

令和5年度（2023年度）
地域連携型学生研究制度

中間報告会 ポスター一集

令和5年(2023年)10月17日(火)・10月20日(金)



発表プログラム

10/17	連携先 グループ名	研究テーマ	担当教員
1	一般財団法人熊本県 スポーツ振興事業団 (宮園ゼミすぽチーム)	「公共スポーツ施設の有効活用を含めた利用者増加策につ いての研究」 ～世代間交流による運動公園の利用促進～	総合管理学部 宮園博光
2	天草市役所 (#天草)	バスを活用した現地誘導型の企業訪問の取組みに係る効果 検証	総合管理学部 井寺美穂
3	天草市役所 (Team Bears)	デジタルネットワーク型のローカル・コミュニティの活用策 —地元志向の形成に与える影響分析を中心に(天草市)—	総合管理学部 井寺美穂
4	熊本市国際交流 振興事業団 (KIF チーム 2023)	熊本市における国際化・多文化共生社会推進に向けての 仕組み作りの考察及び構築	総合管理学部 宮園博光
5	一般財団法人熊本県 スポーツ振興事業団 (小菌ゼミスポーツ班)	公共スポーツ施設の有効活用等を含めた利用者増加策につ いての研究	総合管理学部 小菌和剛

10/20	連携先 グループ名	研究テーマ	担当教員
1	熊本日日新聞社 (どくだみちゃ)	起業・スタートアップ支援を通じた地域活性化のための仕組み と拠点づくりについて	総合管理学部 飯島賢志
2	一般社団法人 玉名観光協会 (たま輪(りん))	観光資源の見える化と 玉名市型マイクロモビリティツーリズムの開発研究	総合管理学部 津曲隆
3	経営塾 ISUI breakthrough (芦北ラボ)	地域における炭素排出量の視覚化と具体的対策の合同検証	環境共生学部 田中昭雄 柴田祐
4	玉名市役所 観光物産課 (たまむすび)	玉名市マスコット「タマにゃん」を活用した情報発信および玉 名市観光商品の開発研究	総合管理学部 津曲隆
5	熊本日日新聞社 (小菌ゼミ熊日班)	起業、スタートアップ支援を通じた地域活性化のための仕組 みと拠点づくりについて	総合管理学部 小菌和剛
6	熊本市役所 (県大マルシェ)	地域拠点「長嶺地区」における地域の将来像の検討に向けた コミュニティづくりについて -「県大マルシェ」を通じて-	環境共生学部 鄭一止
7	熊本市南区 (みなみくん)	熊本市南区に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
8	和水町役場 (みかんみん)	今後の維持管理運営のため収益性のある施設としての 肥後民家村の活用について	総合管理学部 飯島賢志
9	宇土市商工観光課 (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 ‘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	環境共生学部 柴田祐

<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。

「公共スポーツ施設の有効活用を含めた利用者増加策についての研究」 ～世代間交流による運動公園の利用促進～

メンバー：中村 広夢、市村 隼太、竹口 蒼梧、村上 博紀、篠崎 綾音
指導教官：宮園 博光
連携先：一般財団法人 熊本県スポーツ振興事業団
グループ名：宮園ゼミ すぼチーム

1 インTRODクシヨン

1-1 研究の背景

熊本県内には様々な公共スポーツ施設が点在しているが、その多くが施設の利用者減少や空きスペースの活用に悩まされている。例として藤崎台県営野球場の場合、オフシーズンである10月～3月の利活用の問題。運動公園の場合であれば、平日昼間の利用者数の伸び悩みが永遠の課題となっている。

そこで今回私たちは、タイトルにもある「公共スポーツ施設」を「熊本県民総合運動公園」と定め、99ヘクタールもの広大な施設の利活用という課題の解決のために、この度熊本県スポーツ振興事業団の方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、熊本県民総合運動公園の平日昼間の利用者数の少なさが挙げられる。土日の有料施設は利用者が多いものの、平日昼間の利用者数が少ないことが長い間課題となっている。令和5年度熊本県民総合運動公園年間予約一覧の、9月から12月で施設を平日に使用している割合を調べてみると、28%という割合であった[1]。これは運動公園が抱える大きな課題である。

1-3 解決方法

私たちは、ニュースポーツを通じた世代間交流による課題解決を考えた。まずは、平日昼間の利活用の少なさが課題であるため、高齢者を対象として集客案を検討していくことにした。高齢者集客の手段として、若い世代との関わりという世代間交流を活用していく。具体的な方法は、熊本県民総合運動公園でのニュースポーツイベントの開催である。学生と振興事業団の方が中心でイベントの企画・運営を行い、参加者にニュースポーツを通じた交流を提供する。尚、メインターゲットを高齢者とし、町内会や地域の方々の参加も想定している。

イベントに期待する効果は二つある。

第一に、参加者の交流による新たなコミュニティと生きがいの形成である。高齢者、特に独居老人と呼ばれる方は、日常で関わる人が限られており、QOLの低下にも影響している。そこで、イベントを通して様々な人と触れ合い、コミュニティ形成の機会とし、ニュースポーツを人生の楽しみの一つに加えてもらいたい。また学生や地域の方々の世代間交流が高齢者の方々に活力を与えることにも期待する。

第二には、イベントによる熊本県民総合運動公園の利用促進である。現在、運動公園ではニュースポーツ用具が貸出可能であるが、その認知度は低い。イベントを通して、ニュースポーツの魅力を知ってもらおうと共に、それがきっかけとなり運動公園でのニュースポーツを目的とした利用者数増加に繋がると考える。特にイベントのメインターゲットである高齢者は平日における活動の時間を取りやすいと推測されるため、運動公園の平日利用促進の効果を期待する。

2 取組みについて

2-1 活動実績

これまでの活動実績として、主に2つ挙げられる。

1つ目は、熊本県スポーツ振興事業団との5度のミーティングである。ミーティングでは、私たちが目的とする平日昼間の運動公園利用者数の増加に関して、熊本県スポーツ振興事業団の方からアドバイスをいただきながら、今後の活動の方向性について話し合いを行った。

2つ目は、熊本県スポーツ振興事業団・さわやか福祉財団・競技団体への説明会である。これは前述したイベントに関して高齢者の方に声掛けを行っていただくさわやか福祉財団、実際にニュースポーツの活動を行っている競技団体に向けて協力をいただくために行ったものであり、さわやか長寿財団・競技団体の方々に私たちの活動について快く了承してもらうことができた。



【参考文献】

[1] 一般財団法人熊本県スポーツ振興事業団 えがお健康スタジアム

令和5年度熊本県民総合運動公園
年間予約一覧

(2023年9月22日参照)

2-2 今後の展開

今後の展開として、現在企画しているニュースポーツイベントの具体的な概要を決め、試験的にプレイベントとして小規模なもので実施する予定である。その後プレイベントの結果から得られた反省点・改善点をもとにイベントの詳細を詰め、より大規模なイベントとして実施し、高齢者の方にコミュニティ形成の場として認知してもらうことで、運動公園利用者数の増加を図る。

バスを活用した現地誘導型の企業訪問の取組みに係る 効果検証

【メンバー】 吉田衣里 早瀬満里奈 赤星充瑠 泊皇 宮崎弘矢 本梅健太郎 中野晃希 相川智紀
【指導教官】 井寺美穂准教授 【連携先】 天草市役所

チーム名
#天草

《現状分析・問題分析》

- 天草市では、10～20代の若者の多くが進学や就職を契機として地域外へ流出している。
- 地域から出た若者が、地元へ戻ってこない。

【懸念される問題】

- (1) 地域の雇用における人材不足や年齢構造の歪さ
- (2) 企業活動の停滞
- (3) 地域経済や地域活力の低下

→ 問題が深刻化すれば、**負のスパイラル**に陥る

【原因分析】

- 地元企業の情報・求人が伝わっていない
- インタビュー調査 (n=20) では、65%の県大生が「地元にとどのような企業があるか知らない」と回答 (2020年調査)
- 熊本市から車で約2時間半という距離、時間、費用負担によるアクセスのしづらさ
- 情報が十分に伝達できていない?

《解決の方針》

- 天草市の企業情報のより良い伝達方法を考察し、それらの効果を検証する。

《解決の手法》

- バスを活用した現地誘導型企業訪問

《予想される効果》

- (1) バスを活用により距離的な問題を解消
- (2) 企業に訪問し、職場の雰囲気を感じる
- (3) 一泊二日で訪問時間を確保する

《検証方法》

「デザイン思考」の考え方から、アンケート調査などで、効果の検証をし、参加者や、協力していただいた企業などの意見を、柔軟に政策に反映させて反映させていく。

《活動実績》

4月～8月

- バスを活用した現地誘導型企業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、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。

9月

- 参加者を募りバスを活用した企業訪問を行った。参加者並びに、企業の方へアンケート調査を行った。
- 今後、実施したアンケート結果について概観する。

当日 ▶ 9月25日・26日

- 9月25日、26日の2日間に行ったバスを活用した企業訪問では、訪問する側である12名の参加者と、訪問を受ける側である8つの企業・団体（天草市役所を含む）に協力をしていただいた。

10月以降

- 参加者アンケート及び企業者アンケートの結果の分析を行う。

当日の様子



株式会社 岳



株式会社 SUNABACO

座学

×

体験

×

見学



熊本県養殖漁業協同組合



天草市役所

《今後の活動》

- (1) 参加者に対する事前及び事後アンケートの分析
- (2) 協力していただいた企業に対して行なった事後アンケートの分析
- (3) (1) と (2) で分析したアンケートを元にした今後の運営方法の検討
- (4) 次年度担当者への引き継ぎ



デジタルネットワーク型のローカル・コミュニティの活用策 —地元志向の形成に与える影響分析を中心に—

〈メンバー〉 緒續真那 四藤愛梨 西村萌 山崎梨里子 〈チーム名〉 Team Bears
 〈指導教官〉 井寺美穂准教授 〈連携先〉 天草市役所

研究の背景

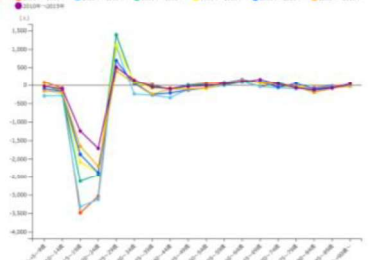
〈図表1・2より〉

- 以前に比べて、自然減少の幅が大きくなっており、人口減少が進行している。
- 進学や就職を理由に若い世代が市外へ転出しているがUターン者は少ない。
- 子供を産み育てる若い世代の人口を増やす必要がある。
- 一度、市外を出た人が地元を出たあとも、定期的に地元を思い出すきっかけ作りが必要である。

図表1 自然増減・社会増減の推移



図表2 年齢階級別移動数の推移



「地元をいつも身近に感じる仕掛け」を作る！

(図表1、図表2リーサスより)

研究の目的・概要

目的： 天草出身の若者が地元に戻りたい、懐かしいと思える機会を増やすことでUターンの促進、地元志向を形成する。

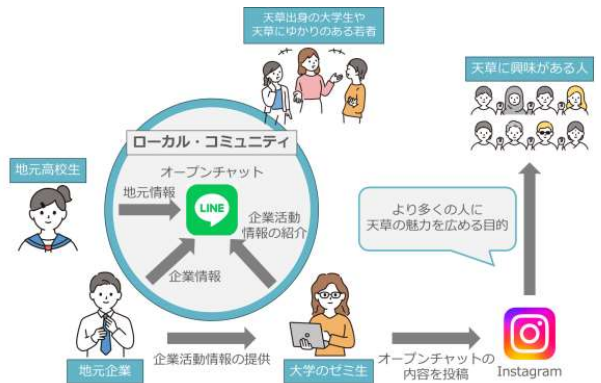
コンセプト： Connection Amakusa

参加者： 天草市役所及び地元企業や地元高校生

対象者： 天草出身の大学生や天草に所縁のある若者
 →LINEのオープンチャットやInstagramを活用してローカルコミュニティを形成する。

内容： 参加者、対象者の方にオープンチャットに入ってもらい、地元情報や企業情報などを投稿してもらい、それらの情報を私たち大学生がInstagramに投稿することでより多くの人に天草の情報を見てもらい、魅力を伝える。

図表3 仕組みのイメージ



(図表3報告者作成)

活動実績

オープンチャット： 8月17日から本格的に始動！

○全体54名：高校生24名、大学生20名（モニター9名、一般11名）
 4企業、関係者6名

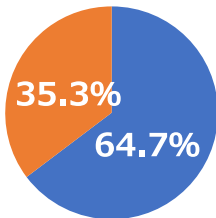
○高校生の投稿は頻度は決めずに投稿してもらい、企業情報は週に1企業ずつ私たち大学生が投稿を行っている。

Instagram： 現在のフォロワー220名

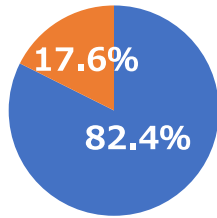
事前アンケート： 回答数は17名

- 〈天草に関する興味・関心度〉 〈天草の情報発信に興味があるか〉
- 非常に興味がある 64.7%(11名) ● はい 82.4%(14名)
 - 少し興味がある 35.3%(6名) ● いいえ 17.6%(3名)

図表4 天草に関する興味・関心度

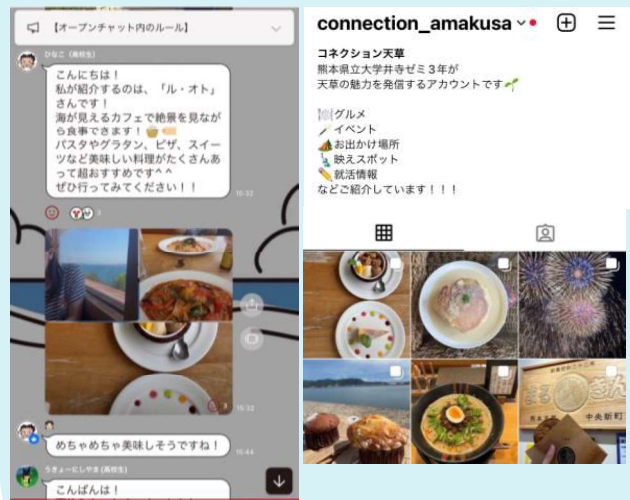


図表5 天草の情報発信に興味があるか



(図表4、図表5報告者作成)

↓オープンチャット、Instagramの投稿の様子



今後の展開

〈目標人数〉

● オープンチャット参加者合計 54名 → **80名**
 (ターゲットは大学生であるため、大学生の参加者を増やすことに力を入れていく)

● Instagramフォロワー 220名 → **300名**

〈事後アンケート〉

● 天草に関する興味・関心度 → 非常に興味がある 64.7% → **80%**

● 天草の情報発信に興味があるか → はい 82.4 → **90%**

事後アンケートでは事前アンケートの項目に加え、研究によって地元志向が高まったか、どのように変化したかを検証する。また、事前アンケートで天草に関する情報に興味のある項目について回答してもらったため、それらを参考にして研究を進めていきたい。

熊本市における国際化・多文化共生社会推進に向けての 仕組み作りの考察及び構築

メンバー：木場純果 桐原天美 大塚優菜 松本健志 佐藤美琉 萩元秀丞
指導教官：宮園博光
連携先：熊本市国際交流振興事業団
チーム名：KIFチーム2023

研究の背景

熊本市は2018年に制定した熊本市国際戦略にて、「世界に認められる『上質な生活都市』」を目指すべく国際都市の姿として掲げている。その実現に向け、熊本市国際交流振興事業団では、熊本市国際交流会館を中心としたさまざまな国際事業を展開している。

研究課題

参加者のうち若年層、
特に大学生の割合が少ない

今後のグローバル社会を担う若年層の国際事業への積極的な参加・参画が、地域における国際化・多文化共生を推進していくうえで重要。

解決方法

「就職活動に活用できる」というインセンティブを生み出すような学生主体の国際交流イベントの企画・運営をプログラム化。学生と留学生が交流を行うイベントを定期的に考案・実施し、それらへの参加回数に応じて熊本市国際交流振興事業団が認定書を発行するといった仕組みづくりを行う。

活動実績と活動成果

- ① 熊本市国際交流復興事業団に国際交流事業の現状と課題のヒアリング。
▶熊本市国際交流振興事業団は、高校生を対象にボランティア参加の証明書を発行しており、大学受験を控えた高校生の参加が多い。本イベント企画のプログラム化と証明書の発行は、就職活動を控えた大学生に同様のインセンティブを与え、参加促進の実現可能性を高めることが期待できる。
- ② 「参加したいイベント」について、昨年度の本学生へアンケート調査に加え、熊本大学所属の留学生団体「KUMISA」にヒアリング。
▶昨年本校日本人学生に行ったアンケート調査と同様に、「食」への関心が高かった。
- ③ 和菓子店「天明堂」に和菓子のワークショップの進め方などについてヒアリングを実施し、対話が生まれ、日本人も留学生も楽しめるイベントを考案。
▶留学生・日本人大学生のグループを作り、参加者にモナカの皮を配布して餡子や生クリーム、果物などを自由に挟んで食しながら留学生と日本人学生の対話や交流を図る イベントを企画。
- ④ 熊本県内の78の企業・法人・市町村役場等を対象に、国際化・グローバル人材等への意識調査アンケートを配布。

今後の展開

アイスブレイクを企画

11月上旬
イベント開催

イベントの
考察

継続的なイベントの開催
プログラム化に向けて整備

公共スポーツ施設の有効活用等を含めた 利用者増加策についての研究

チーム名：小菌ゼミスポーツ班

メンバー：井村那緒、島崎拓馬、田中伶音、西千奈、原田愛子
指導教官：小菌 和剛
連携先：熊本県スポーツ復興事業団



背景

- 新型コロナウイルスによる外出を控える傾向の人々が増加
→運動不足や生活習慣病、心身に悪影響をもたらすリスクが増加することへの懸念
- SNSアカウントの運用がうまく回っていない→認知度や施設利用者の増加に繋がらない

課題

- 連携先の運営するSNSアカウントの登録者数が少ない
- 運動公園の空きスペースが多い
→平日の昼間の利用数が少ない
- 閑散期の施設やスペース利用が不十分



熊本県スポーツ復興事業団 公式Instagramアカウント

解決方法

◎ SNSアカウントの運用

- 目的
施設の認知度を高める
- 計画概要

- ・SNSの広報的利用
- ・様々な発信方法を試す

◎ フォトコンテストの実施

- 目的
運動以外でも施設利用を促す
→リピーターの獲得へ
- 計画概要

- ・Instagramを用いて運動公園内で撮影された写真で競う



活動実績

- メタリアイズ株式会社にご協力頂き運動公園の利用者の分析を行った。
↓
若者の利用が圧倒的に少ないことが判明
- 施設を見学して、利用者が興味、関心があることや施設側が抱えている課題を把握することができた。
- SNSアカウントについてとフォトコンテスト開催についてのプレゼンを作成、発表した。

活動内容

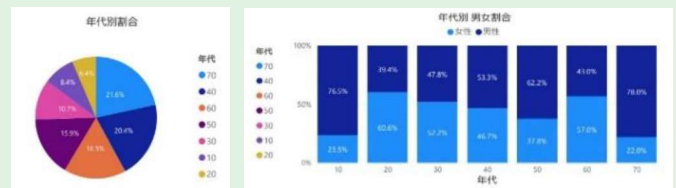
- 5月中旬
連携先との打合せ
- 5月下旬～7月中旬
運動公園の視察
メタリアイズ株式会社と運動公園の人流調査
- 8月下旬
連携先へ実施案の説明



キックオフミーティングの様子



運動公園現地調査の様子



運動公園の人流調査結果(一部)

今後の予定

フォトコンテストの具体化

イベント開催時のターゲット層の明確化

(場合による) アンケート調査

起業、スタートアップ支援を通じた地域活性化のための仕組みと拠点づくりについて

メンバー：永谷 優衣 田尻 直己 原田 彩名 林田 佳 間淵 笑美 三浦 楓香
 指導教官：飯島 賢志
 連携先：熊本日日新聞社
 チーム名：どくだみちゃ

1. 研究の目的・背景

1.1 コワーキングスペースとは

→様々な年齢、職種、所属の人たちが空間を共有しながら仕事を行うスペース

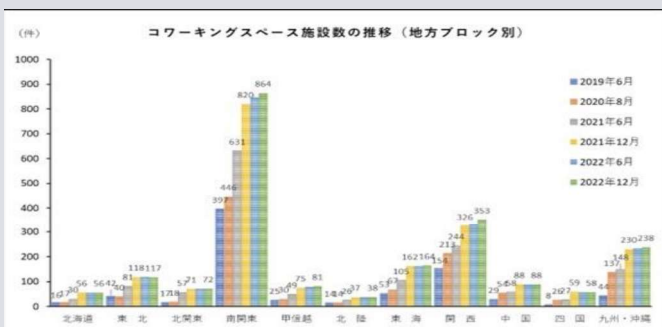
●今回は熊本日日新聞社が運営しているコワーキングスタジオである「びぶれすイノベーションスタジオ」に焦点を当てる

1.2 研究の背景

①全国的に施設の増加率の減少(グラフ①)

②びぶれすでは学生利用者に伸び悩む

→利用者の増加を目標



グラフ①

2. 課題と研究方法

2.1 課題

・社会人の利用者は多いが学生の利用者が少ない

→学生の利用者を増やす

[考えられる原因]

・社会人向けのイベントが多い(セミナー等)?

・学生料金がなく、利用料金が高い?

→学生が施設を利用しにくい?

2.2 解決方法

・学生が利用しやすいように料金を下げる

・”企業と学生の交流会”を行う

→企業の情報から就職活動に関わることまで自由にやり取りができる時間を設けたイベントの企画

【対象】 就職活動が本格化する大学2, 3年生

【場所】 「びぶれすイノベーションスタジオ」内にあるコワーキングカフェ

【方法】 ・1企業に対し約3名の学生が集まる
 ・各回30分のローテーション形式

3. 活動実績

3.1 活動の成果

・びぶれすイノベーションスタジオ、

XROSS POINTへの訪問

・企業説明会型の企業と

学生の交流イベントの開催

→二日間の開催

計8企業、学生計13名の参加

イベント終了後にはアンケートを実施



参加企業(敬称略)

・株式会社大同リース、熊本市役所、

ミュージプランニング、株式会社こさき

・熊本日日新聞社、株式会社通宝、

株式会社三勢、株式会社大嵐屋



「参加者の声」

・これまで説明会などで聞いたことのない企業ばかりだったので、新しい知識が増えて良かった。

・びぶれすに実際に行ったことで、コワーキングスペースの使い方も個人や団体など色々あることが分かりました。

・時間配分の連絡がもっとあると良いと思った。

4. 今後の展開

4.1 イベントの宣伝方法の変更

今後のイベントを計画するにあたり、今回使用した宣伝方法以外の集客率を考察し、検証する。

(例)

・びぶれすイノベーションスタジオが運営するInstagramや

X、Facebook、YouTubeといったSNS

・チラシやポスター等

4.2 イベントの活動内容の検討

より多くの学生に利用してもらうために、今回の企業説明型の交流イベントを継続するべきか否かを検討する。

「新たにイベント内容を考える場合」

→他のコワーキングスペースで行われているイベントを参考にする

4.3 施設活用に関するその他の課題の洗い出し

“学生”という立場からびぶれすイノベーションスタジオのその他の課題点を洗い出す。

(例)

・会員プランの料金の改定(学生料金の導入)

・学生向けのイベントや学生主体のイベントの開催

・学生が入りやすいエントランス

観光資源の見える化と 玉名市型マイクロモビリティツーリズムの開発研究

メンバー：松本祐子 大山莉奈 稲田智哉 江崎美紀 坂本昂陽 竹下侑里
 連携先：一般社団法人玉名観光協会

指導教官：津曲隆
 チーム名：たま輪(りん)

研究背景・目的



マイクロモビリティの定着

他地域の事例を研究しつつ、玉名市でのマイクロモビリティツーリズム定着に向けた解決方法を検討する。

玉名観光協会は、2次交通利便性向上と玉名市内周遊における課題解決のため、2023年4月よりマイクロモビリティ(E-bike)レンタルを開始し、ポタリングを推進している。研究活動を通して、マイクロモビリティの周知と利用者増加を目指す。※ポタリング…目的地を定めことなく自転車で散歩するようにゆったりと走行すること。

地域資源 焦点は“人”

ポタリングの際に地域の人々への訪問を誘導するという形の付加価値をつけた観光商品提供が利用者増加につながるものと考え、この方向での研究を進めることにした。

玉名市には自然・歴史・文化・食などの地域資源と、それらを磨いて地域の新たな魅力を創出する「玉名人」が存在する。玉名人が玉名市の原動力であり、最も重要な価値である。そこで我々は、玉名市が観光における地域の独自色を出すためには、「玉名人」こそが重要な地域資源なのではないかと結論に至った。ポタリングと地域資源をつなぐ観光商品のツールとして、周遊マップを検討した。

活動実績



○予備的研究(大学周辺の周遊マップ制作)

熊本県立大学の学生をターゲットに、大学周辺(健軍川界隈)の自然をテーマにしたマップを数種類作り、検証実験を行った。検証実験には研究室の別のグループが被験者として参加し、マップへの意見を聴取した。



図1 周遊マップ試作品の一例

○観光商品「玉名人めぐり」それに伴った玉名市型マップ制作

玉名の人を巡るポタリングに適した玉名市型マップ制作に着手した。

予備研究の際には、アイデアと作品レベルの乖離が課題となったため、玉名市型マップではターゲットやコンセプトをさらに具体化した。

第2期玉名観光振興計画によると、地域との共創志向がある層、50代以上のカメラが趣味の女性の層が現在、玉名市内に多く訪れており、また、玉名観光協会会員が今後誘客したい層として、国内観光客(シニアの夫婦・女性グループ)が挙げられた。以上の属性を包括する30代以上の男女をターゲットに設定した。

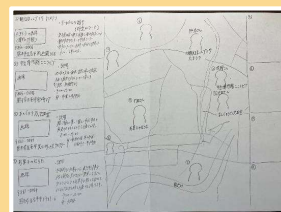


図2 玉名人めぐりマップ(案)

○玉名観光協会との意見交換

玉名市のE-bike利用者に向けた調査の実施が決定した。

予備的研究及び玉名人めぐりマップ(案)の作成を終えた9月5日に、玉名観光協会と大学にて意見交換を行った。マップ(案)の具体化は解決する問題が多くあることを確認した。



図3 玉名観光協会との合同会議

今後の展開



利用状況の調査

玉名市のマイクロモビリティ定着の現状を調査し、ニーズに合った商品開発につなげる。

玉名観光協会の協力のもと、E-bike利用者へのアンケートやヒアリング調査を実施する予定である。この調査により、マイクロモビリティの利用状況の実態を把握し、マイクロモビリティを活用した観光商品開発に活かしていきたいと考えている。また、E-bikeの利用者が、玉名市のマイクロモビリティについてどのように情報を入手したかを明らかにしたい。

アイデアの検討

ポタリングでの周遊促進の課題に対して、現段階では人を巡るという付加価値を1つの解決策として考えてきたが、もう少し視野を広げ、人以外の可能性も検討していきたいと考えている。それらを整理した後、フィールドワークを通して玉名市のポタリングを体験し、アイデアを固めていきたい。



地域における炭素排出量の視覚化と具体的対策の合同検証

メンバー：佐藤優大 後藤浩介 西溪光都
指導教官：柴田祐 田中昭雄
連携先：経営塾 ISUI breakthrough
チーム名：芦北ラボ

研究の背景・課題

我が国は2030年温室効果ガス排出量の削減目標を、対2013年度46%としており、熊本県も2050年カーボンゼロ宣言を行っている。葦水地域(芦北町、津奈木町、水俣市)も同様にカーボンゼロを実現する必要があるが、国も自治体も実体調査に基づく**正確な炭素排出量は把握していない**。

そこで葦水地域を対象に事業者や住宅からのCO2排出量と森林や里山でのCO2吸収量を調査に基づき正確に把握することで、地域における排出と吸収のバランスの検証を行う。それを踏まえて、**具体的に各事業者や地域全体で何ができるのか、ワークショップを開催することを通じて関係機関とともに検討することを目的とする**。

研究課題

地域調査に基づき事業所や住宅からの**CO2排出量と森林に固定量を明らかにするとともに、地域カーボンゼロ実現に向けた課題を明らかにする**。

解決策

- (1) 地域内の事業者の二酸化炭素排出量・森林吸収量の調査
- (2) 里山におけるCO2バランスの調査
- (3) ワークショップ開催による情報発信と地域との連携

活動実績

第1回WS

1. 事業実施方法の検討
2. 「芦北町のCO2排出状況と事業所の見える化について」に関する学習

第2回WS

1. 小規模集落の脱炭素化のための調査説明と「炭素排出量調査票」の配布
2. SDGsと脱炭素化に関する学習会開催

里山の暮らしと伝統

高齢化・人口減少のなか、神様の祠など伝統的な文化をまもり守り続けている。



現地調査

調査地区：芦北町 告地区周辺
実施日：R5.10.4

活動成果

30票の「炭素排出量調査票」を配付
→12票回収

今後の展開

- ①「炭素排出量調査票」を解析
→地域のCO₂排出量と県林業統計から当該地域の森林の炭素固定量をもとめる
→地域のカーボンバランスを明らかにする
- ②炭素排出量が多いと予想される事業所のエネルギー診断を行う
→ゼロカーボン化のための対策を検討する
- ③これらを総合的に検討する
→地域カーボンゼロ化の課題を検討する
→成果をワークショップ等で地域住民に還元する

玉名市マスコット「タマにゃん」を活用した情報発信 および玉名市観光商品の開発研究



メンバー：藤田美伊沙、上村和一郎、徳田さなえ、濱崎ゆきの、松岡美紘、安田朱花
指導教官：津曲隆 連携先：玉名市役所 観光物産課 チーム名：たまむすび

研究背景・目的

津曲研究室は玉名市と連携した活動を2010年度から継続して行っている。

今年度は、玉名市から提示された地域課題を踏まえ、**玉名市のPRとタマにゃんの認知度向上**及び**新たな観光商品開発**を行う。
認知度向上については、タマにゃんに関するSNSのフォロワー数増加を目標とし、観光商品は、**玉名市の関係人口増加**に向けた商品開発を目指す。

活動 ①

①



SNS

昨年までは「X (旧: Twitter)」のみの運用を行っていた。今回は「Instagram」と今年度一般公開された「Threads」を加えた3つのSNSを運用している。
先行研究から、Xにおいては画像が最も効果的であることが判明しているため、写真とイラストを組み合わせた画像を使用し、高い頻度で投稿を行っている。
新たに開設したInstagramでは、タマにゃんが熊本・玉名弁を紹介するというコンセプトで週に一回投稿、Threadsではタマにゃんの画像掲載を行っている。



↑ X掲載画像



↑ Instagram掲載画像

活動 ②

②



観光商品開発

新たな観光商品は、**過疎地域の活性化**に向け、**関係人口増加**を目的としたツールとしての開発を行う。

昨年度、玉名市天水地区は過疎地域に認定された。天水地区を全国で生じている過疎問題のモデルとし、ここで観光商品開発を行うこととした。ただし、一般観光客ではなく、若い世代に注目してもらおうことを目指す。このために、大学生がフィールドワークを通じた学びの場となる形での観光商品を検討する。
天水地区の過疎対策を担当する玉名市職員を訪問し、詳しい現状を聞き、フィールドワークの舞台となるような事業団体の候補をいくつか紹介してもらい、大学での学びにつながる具体案の検討を進めた。



↑ X撮影風景

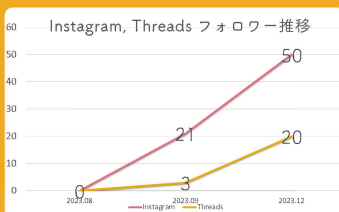
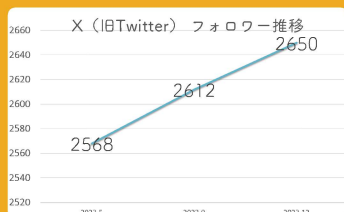


↑ 玉名市との意見交換会の様子

今後の展望

Xは、いいね数・フォロワー数ともに現在は伸び悩んでいるため、新たな活動を模索している。現状フォロワー数は2611人で、目標は2650人である。
Instagramは、知名度向上のため、今後活動の周知が必要と考える。現状フォロワー数は19人で、目標は50人である。
Threadsも同様に、周知が必要。現状フォロワー数は2人で、目標は20人である。

新たな観光商品開発においては、今後、グループで現地訪問を行い、学生のフィールドワークのための学びの場として妥当かどうかの検証を行っていく予定である。



X アカウント



Instagram アカウント



起業、スタートアップ支援を通じた地域活性化のための 仕組みと拠点づくり

メンバー: 佐藤なおと、谷水菜月、伊藤さくら、上田璃杏、島川太智
指導教官: 小藺和剛
連携先: 熊本日日新聞
チーム名: 小藺ゼミ熊日班



◆ 研究の背景

熊本県内の地域活性化、社会課題解決に向けた「これまでなかった新しいビジネスの創造」、「既存の産業を生かす・結びつけることで生み出されるビジネス」を、熊本日日新聞が運営しているびぶれすイノベーションスタジオ(通称:Bスタ)を拠点として行う。

◆ 研究課題

学生の起業支援をすること、大学などの教育機関と連携した仕組みや展開についても視野に入れて考える。
また、多様化する社会においてBスタなどのコワーキングスペースを活用した新しい働き方を探る。

◆ 課題解決策

大学生などの若者をターゲット層に設定し、研究課題を解決するための初期段階としてBスタの利用者増加に重点を置いて以下の四つのフェーズに分けて考えた。



フェーズ 1 知ってもらおう

- InstagramやTikTok等のSNSを宣伝用アカウントを新規作成、運用し認知度を高める
- 施設の利用割引クーポンを同封したポスターまたはパンフレットの配布をする

フェーズ 2 来てもらおう

- 起業、または企業の就職説明会等のイベントを行い起業志望者に足を運んでもらう
- 会員の方に協力していただき、就職に有利な資格勉強会を開催する

フェーズ 3 リピートしてもらおう

- 説明会後日に面接練習やESの書き方講座を行う
- 資格勉強会や質問会などを定期的に開催する

フェーズ 4 起業してもらおう

- 会員の方との交流を通じて起業体験談などを聞き、起業について知識を深める
- 定期開催されている起業イベントに参加してもらい、起業を促進する

◆ 活動実績

Bスタを見学し自分たちの目でどのような施設であるか、当施設で何ができるかを確認し、研究課題の考察を行った。
起業、スタートアップ支援のための地域活性化の拠点づくりの課題解決のための初期段階の案として「Bスタの利用者の増加」に重点を置き、三つのフェーズに分けて案を検討した。



◆ 活動の成果

先方へプレゼンを行い、以下の条件で3つのフェーズの案の実行の許可を得ることができた。

- 若者の目に留まる趣向を凝らした投稿(宣伝活動)
- どの資格を対象とするかを検討。(資格勉強会)
- 業界を絞ってより専門性の高いものにする(起業説明会)

◆ 今後の展開

- Instagram、TikTok等のSNSでの宣伝活動
- 1月下旬頃に全国のIT企業を統括する業界団体である「ユーオス」様の協力のもと、IT業界の学生向け合同就職説明会のBスタでの開催を検討中。



地域拠点「長嶺地区」における地域の将来像の検討に向けたコミュニティづくりについて - 「県大マルシェ」を通じて -

メンバー：大杉萌恵、田中七海、村上智江里、吉田亜矢、杉山大輝、渡邊彩加

指導教官：鄭一止

連携先：熊本市役所

チーム名：県大マルシェ

1. イントロダクション

1.1 研究の背景と目的

熊本県立大学(以下、県大)が位置する月出と長嶺は、15か地域拠点の一つである「長嶺地区」に含まれており、地域再生の主な対象となっている。そこで、去年より、地域住民へのニーズ調査のもと、地域と学生をつなぐ「県大マルシェ」を学内で実施中である。

「県大マルシェ」は、学生主体のイベントであり、滞留を促す居心地の良い空間づくりを図りながら、トライアンドエラー式で問題点を見つけ、改善していく方式を取っている。今年度は、既存の空間を自然体で使い倒してもらうことを意図として、居合わせを誘発するファニチャーのデザイン、そして居心地良さと安全性を両立した照明デザインを実施する。

1.2 実施方法

場所としては、去年と同じく図書館前をはじめ、階段下の掲示板前、県大通りの一角で実施する。日程としては、10/13、11/17、12/22の午後4-6時の間に実施する。ただし、照明実験は、日没時間に合わせて時間を調整する。

10/13の出店者は、学生による米農家のプロモーション、学生による地域活動のプロモーション、大学教職員による古着屋、食ベラボ、地元飲食店などである。スタッフは、鄭研究室のゼミ生をはじめ、居住環境学専攻の学生が主に担当する。

2. 取り組みについて

2.1 実験計画

ファニチャーの実験としては、販売エリア、飲食エリア、そして休息エリアに分ける。特に休息エリアにおいては、既存のベンチや花壇を活かしたレイアウトにする。見知らぬ人同士でも居られやすい、また人見知り同士では偶然見合わせする場づくりを図る。横になったり、偶発的なすれ違いが起きたか、どうかなど、アクティビティ評価を行いながら、レイアウトを改善していく。

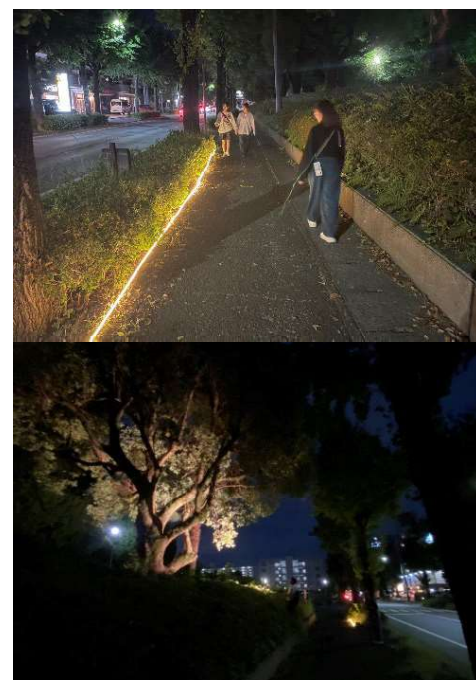
一方、照明実験としては、県大通りの歩道を主な対象とし、花壇下を照らすラインライトと県大敷地内の樹木を照らすスポットライトを使用する。街路灯がほとんどなく暗い県大通りにおいて、もっとも適切な照度を見つけるため、照明に対する印象評価とアクティビティ評価を行いながら、照明の種類や配置を変えていく。

2.2 今後の展開

10/13の県大マルシェに合わせて、ファニチャーの実験および照明実験を実施する予定である。実施回数を増やししながら、改善を図ることで、最終的にはもっとも相応しいデザインを見つけることを目標とする。



県大マルシェのレイアウトと設営のイメージ



照明実験のイメージ

令和5年度 地域連携型学生研究 中間報告会

～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： 池松美陽 今村陽仁 後藤浩介 島名菜月 瀧内佑月 西溪光都

指導教官： 柴田祐

グループ名： みなみくん

連携先： 熊本市南区

研究の背景・課題

～南区について～

- ・人口 : H7以降増加傾向↑
- ・人口増加率: H27からR2にかけて熊本市5区の中で最も高い
- ・高齢化率 : 26.8%で熊本市5区で3番目に高い
- ・年少人口 : 16%以上で最も高い
- 若者が増えている地区と高齢化が進む地区が共存している



- ・「まちづくり」に力を入れている
- ・「いきいき暮らしのまち 南区」を目指す区の姿とし、実現に向けて参画と共同によるまちづくりを進めてきた



～課題～

- ・過疎化や高齢化による「まちづくり」の担い手不足
- ・今後のまちづくりを推進するための担い手の発掘・育成の手法の発見

解決策

- ・ヒアリングやワークショップを開催
- ワークショップをさらに活性化
- 新たな街づくり活動の指導を支援、担い手の育成

- ・西区の城山地区と会議の目的が共通している
- 2つの地区を比較することで幸田地区のまちづくりが活発になるような解決策の検討

取り組み

～幸田まちづくりサロン～

幸田まちづくりサロンの概要

- ・令和4年度から始動
- ・今年で2年目
- ・新たなまちづくり人材の発掘とその育成が目標

特徴

- ・参加者は毎回異なる（参加者名簿なし）
- ・世代間で交流できるようなイベントが多い
- ・ユニクロや花王など多くの企業が協力



表1：幸田まちづくりサロンでの会議の変遷

年度	月	回数	内容
令和4年度	5	第1回	【意見交換や地域資源の整理】 ・参加者が取り組んできた活動や興味のある活動についての意見交換 ・地域人口のデータや地域資源の確認
	6		
	7	第2回	【住民がしたいことのリストアップ】 ・グラフィックファシリテーションによる対話内容のイメージ化 ・参加者の具体的なアイデアの共有
	8	第3回	【勉強会「まちづくりにアートの視点を」】 ・現代美術館の日比野彦彦館長を招き、「まちづくり×アート」の視点からまちづくり活動にかかる新たな気づきを得る
	9	第4回	【アイデアの集約・整理】 ・積み重ねてきたアイデアの集約 ・大切にしたいキーワードを関連させる・創造的な検討をする
	10	第5回	【多様な視点から物事を捉える体験学習】 ・熊大TERADA×まちづくりサロンのコラボ企画として、クロスロード体験会の実施
	11	第6回	【魅力ある場所をより魅力的にするために】 ・現代美術館の日比野館長を招待し、平成中央公園を視察 ・よりよい公園にするための様々なアイデアを構築
	12	第7回	【まちづくり活動を具体化するための話し合い①】 ・学びや気づきを活かし、まちづくり活動を具体化するための話し合い
	1	第8回	【まちづくり活動を具体化するための話し合い②】 ・各校区から新たなメンバーの参入 ・各校区でのこれまでの取り組みの共有による新たな気づきの発見
	2		
令和5年度	3	第9回	【まちづくりイベントの企画会議】 ・御幸中央公園を拠点としたイベントの実施や、楽しく交流できる空間創造の決定 ・「食、スポーツ、環境」のキーワードの基、まちづくりに取り組んでいく方向性を共有
	4	第1回	【イベント・空間作り大作戦】 ・「地域×企業×行政」が力を合わせ、楽しめるイベントや空間作りを目指した話し合い
	5	第2回	【進行中の取り組みについて】 ・地区内にある企業による、地区内外での社会貢献活動の共有

～城山会議～

城山会議の概要

- ・今年からスタート
- ・新たなまちづくり人材の発掘、その育成と西区の拠点となることが目標

特徴

- ・基本参加者は同じ（参加者名簿有）
- ・計画しているイベントは地域ならではのものが多く
- ・こね西祭など以前からイベントが多い地区

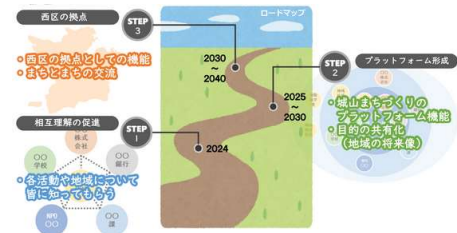


表2：城山会議での会議の変遷

年度	月	回数	内容
令和4年度	3	第1回	【まちづくり会議の発足に向けた意見交換】 ・参加者が思う「目指すまちの姿」の意見交換 ・目指すまちの姿の実現に向けたアイデアの共有
令和5年度	4	第2回	【住民のしたいことリストアップ】 ・地域資源の整理・地域資源を活用するためのアイデア共有
	5	第3回	【アイデアの集約・整理】 ・グラフィック・ファシリテーションによる対話内容のイメージ化 ・参加者のアイデアの具体的な共有
	6	第4回	【事例紹介と今後の流れの整理】 ・他地域で行われたイベントの紹介 ・城山らしいイベントに向けた意見の共有
	6	第5回	【まちづくり活動を具体化するための話し合い】 ・まちづくりの主体になり得るキーパーソンの紹介 ・将来像を描いたロードマップの作成・実現のための手法の検討
	7	第6回	【勉強会「まちづくりの仕組みについて」】 ・住民が主体的にまちづくりを行う為の、行政職員によるまちづくりの説明
	8	第7回	【イベントの事例紹介とイベントのプラン検討】 ・企業がまちづくりを目的に行っている取り組みの紹介 ・参加した企業と共に城山地区で行うイベントプランの検討
	9		
	10	第8回	【イベントプランの検討】 ・ワークショップの業務概要の住民アンケート ・イベント検討のための前回までのあいだでありかえり

今後の取り組み

- ・両地区で行われる会議に参加し、ヒアリングやイベント参加を通して、住民の思いや地域の現状を把握する。
- ・新たなまちづくり活動の始動を引き続き支援する。
- ・まちづくりの新たな担い手の発掘や育成手法、特に現役世代の参加に繋がる手法の検討

今後の維持管理運営のため収益性のある施設としての 肥後民家村の活用について

メンバー：河野花鈴，大久保知己，緒方遥南，酒井貫多，瀨崎杏莉，東紅羽
 連携先：和水町役場 チーム名：みかんみん

指導教官：飯島賢志

1. 研究の目的・背景

1-1. 肥後民家村とは

各地に残る代表的な民家を移築復元した、和水町にある古民家の野外博物館。木工館や陶芸館などには工房や食事処、カフェが入り営業されている。



1-2. 肥後民家村が抱える課題

・**年間の来場者数が少ない**(約14000人/年)
 ※和水町としては来場者数を増やしたい！！
 →考えられる原因：認知度の低さ

1-3. 研究の目的

・肥後民家村への**年間来場者数をさらに10000人増やす**ことを目標に、集客力のある施設にするアイデアを考える。
 ・集客効果が高いイベントを開催するには、イベントの種類や宣伝方法をどうすべきか、統計分析から考察する。

1-4. 仮説

・施設の認知度が低いと年間来場者数が少ない。

2. 研究の方法

仮説が正しいならば...

➡施設の認知度を高めれば、恒常的に来場者数の増加が見込める！！

◎認知度を高めるための方法

・**肥後民家村でイベント(食フェス)を開催する。**

-理由-

- (1)直接的、一時的に来場者数増加が見込めそう。
- (2)イベントによって施設認知度が高まれば、恒常的な来場者数の増加が見込める。
- (3)和水町には「ナゴミカレーロード」があり、食フェスとの親和性が高い。

2-1. 熊本県内で開催されたイベントの事例調査

熊本県内で実施されたイベントおよび祭りのデータを集め、イベントを効果的に行うための統計分析を行う。

2-2. 九州たこ焼きグランプリでのアンケート調査

9/23.24に熊本県農業公園カントリーパークで行われた「九州たこ焼きグランプリ in 熊本」でアンケート調査を実施。

2-3. 肥後民家村へ訪問し施設の活用法を考察

令和9年度に取り壊しが決定している資料館の跡地をどのように活用すべきかに着目し、その活用方法を和水町に提案する。

3. 活動実績

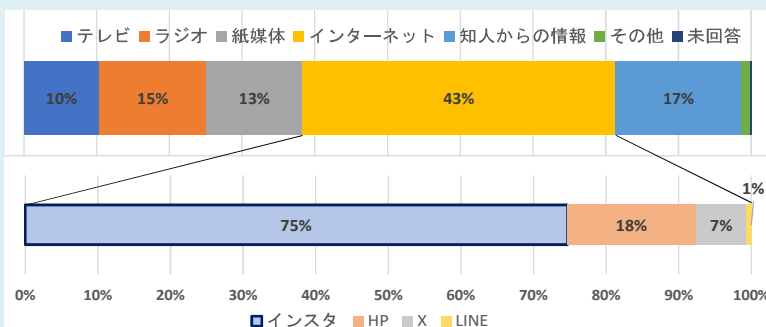
◎和水町役場・肥後民家村への訪問

◎九州たこ焼きグランプリでのアンケート調査

9/23.24に熊本県農業公園カントリーパークで行われた「九州たこ焼きグランプリ」にてアンケート調査を実施した。(回答数:600)



(例) イベントを知った情報源は何か(複数回答可)



インターネットが最も多く、その中でもインスタグラムから情報を得ている人が多くみられた。

4. 今後の展望

4-1. 熊本県内のイベントデータの統計分析

肥後民家村でイベントを開催するにあたって、10000人以上の来場を目指すには、どのようなイベントを開催すべきか、食フェスの効果等を、統計分析により考察する。

4-2. カレー王座決定戦でのアンケート調査

九州たこ焼きグランプリと同様に、10/21.22にカントリーパークで行われる「第6回KUMAMOTOカレー王座決定戦」でアンケート調査を行う。

これらで集めたデータをもとに統計分析を行い、イベントの宣伝方法やメインターゲット等について考察する。

4-3. 肥後民家村へ訪問し施設の活用法を考察

資料館の跡地の活用方法を考えるために、肥後民家村や和水町が抱える課題を再度深掘りする。

➡統計分析によって導いた、来場者数を10000人増やすために効果的なイベントや、集客効果のある資料館跡地の活用法について、実現可能性も考慮しながら、最終的に和水町役場へ提案を行う。

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

メンバー：島名菜月 瀧内佑月 池松美陽
今村陽仁 後藤浩介 西溪光都
指導教官：柴田祐
連携先：宇土市商工観光課
チーム名：宇土プロジェクト

研究の背景・目的

宇土市では、市内小学生を対象に地元愛着を目的とした事業として、マスコットキャラクター「うとん長しゅん」を足がかりに企画立案・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。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、ロード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。

解決方法

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、小学生と共にまち歩きを企画・実行する。さらに、発掘した地域資源を発信するPR動画の制作を後日、小学生と行う。



活動実績

プレ調査として学生によるまち歩きを実施した

網田地区 8月24日(木)



歴史のある網田駅がある。みかん畑が広がる、海に面した地区。

花園地区 9月3日(日)



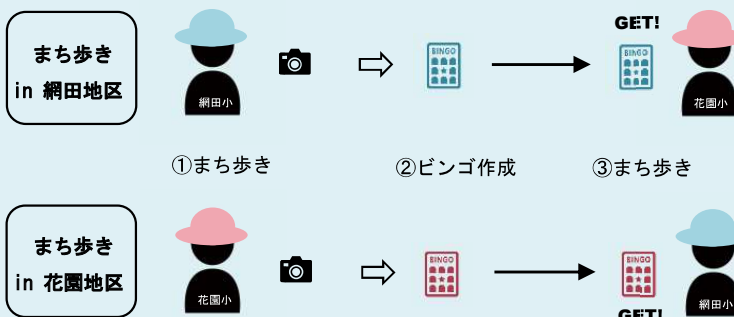
大きな池を持つ立岡自然公園がある。池や田んぼが広がる自然豊かな地区。

活動成果

①「まち歩きビンゴ」と「PR動画制作」の企画した。

1日目 まち歩きビンゴ

- ① 網田・花園地区の小学生に自分の校区のまち歩きをしてもらう
→小学生に面白いと思ったものを写真に撮ってもらう
- ② 撮った写真を使い、それぞれの校区のビンゴカードを作成する
- ③ 相手校区のカードを使って、相手校区のまち歩きをしてもらう
→カードの写真には、その地区の面白いものが詰まっている
それらを見つけながら、相手地区の魅力を感じてもらう！！



2日目 PR動画制作

【目的】

- 小学生が自分の地域の魅力を再認識する
- 小学生同士お互いにどこを魅力に感じるか知ることが出来る
- 発信することで、子ども目線で発掘した地域資源が地域の人や地域外の人にも届き、子どもツーリズムに繋がる

【流れ】

- ① まち歩きビンゴで発見した校区の魅力を振り返ってもらう
- ② 自分たちの校区の魅力を発信するPR動画を作成する



〔PR動画の流れ〕

1. 自己紹介
2. 地域の紹介
3. 自慢したいこと
4. 相手へのインタビュー

②実施にむけてまち歩きマップとチラシを作成した。



今後の展開

当初は、9月30日(日)と10月7日(土)に実施予定だった。しかし、募集期間が短かったことや小学校の行事を考慮していなかったことが原因で参加者が集まらず延期することになった。今後は、参加する小学生の募集を再度行い、イベントを実施する予定である。また、実施したイベントでは、小学生を対象にまち歩きや発掘した地域資源に関するアンケート調査を行う。