパーへの距離、④かかりつけ医への距離、⑤総合病院への距離、⑥福祉施設への距離、⑦銀行・郵便局への距離、⑧行政機関への距離、⑨近所づきあい、⑩子供の小中学校区、⑪幼保施設への距離、⑫高校への距離、⑬職場へのアクセス、⑭地域コミュニティ、⑮自治会の活発性、⑯広場や子供の遊び場、⑰団地内道路や通路の安全性、⑱公民館や図書館などの利便性、⑲子育て支援機能の利便性、⑳団地周辺の風紀や治安
調査2	<ul style="list-style-type: none"> 熊本市市営住宅を対象とした大学生特例入居制度の検討 対象団地：熊本市営住宅 長嶺団地 (熊本市東区長嶺南3丁目10〜10) 間取り3K、3DKの2タイプ、 建設年度1975〜1976年、総戸数300戸、 中層耐火5階、階段室型、EV無 内容：最上階(5階)3Kタイプ5戸を熊本県立大学学生向け住戸 運営体制を熊本市、熊本県立大学地域連携センターと検討 熊本市では、現在400万円/戸程度での改修を検討しているが、当プロジェクトを他大学にも波及させることを念頭に、改修費用を抑えた簡易改修案を作成し、2022年度中に一戸の改修を目指す。 調査1アンケートで、学生入居に対する団地住民に対する評価を行う。

3. これまでの活動と考察

熊本市の市営住宅管理センターは、「中央・北・西区」「東・南区」の2つに分けられ、情報提供サイトも2つある。建物写真や図面データは掲載されているが、全ての住戸タイプは掲載されておらず、周辺環境情報はGoogle Mapのみである。

そのため、表1に示す6団地(事前調査)を対象に、団地周辺施設の調査を実施し、図1に示すMapを作成した。これをもとに施設の類型化を行い、調査1のアンケートを作成した。入居者の周辺施設・環境に対する重視度と満足度を分析する予定であり、全団地13,348戸から抽出を行い、2,620世帯に配布済みである。

調査2では、熊本市市営住宅課と協議を行い、熊本県立大学生が市営住宅に特例で入居する候補選定を目的に、2022年5月に、県立大学に近い東区长嶺団地(図2)の調査を実施した。長嶺団地には、3K、3DKの2つの住戸タイプがあるが、協議の結果、3K最上階である5階の5戸を対象に、検討することとなった。

熊本市は、団地住戸の改修・リフォームを実施する場合、400万円/戸程度の予算を想定しているが、将来的に大学生特例入居制度を市内全域に広げる場合、予算の確保が課題となる。そのため、入居者によるセルフリノベーションを想定し、低予算で改修できる改修案(図3)の作成を行った。提示している改修費は材料費のみであり、人件費は含んでいない。

また、調査1で配布したアンケートに、団地入居者に大学生の入居について評価を依頼し、入居者に受け入れられる制度であるかを分析する。

図1：東尾ノ上周辺環境マップ



図2：長嶺団地外観写真・図面



図3：長嶺団地セルフリノベーション改修案



4. 今後の活動

調査1では、2022年10月に発送したアンケートを回収後、データを集計し、分析を行う。

調査2では、熊本県立大学学生に対して、学生居住のニーズ調査アンケートを行う。また、市営住宅では、退去時に原状復帰が求められるため、大規模な改修は難しい。原状復帰が可能な簡易的な改修プランを検討し、2022年度中に一戸の改修を目指す。

自動車通勤から自転車通勤への転換

メンバー：小夏駿・村上菜々子・安武実奈穂・米本真由

指導教官：高濱信介

連携先：熊本市自転車利用推進課

グループ名：タカハマサイクリング

1 イントロダクション

1.1 研究の背景

熊本市は2012年4月、全国で20番目の政令指定都市となり、今年で10年目を迎えた。熊本市のみならず、全国でモータリゼーションが進み交通事故や渋滞、大気汚染などの様々な問題が増えている。熊本市は特に交通渋滞の問題が大きく、市内を通行する自動車の平均速度は16.1km/hを記録している。これは東京・大阪・名古屋の三大都市圏を除く政令指定都市でワーストの結果である。他にも、主要渋滞箇所数も180ヶ所に上り、同じく政令指定都市でワーストである。(出典:2022/4/4 熊本日日新聞朝刊) 特に通勤・退勤時間が最も混雑することから、自動車通勤から自転車通勤への転換により交通渋滞が緩和するのではないかと考え、自動車通勤から自転車通勤への転換に向けての政策を提案したい。

出典：熊本日日新聞朝刊 2022/04/04

1.2 研究課題

熊本市が実施したアンケートによると、通勤手段として自家用車を利用する市民が多い。他にも、市外からの自動車通勤者により、朝の通勤時間と夕方の退勤時間に交通渋滞が起こっている。そのため、公共交通機

関の遅れが生じ、公共交通機関の速達性・定時性が劣ってしまう。自動車通勤から自転車通勤への転換を行うことで、交通渋滞の緩和や公共交通機関の速達性や定時性等によるサービス向上が図れるのではないかと仮説を立てた。

1.3 解決方法

熊本市の深刻な渋滞問題の解消のためには、自動車通勤から自転車通勤への転換を進めることが一つの解決方法である。そのためには、自動車通勤者が自転車通勤を行いたくなるような制度作りや自転車に乗るメリットの周知活動などが必要である。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

5月9日 熊本市役所の担当の方と顔合わせ。熊本市の公共交通の現状を把握することができた。

7月13日 今後の活動についてオンラインで検討した。実際に熊本市のシェアサイクリングを利用してみることや、自転車通勤に関するアンケートを行うことなど等やりたいことをまとめ、大まかな方針を定めることができた。

7月27日 シェアサイクルサービス「ChariChari」を体験した。スマートフォ

ンアプリで気軽に乗車可能であり、利用しやすいと感じた。乗車体験を参考にし、自転車通勤の利用案の打ち合わせを行った。



↑ ChariChari

8月8日 熊本市役所へ訪問し担当の方と打ち合わせを行った。打ち合わせの結果、まずは自転車通勤の現状を把握すべくアンケート調査を実施することとなった。

8月15日 オンラインでアンケート調査について検討した。企業へ向けたアンケートと個人に向けてのアンケートを作成することとなった。

8月19日 アンケート内容の内容訂正、実施方法を集まって検討した。どのようにしてアンケート調査を実施するかについて議論し、いくつかの企業と、熊本市のSNSでのアンケート依頼ができないかと考えた。

9月1日 経済同友会の方へアンケート調査の依頼を行うべく九州電力熊本支店を訪問した。経済同友会では企業向けのアンケート調査実施協力を依頼し、九州電力本社では個人アンケート調査実施を依頼した。

9月8日 アンケート調査の依頼を行うべく熊本商工会議所と肥後銀行本社へ訪問した。熊本商工会議所では企業向けアンケート実施協力を依頼し、肥後銀行本店では個人アンケート調査実施を依頼した。



↑ 肥後銀行本店への訪問

10月5日 肥後銀行と九州電力に個人アンケート、熊本商工会議所に企業アンケートを配布しアンケート調査を開始した。

2.2 活動の成果

10月5日から10月21日まで、企業および個人を対象にアンケート調査を実施した。アンケートの調査方法は Google forms による Web アンケートである。熊本市の協力のもとアンケートページに入るための QR コードと URL の配布を行った。企業アンケートは熊本商工会議所の協力により熊本市内の企業に周知した。個人アンケートは肥後銀行と九州電力の各企業の社員の皆様及び熊本市役所職員の方々に協力して頂いた。

企業アンケートでは県内企業における自転車通勤の実態の把握および、自転車通勤に対する考えを中心にアンケート調査を行った。10月12日までに322件の回答を得られた。

個人アンケートでも同様に個人における自転車通勤の実態の把握と、自転車通勤に対する考えを中心にアンケートを行った。10月12日までに468件の回答を得られた。

このアンケート調査によって、自転車通勤の実態や自転車通勤に対する企業と市民の考えを把握し、分析可能になった。

2.3 今後の展開

今後は、実施したアンケート調査を元に、企業の自転車通勤に関する取り組みや行政に求める支援等を分析し、自転車通勤に対する企業ないしそこで働く個人の考え方を把握したいと考えている。自動車通勤者が自転車通勤を行いたくなるような制度作りや自転車に乗るメリットの周知活動などのアイデアを検討していく。

玉名市観光業活性化に向けた地域特性の調査と分析

そして活性化策の具体化

メンバー：村上優奈 市原詩音 鎌田あい理 徳永茉唯 山本慎

指導教官：津曲隆教授

連携先：一般社団法人 玉名観光協会

グループ名：たま rism

1. イントロダクション

1.1 研究の背景

津曲研究室では玉名市と連携した活動を継続して行っている。今年度は県北地域を理解するための調査と観光活性化策をテーマにしている。

1.2 研究課題

テーマ後半の観光活性化策に関して、今年度は、昨年度から JR 九州が運行している九州全県を巡る観光列車「36ぷらす3」に着目した。毎週木曜日は博多を出発し熊本、鹿児島を回るコースとなっていて、博多駅を出た最初の停車場所が玉名駅であり、約20分間停車する。その時間に玉名市を中心とした熊本県北地域の自治体の観光物産課や玉名観光協会の職員らが物産の売り出しや地域のPRを行い、観光客におもてなしをしている。たま rism では、この観光客に注目した。玉名や県北地域を目指して観光している人たちではないため、この方たちに玉名や県北地域の魅力をPRすることを目指した。特に学生の視点から地域の良さや魅力を発信し「地域を売り、地域活性化につながる」活動を行う。

ただし、パンフレットやリーフレットの

ようなものは現在あふれかえっている。玉名観光協会に隣接する新玉名駅にも数えきれないほどの冊子が並べられている。これでは、観光客もどれを手にしていいのかわからず、欲しい情報がどのリーフレットを見れば受け取れるのかもわからない。課題として、これらのパンフレットやリーフレットが提供者の目線で制作・展示されており、観光客の目線に立っていないことが課題として挙げられる。

1.3 解決方法

課題の解決には、観光客の目線に立ったリーフレット作成が必要である。デザインの工夫やわくわくする仕掛けを盛り込み、手に取ってもらえるリーフレットを目指す。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

リーフレット作成に向けていくつか実験・調査を行った。ひとつのアイデアとして、QRコードを使って情報提供することを考えたのであるが、そもそも人はQRコードを簡単に読んでくれるのかという問題がある。これについて、本研究室の学生を対象に調査した結果、人は単にQRコード

を提示するだけでは読み取らないことがわかった。QRコードを示しただけでは人は興味を示さず、好奇心をそそられないのではないかと考えた。また、QRコードを読み取った先に何があるのかわからないと不信感やウイルス感染の心配を感じる恐れもあると考えた。

この結果を踏まえ、次の実験で、「今日のあなたのラッキーカラーは？」という見出しを付けて、QRコードを読み取った先へのわくわく感を演出した。人は自分自身のことにも最も興味があるからと考えたためである。この実験では、これまでの実験より高い割合でQRコードを読み取ってくれた。これらの実験結果を踏まえ、「あなただけの」を印象付けるリーフレット作成を行うこととした。

リーフレット作成にあたり、熊本県北地域の6自治体（玉名市、和水町、玉東町、南関町、長洲町、荒尾市）へのアンケート調査、玉名観光協会に所属する6事業者に対し現地調査又はアンケート調査を行った。なお、この調査はテーマ前半についての取り組みでもある。自治体アンケートの主な調査内容は以下の5点である。

- ① 地域の魅力は何か
- ② 観光客に、どのような地域のイメージを持ってほしいか
- ③ 何を売りにしてどのようなPRを行っているか
- ④ 地域の特産品や名物は何か
- ⑤ 観光業における地域の課題は何か

調査から、各自治体でその地域の特産品や歴史文化遺産、交通環境の良さを地域の魅力と捉え売り出していることがわかった。地域の将来を考えたとき、観光客に対する

働きかけ以上に地域に住む地元住民の生活の活性化や住民同士のつながりの深化を課題としてあげる自治体が多く見られた。

自治体調査を踏まえ考案したリーフレットの試作版を本研究室学生約30名に提示し、「このリーフレットを他人に薦めたいか」という10段階で答えるNPS調査を行った。NPSの結果は「-47」であった。ほぼ失敗作と考えて良いレベルであった。その後、デザインを一新した。新たなデザインでは迷路の先に自分にピッタリな観光地やお土産が提案されるものにした。また、表紙の色も原色に近く目につきやすいものにした（図1）。改めて研究室学生にNPS調査を行ったところ、「-6」という結果となったこのデザイン案を使って36ぷらす3の観光客にリーフレットを配布する。



図1 リーフレットデザイン（表・裏）

2.2 活動の成果

リーフレットを10月13日に玉名駅で「36ぷらす3」の乗客に配布した。

2.3 今後の展開

実際にお客様に配布して感じたことや反省点を活かして、表現内容やデザインを改善していく。

【参考文献】[NPS®とは\(ネットプロモータースコア\) 顧客満足度に変わる新指標・NPSソリューション | NTTコム オンライン \(nttcoms.com\)](#)

2050年度ゼロカーボンに向けた

県民運動（家庭で実践できる取り組み）の啓発広報

メンバー：橋口 遼太郎、市村 隼太、中村 広夢、金田 結希、塚本 響、柄澤 虹風

指導教官：宮園 博光

連携先：株式会社ジェイコム九州 熊本局 (J:COM 熊本)

グループ名：宮園ゼミ脱炭素チーム

1. イントロダクション

1.1 研究の背景

まず研究の必要がある問題としては、地球温暖化が進んでいることから、二酸化炭素を減らしていく必要性が挙げられる。日本政府に先立ち熊本県では2019年に「2050年熊本県内CO2排出実質ゼロ」を宣言した。今後2050年までにゼロカーボン達成するためには、新たな取り組みを行っていく必要があることから、この度熊本県と協力して活動を行っていくこととなった。

1.2 研究課題

研究課題としては、県民の脱炭素化にむけた取り組み意識の低さがあげられる。まずはこの意識改革に繋がるきっかけをつくるのが求められていると考える。

熊本西高等学校の生徒に対して脱炭素に関するアンケートを行った。このアンケートからくまもとゼロカーボンブックのトップにあたる部分に関しては比較的实施できている傾向が読み取れるが、よりCO2削減が期待できるステップ、ジャンプの項目に関しては達成度が低いことが読み取られた。若い世代に限られた話ではないが、脱炭素・ゼロカーボンに対する関心があると言

切れないのが現状である。

1.3 解決方法

そこで私たちは、「脱炭素」、「ゼロカーボン」を知ってもらうためのきっかけが必要だと考えた。そこで小学生をターゲットとする「脱炭素」、「ゼロカーボン」をテーマにした「すごろく」の作成を行うこととした。ターゲットを小学生に設定した理由としては、小さい頃から意識づけをするためである。熊本県庁の方との打ち合わせの中で、熊本県では小学生の時に行う水俣病の環境学習のおかげで、他県に比べて環境への意識が高いということをお聞きした。この例にならって脱炭素についても小さいころから意識づけを行い、大人になったときに自然に行動できるようにする。

また、すごろくを用いた理由としては2つある。1つ目は選択肢が多いすごろくを用いることで、能動的な学びの場を提供するためである。2つ目の理由として、最近小学生の間でも昔に比べてデジタルツールが主流になってきており、アナログな遊びをする人は少なくなってきている。そこで現代の小学生にとっては逆に新鮮な遊びである「すごろく」を用いることで、楽しさを感じ

じてもらえるようにする。

2. 取り組みについて

2.1 活動実績

これまでの活動実績としては、主に2つある。

1つ目は、株式会社ジェイコム九州・熊本県庁との2度のミーティング(6月17日、7月14日)である。ミーティングの内容としてはこれまでの活動実績や、協働して活動を行っていく中で今後の活動の方向性を決定した。環境意識が高い人、低い人様々いるが県民全体をターゲットに活動をするようになる。なかなか自分のメリットに結びつけて考えづらいと思うので、経済的な面においてもメリットがあると言うことを盛り込めるような啓発活動を行っていく。小中学生においては我々が肥後っ子教室として水俣の水害を学んできたように、子供の頃からゼロカーボンに触れて、自然に行動できるように推めていく必要がある。劇的に変わることはないため、コツコツと活動を続けていく必要がある。

2つ目は、ゼロカーボンすごろくの作成である。これは主に「くまもとゼロカーボン行動ブック」元にして作成した。



株式会社ジェイコム九州 熊本局との
熊本県庁環境立県推進課との
ミーティング (2022年6月17日)
ミーティング (2022年7月14日)

2.2 今後の展開

今後の展開としては、現在作成中のすごろくをゼミ内で改善し、分かりやすさと楽しさをより両立させたものにする。作成できたら、まずは小中校を対象とした教育の場実際に持ちこみ、生徒と一緒にすごろくを行う。すごろくの直後と1週間後にそれぞれアンケートを行い、行動変容を観察し、関心を持つことができたのを証明する。

【参考文献】

環境立県くまもと

“くまもとゼロカーボン行動ブック完成！！～CO2削減をお願いします～”

(2022年3月17日更新)

<https://www.kankyo-kumamoto.jp/kiji003713/index.html>

(2022年10月16日参照)

熊本市の若者の国際交流推進に向けた事業開発

メンバー：川俣優衣、森涼桜、木場純果、山田碧

指導教官：宮園博光

連携先：熊本市国際交流振興事業団

グループ名：KIF チーム

1. はじめに

熊本市は、“世界に認められる「上質な生活都市」”の実現を目指し「熊本市国際化戦略」を策定している。その一環として、熊本市国際交流会館では日本語教室やセミナーなどさまざまな事業が行われている¹⁾。しかし、事業の参加者のうち若者の割合は少なく、大学生の参加者はほとんどいない。地域における国際化推進、多文化共生社会推進のためには若者、特に大学生の事業への積極的な参加が重要である。それにより、今後の熊本における国際化推進、多文化共生社会推進につながるのではないかと考えられる。そこで本研究では、大学生向けの事業の考案・実施を、熊本市国際交流会館へのヒアリング調査や大学生への調査をもとに検討する。実施後、参加者にアンケートに回答してもらい、参加前と後で海外志向がどのように変化したかを調査、考察し、今後の事業展開につなげることを目的とする。

2. 方法

現在熊本市国際交流会館が抱えている課題の明確化のため、熊本市国際交流会館へヒアリング調査を行った。また、大学生をターゲットとした事業考案のため、本学学生へアンケート調査を行った。

3. 結果

3-1 ヒアリング調査

熊本市国際交流会館に来館する人の多くは、高校生、特に第一高校の生徒、社会人などで、熊本市国際交流会館の認知度が低いこともあり大学生の来館は極めて少ない。また、講演会等のイベントを開催してもほとんどが社会人で、大学生の参加が少ないことを課題と考えている。今までも大学生の参加が増えるような事業を模索していたが、大学生にどのようなニーズがあり、どういった事業を展開すれば参加が増えるのか分からないのが現状であり、大学生目線の意見が欲しいとのことであった。

また、熊本大学所属の留学生の団体である KUMISA にもヒアリング調査を行った(図1)。KUMISA は、過去に何度も独自で国際交流イベントを開催しており、イベント開催において良かった点や改善した点などのフィードバックを多数伺った。



図1 KUMISA へのヒアリング調査の様子

3-2 アンケート調査

福岡県立大学が2018年に実施した国際交流に関する意識調査^[2]をもとに、本学学生の国際交流に関する意識調査を実施した。アンケート項目としては、どのようなイベントに参加したいと思うか、海外留学や海外研修に興味があるか等の項目を設けた。

アンケートの実施期間は約1か月を設け、回収は59件であった。回収したアンケートの結果としては、「どのようなイベントに参加したいか」という項目については、「食フェス」が最多で34件であった。(図2) また、「本学の海外研修に参加したいか」という項目については「したい」と回答した人は27人(46%)、「本学の海外留学に参加したいか」という項目については「したい」と回答した人は29人(49%)という結果になった。

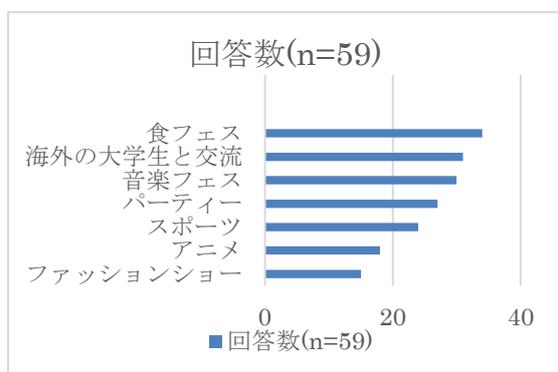


図2 どのようなイベントに参加したいか

4. 考察

アンケートの結果から、「食」に関するイベント、また海外の大学生と交流できるイベントに参加したい学生が多いということが分かった。この結果をふまえて、学生の参加者増加を図るためには「食」に関するイベントの開催を検討するのが最良であると判断した。また、「食」に関するイベントを通して、留学生と交流し、異文化理解を深め、海

外志向をより高めることができるのではないかと考える。

5. 今後の展開

コロナ禍での「食」に関するイベント開催には制限がある。調理や加熱などはできないため、既製品を持ち寄りにする。比較的持ち寄りやすいのはお菓子であると考え、留学生は海外のお菓子、日本人大学生は日本の、または熊本のお菓子を持ち寄りにする。参加者が持ち寄るだけでなく、こちらでも多くお菓子を用意したいと考え、熊本県菓子工業組合の協力をお願いした。熊本県菓子工業組合は、コロナ禍によるお土産菓子の売り上げの減少や人手不足などを課題と考えており、本研究のイベントに参加することで、熊本のお菓子を留学生に知ってもらうことで課題解決につながるのではないかと考える。出店場所を設けられればいくつか店を出店することは可能とのことであったため、今後は具体的にどのように協力していただくか検討する。さらに、イベント開催地を熊本市国際交流館にすることで、認知度が向上し、今後の利用者の増加を図る。また、KUMISAへのヒアリング調査の中で、留学生は日本文化への興味関心が高いとの指摘を受け、茶道や華道、着物などの要素も織り交ぜ、留学生が日本文化に触れる機会を設ける。

11月下旬にイベントを実施、考察し、今後の事業展開に活かし、大学生の国際交流事業への積極的な参加を図る。

6. 引用文献

- [1] 熊本市国際交流会館 HP
<https://www.kumamoto-if.or.jp/kcic/>
- [2] 加藤他,本学学生の国際交流に関する意識調査,福岡県立大学看護学研究紀要(2018)

若者へ効果的に企業情報を提供する仕組みに関する一考察

—デザイン思考の観点からのアプローチ—

メンバー：坂本新吾、仲野貢連、平山万由香、眞鍋楓華、水本大智

指導教官：井寺美穂 准教授

連携先：天草市役所

グループ名：#天草

1 インTRODクシヨN

1.1 研究の背景

本研究グループでは、昨年より天草市役所と連携をしながら、若者に対して、天草地域の企業情報をより効果的に発信する方法を検討する活動を行ってきた。今年度の活動においては、昨年より検討を進めていた現地誘導型企業説明会を試行の段階にまで発展させ、「デザイン思考」の観点から、より効果的な取り組みへと昇華させることを中心に、研究を進めた。

1.2 研究課題

日本全国において、就職や進学を契機とする「若者の地域外流出」が問題視されている。これは、天草市も例外ではなく、図1からもわかる通り、天草市の社会増減は、10歳～20歳の年代において、減少傾向がみられる。この人口移動は、進学を契機に起こっていると考えられるが、ここでさらに問題となるのが、上記の減少に比べて、その後の社会増減の増加が少ない傾向にあることである。つまり、天草市外に出た若者の多くが、その後天草に戻っていないのである。これらの傾向は長期的にみられ、何の対策もしなければ将来的に続いていく事が考えられ、地域の雇用における、人材不

足や年齢構造の歪さ、地域活力の低下といった社会的な問題を生じさせる。

図1 年齢階級別純移動数の時系列推移



(出典) RESAS (地域経済分析システム) より作成

1.3 解決方法

私たちは、これらの問題が生じている原因として、現行の取組では、情報が十分に発信できておらず、天草市の企業について知らない若者が多いのではないかという仮説を立てた。実際に2020年度に熊本県立大学に在籍する天草出身の学生を対象にしたインタビュー調査 (n=20) では65%の学生が地元にとどのような企業があるか知らないと回答した。

そこで私たちは、昨年からの情報伝達手段を検討したうえで、バスを活用して実際に企業を訪問して説明を受けるという方法を立案した。この方法の利点としては、次

にあげる2つがある。1つ目は、バスを活用して移動の手助けをすることで、熊本市内から2時間という距離的な弊害を除くことができることである。2つ目は、現地を訪問することで、職場の雰囲気や、実際の働いている様子を見ることができる。特に、2つ目に関しては、ここ数年で増加しており、同じく距離的な問題を解決できるオンラインでのWEB説明会では、感じ取りにくいポイントであり、差別化が可能である。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

今年度は、上記したバスを活用した現地誘導型企业訪問にアプローチすることで、考えていたアイデアと現実のギャップを明らかにしながら、問題や課題を再設定していくために、4月から、定期的な天草市役所の担当者様との意見交換を進めてきた。そして、実際に8月にゼミの2年生をモニター参加者として、バスを活用した企業訪問を試行した。以下で、その詳細と、実施したアンケート結果について概観する。

2.2 活動の成果

8月22日、23日の2日間に行った試行では、訪問をする側である12名の参加者と、訪問を受ける側である天草市役所を含む5つの企業・団体に協力をしていただいた。説明の時間は、それぞれ約50分とした。また、新型コロナ対策の一環で個別の企業事情を考慮して、1日目の最後は、参加者に2つのグループに分かれてもらい、訪問を実施した。

試行時に行ったアンケートの結果の一部は以下のとおりである。

(1) 天草市の企業を知る機会となったかという問いに対して、全ての参加者が「なった」と回答。

(2) バスは移動の助けになるかという問いに対して、参加者のすべてが「なる」または「どちらかといえばなる」と回答。

(3) 天草市の企業が就職の選択肢となるかという問いに対して、過半数である9名が「なる」または「どちらかといえばなる」と回答。

(4) 訪問を受けた団体のうち、回答を受けた4つの企業・団体のすべてが、今回と同様の取組があれば参加を希望するかという問いに対して、「する」と回答。

以上のことから、期待していた効果である、バスでの移動の手助けと、訪問により「知る機会の提供」と「就職時の選択肢の拡大」の2つを実際に確認することができた。また、参加をした学生だけでなく、訪問を受け入れてくださった企業・団体様の視点からも、一定の魅力を感じられるものであったと考察できる。しかし、はじめての試行という事もあり、受け入れを依頼した企業様への事前の趣旨説明が不十分であったことなどの課題も見られた。

2.3 今後の展開

第1回目の試行では、ゼミ生にモニターとして参加してもらい、取組内容について期待していた効果と現実のギャップがあるかを検証したが、今後は、参加者の範囲をどのように拡大するのかという観点や、どの団体又は媒体に、どのように情報を広めていくべきか、という事に関しても議論していく必要がある。また、今年度中に、もう1度試行が実施できればと考えている。

ふるさと納税制度を利活用した 観光地域づくりの方向性について

メンバー：内古閑一輝、廣瀬未羽、松田絵里、宮野友花、大元千弘、立尾春佳、鶴田恵

指導教官：井田貴志

連携先：大津町商業観光課

グループ名：井田研究室

1 イントロダクション

1.1 研究の背景

阿蘇の玄関口と呼ばれる大津町は、JR 肥後大津駅と阿蘇くまもと空港間を繋ぐ空港ライナーが運行するなど、交通アクセスに優れた地域として知られている。

また、からいもの生産地や HONDA のバイク製造の拠点としても有名である。

現在は、新型コロナウイルス感染症の拡大により減少したインバウンド需要の回復を目指し、バイクを商品としてだけでなく、新たな観光コンテンツとして利活用するという方針も計画している。

世界的な半導体メーカーである TSMC 社が隣接する菊陽町に進出しており、着々と工場建設を進めている。大津町でも、地域経済の更なる発展に向けて自治体と観光協会が連携し、観光地整備を進めながら新しいコンテンツの創造に注力している。

1.2 研究課題

コロナ禍以降の旅行市場では旅行ニーズの多様化が顕著となり、特に、地域の食や文化を実際にその地で体験する滞在型観光が注目されるようになった。こうした傾向

は、ふるさと納税にもみられ、国内の一部地域では、ふるさと納税の返礼品として体験型のプランを提供している。そこで今回は、学生目線で大津町の新たな魅力を生み出し、それを軸とした地域独自の体験型プランをふるさと納税の新たな返礼品として提案することを課題とする。このプロジェクトでは、「体験型ふるさと納税制度」と称して研究を進めていく。

1.3 解決方法

ふるさと納税制度に関するアンケート調査を、道の駅大津をはじめとした大津町内の施設数カ所で行う。アンケート調査で得たデータをもとに統計解析を行い、方向性を検討する。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

連携先である大津町役場商業観光課の方々と定期的に打ち合わせを行い、方向性を相互に確認しながら進めてきた。

大津町内でアンケート調査を2度実施し、大津町の観光と体験型ふるさと納税制度についての意識調査を行った。(図1)

◆活動記録

日程	活動
7月	連携先打ち合わせ、調査票作成
8月	連携先打ち合わせ、1回目アンケート調査
9月	調査結果の集計
10月	大津町役場ヒアリング、統計解析、2回目アンケート調査、調査結果の集計

◆アンケート調査記録

実施日	調査場所
1回目 8/27,8/28	道の駅大津、イオン大津店、大津町ビジターセンター
2回目 10/8,10/9	道の駅大津

図1 道の駅大津でのアンケート調査の様子



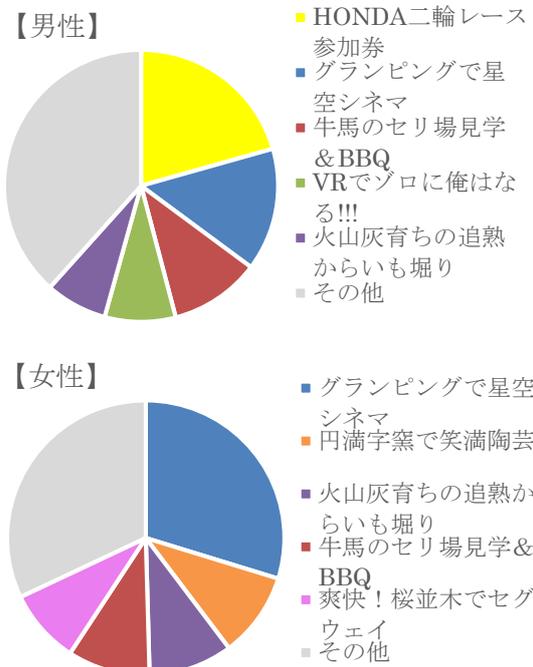
2.2 活動の成果

1回目アンケート調査での回答数は1,044、2回目での回答数は298であった(10/9は雨天中断のため、2回目の回答数が少数となっている)。

10月中旬時点では、1回目だけの回答を用いて単純集計表を作成した。その一例として、体験型ふるさと納税制度のプランに関する質問項目の回答結果を円グラフで記載している(図2)。

結果として、上位5項目のうち3項目で、男女ともに同じプランに興味を抱いていることがわかった。この結果をもとに、性別ごとにターゲティングを図るのではなく、大衆の興味を惹くようなプランを提案するという方向性で研究を進めていく。

図2 Q20 体験型ふるさと納税制度として、利用したいプランは何ですか。



2.3 今後の展開

日程	活動
11月	連携先打ち合わせ、統計解析 3回目アンケート調査、調査結果の集計
12月	連携先打ち合わせ、統計解析
1月	連携先打ち合わせ、統計解析

3回目アンケート調査を11月末に予定している。これまでの回答を含めたすべてのデータをもとに、アンケート集計解析ソフトウェア(太閤 Ver.5.5【全機能版】)を用いて統計的に分析していく。

12月以降は、分析結果から導出した体験型ふるさと納税プランの実現可能性等を考慮しながら、連携先と打ち合わせを進めていく。現行のふるさと納税制度へ導入することを見据え、全国に先駆けた成功事例となることを目指し、数年先の大津町を想像しながら具体的な方針を議論していく。

玉名市公式ゆるキャラ「タマにゃん」と玉名市観光PR

動画を活用した効果的な情報発信

メンバー：松田青空 川口量子 神田幸輝 元山詩織 岩生かな

指導教官：津曲隆

連携先：玉名市観光物産課

グループ名：タマ Navi

1 インTRODクシヨン

本研究室では玉名市観光物産課と連携を開始し今年で13年目を迎えた。2016年7月からは玉名市公式ゆるキャラ「タマにゃん」のTwitterを開設し玉名市とタマにゃんの認知度向上を目指して投稿を行なってきた。2022年10月10日時点では2513人のフォロワーを獲得しており、ゆるキャラブームが衰退していった今でも着々と増加している。本研究では、「タマにゃん」のTwitterアカウントによって玉名市が保有するPR動画の効果的な情報発信のあり方について検討する。

玉名市および本研究室には過去に公開しているデータ(動画や写真)が蓄積されている。コロナ禍などの理由で現地に直接赴いて撮影することが以前と比べて難しくなっている。この状況の中で過去のデータを再利用できれば玉名市関連の情報を編集し、発信することが可能になる。

ただし、再利用のやり方についていくつかの手法がありえる。方法のいくつかについて、どの手法を取ると良い

かを実際にツイートを行なって調べることとした。ここでは動画と写真の投稿を調べてみることにした。

タマにゃんTwitterでの投稿の中に長編動画・短編動画・写真のみの投稿を行い、タマにゃんのフォロワーにはどういった形式の投稿が効果的なのかを「いいね数」「リツイート数」「視聴回数」の観点で探った。

2 投稿の取り組み

2.1 投稿内容

タマにゃんの投稿は日常投稿に加えてストーリー性のある投稿を行うようにした。ストーリーの流れは以下の通りである。

3年ぶりの花しょうぶ祭りを終えて燃え尽きてしまい怠けたツイートが多くなっていたタマにゃん。その状況が玉名市長に発覚し、市長室に呼び出される。市長から喝を入れられたタマにゃんは、仕事を頑張る決意をし、奮闘する。

以上が今回考案したストーリーである。図1は、日常の投稿と今回のストーリーに沿った投稿である。



図1 日常投稿(左)とストーリー投稿(右)

2.2 投稿の成果

再利用のやり方について、ここでは長編動画として利用すること、短編動画として利用すること、写真で利用することに限定した。この3種について実際にツイートを行なって調べた。

現時点で行った投稿は、長編動画が1回、短編動画が11回、写真が35回である。長編動画は特別版であり、玉名市長が出演してもらった。

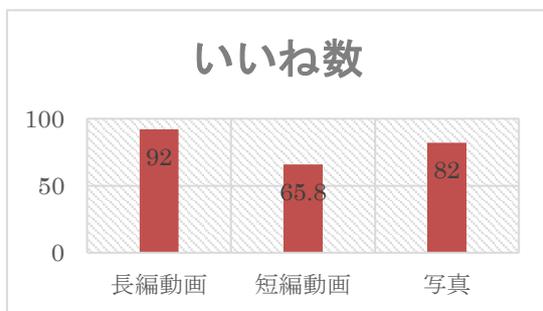


図2 平均いいね数

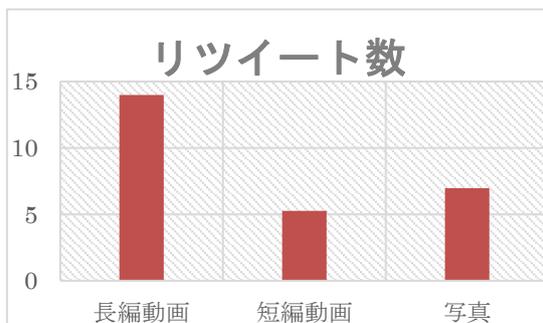


図3 平均リツイート数

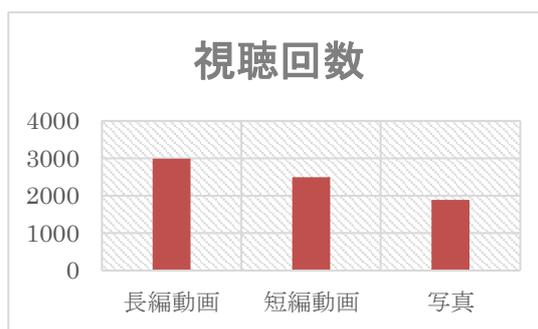


図4 平均視聴回数

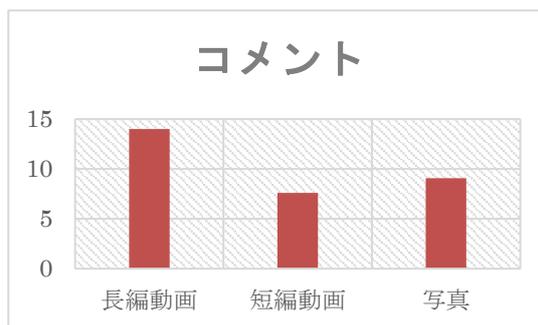


図5 平均コメント数

結果を図2～図5に示す。サンプルが少ないため確定的は言えないが、長編動画が一番良い結果を記録している。ただし、瞬間的な伸びは良好でなかった。実際にインプレッションの結果では再生開始から25%経った時点で再生を続けている人は1割ほどであった。短編動画と写真の二つで見るといいね数・リツイート数・コメント数では写真の投稿の方が、反応が良いという結果になった。

2.3 今後の展開

実験結果を踏まえると、タマにゃんにおけるTwitterでの投稿は写真で行うことが適切である可能性が高いと思われる。それゆえ、PR動画の切り抜き動画(ショートムービー)を公開する予定であるが、動画を写真で切り抜いて投稿することも検討している。