

山間地域の住民が安心して暮らせる地域づくり

地域エリア：栃木県

パートナー：栃木県庁環境森林部
森林整備課

コミュニティデザイン学科：小清水 里映
建築都市デザイン学科：田中 瑞暉
社会基盤デザイン学科：金沢 悠太



小川 真季
李 嘉昱

背景

毎年多くの台風や豪雨による被害が報告されている。栃木県は県の約50%が中山間地域（平野の外縁部から山間地のこと）であり、被災のときに民間に被害が生じやすい。災害対策が必要である。
しかし、山地災害は発生の予想が困難であり全体のハード面での掌握は不可能。よってソフト面の対策が不可欠。

目的

山間地域の災害について深く知り、現在行っている防災活動の現状と課題を明らかにしたうえで、山間地域の安全の向上を目指し提案を行う。

活動

5/25 栃木県の地理、山間地域の災害やその防災方法について調査

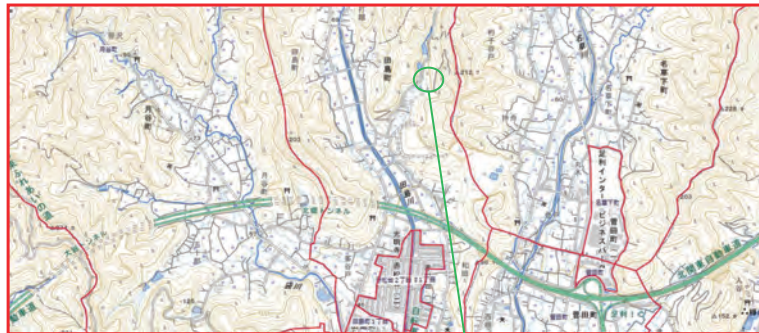
11/8 栃木県庁森林部森林整備課職員に電子メールにてアンケート
地域防災推進員の代表の方に電子メールにてアンケート調査

12/15 被災現場(現在復旧中)ココファーム・ワイナリーを見学

12/22 栃木県庁にて山地防災推進員代表の方に対面インタビュー調査

方法

被災現場見学として足利市島町のココファーム・ワイナリー見学
また栃木県庁森林課や山地防災推進員の方にアンケートとインタビューも実施



ココファーム・ワイナリー

上図の田んぼの場所は全て民家がある。大まかな地図では分からないが、人口の分布は川の周辺のみ分布しており、その半数以上が山に囲まれている。宇都宮市や鹿沼市の中心部が平野箇所に立地して人口密度は高い。

提案

防災活動を普及させるために防災便りを作成し、中山間地域の災害について知ってもらい、ソフト面での被害縮小を目指す。



山地防災推進員の存在を知っている人が少ないのでポスターを作成し、組織の存在を認知してもらう。加えて山地防災推進員の人員は年々減少傾向にあるので人員確保も目的とする。
このポスターは防災便りやインターネット上にも掲載する事を提案とする。

分析結果

・被災状況

土砂災害の発生の予測は困難であり、あらかじめ発生が予想できないため、発生後の迅速な対策が最も有効である。土砂災害の多くは山奥で発生巣が、民家周辺で起きることも例外ではなく、対策は必要である。

・栃木県庁森林課

土砂災害の予測は難しいため、発生後の迅速な対応を心がけている。発生の情報入手、調査、周辺地域に情報伝達、対策案企画・実行の手順を素早くこなす。国で定められた防災ヘルパーの他に山地防災推進員を設立。情報提供を行ってもらっている。

・山地防災推進員

山地に関する仕事や、防災に携わる職の方々で構成されており、ボランティアで災害発生の情報提供を行っている。強制的な防災活動の義務はないが、土砂災害の発生や二次被害抑制に貢献。



ココファーム・ワイナリー 被災直後の様子

宇都宮市中心市街地の活性化

地域名 宇都宮市
パートナー名 宇都宮まちづくり推進機構

2班 コミュニティデザイン学科 當間昇吾 松尾玲
建築都市デザイン学科 丸尾美咲 矢口奈緒美
社会基盤デザイン学科 高島優大 高橋新

背景

- パルコ撤退
→オリオン通りがさらに衰退してしまう可能性
 - オリオンスクエアの再開発
→イベント規模の拡大、オリオン通りの今後の可能性
- オリオン通りには中心市街地の課題も可能性も存在している。**

□オリオン通りの現状
→中心市街地には、数多くの飲食店があるが、それらの店の多くが新型コロナウイルス感染拡大の影響により経営が厳しくなっている、という現状がある。

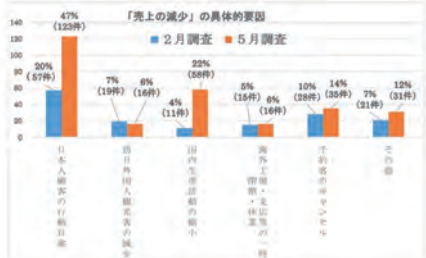


図1 「売上の減少」の具体的要因

目的

- 体感としてオリオン通り周辺は営業状況の分かりづらい店舗が多い。例えば…
 - ・オリオン通りでご飯を食いたいけどどのお店がいか分からない。
 - ・そもそも営業しているのかも分からない。 …など
- オリオン通りに賑わいをもたらすためには知ってもらう必要がある！
→オリオン通りのPRが活性化に繋がる。
- コンセプトを「屋下がりオリオン通り開拓」とし、人通りの少ない、ランチタイム終了から夕方営業開始の14時から17時に営業しているカフェや喫茶店にフォーカスし、パンフレットを作成することでオリオン通りの魅力を伝えとともに1日を通して賑わう商店街へと導くことを目的とする。

方法

- 現地調査
実際にオリオン通りへ赴き、各店舗の営業時間や店内の雰囲気や調査する。また、メニューや店内の写真を撮らせていただき、パンフレットに掲載するための資料とする。
- アンケート調査
 - 対象 オリオン通りや周辺のカフェ、喫茶店の従業員
 - 形式 Googleform
 - 内容
 - ・おすすめのメニュー
 - ・来客の多い年代
 - ・今後増えてほしい客層の年代 …など

提案

Y's tea

営業時間 定休日
おすすめメニュー (14時〜17時)
スクーナーサンドイッチ各種
おすすめメニュー (夜間限定)
ジャストイン・ティール・アールグレイ
フーズザセカンド、宇都宮ティーヌ
アールグレイ・ビス
メイン客層 20代
今後増えてほしい客層 30代以上

ひとこと
オリジナルブレンド紅茶や世界名産の産地紅茶、
ハーフティン・ケーキを堪能してあげます。
ご自宅での特別なティータイムや、大切な方へのギ
フトにもおすすめです。
お待ちかねのティータイムは、淹れたての紅茶や飲
事をお楽しみください。

カフェ・ドゥ・オリーブ

営業時間 10:30〜17:00
おすすめメニュー (14時〜17時)
パウンドケーキセット
おすすめメニュー (夜間限定)
チーズハンバーグ
メイン客層 40代、50代
今後増えてほしい客層 30代

ひとこと
大宮駅南口駅南側のカフェです。
暖かく、ゆったりとした雰囲気味わってほしいです。

ピース

営業時間 定休日
おすすめメニュー トーストなど惣菜メニュー
メイン客層 10代
今後増えてほしい客層 30代

ひとこと
昭和45年創業の有名な喫茶店です。若い人も喜
びに来るにふさわしいお店です。

E ustoma

営業時間 10:30〜19:00
定休日 月曜(第二・四・六日)
おすすめメニュー vegetable plate
メイン客層 40代、50代
今後増えてほしい客層 10代〜20代の若い人たち

ひとこと
健康の食へ合わせや健康を売らない健康志向に特
化した、健康美を目的としたカフェ。

分析結果

- ・E ustoma
 - ① vegetable plate
 - ② vegetable plate
 - ・おーどびーんず
 - ① ガトーショコラ+
 - おーどbeansブレンドのセット
 - ② ケーキセット
 - ・カフェ・ドゥ・オリーブ
 - ① パウンドケーキセット
 - ② チーズハンバーグ
 - ・サンバレー
 - ① コーヒー
 - ② コーヒー
 - ・マイナースイグ
 - ① ベーグルサンドとベーグルトースト
 - ② 「マイナースイグ・ブレンド」
- という自家焙煎の珈琲。

- 質問項目
- ① 14時から17時でのオススメメニュー
 - ② 常時販売しているオススメメニュー
- ・宮カフェ
 - ① 完熟とちおとめシェイク ¥600
 - ② デミオムライス ¥1000
 - ・Y's ティー
 - ① スコーン各種・サンドイッチ各種
 - ② シャンパンパーティー
 - アールグレイフーズザセカンド
 - 宇都宮ティーヌストーリー
 - アールグレイ・ビス
 - ・ピース
 - ① トーストなど喫茶店メニュー

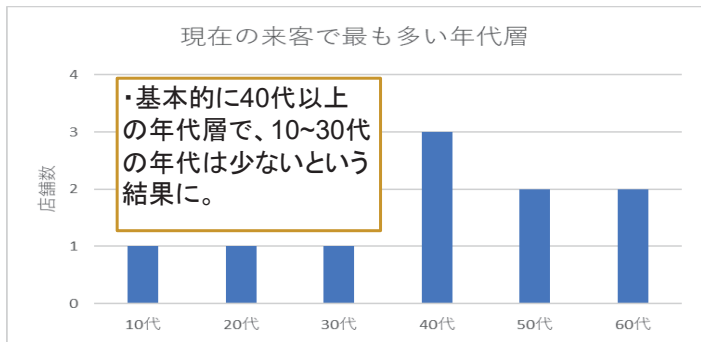


図2 現在の来客で最も多い年代層

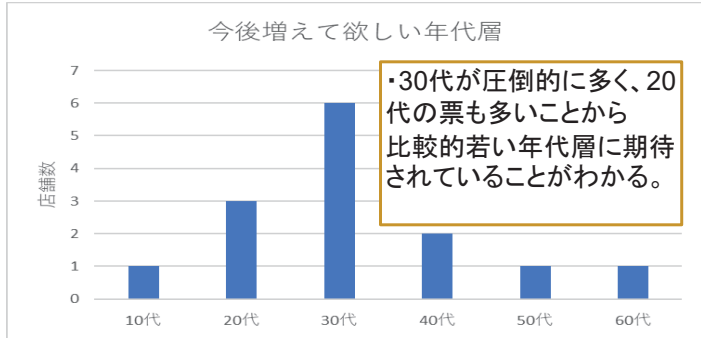


図3 今後増えて欲しい年代層

- ・オリオン通りの喫茶店8店舗を掲載
- ・老舗純喫茶から、若者向けのカフェまで多様な店舗を紹介

サンバレー

営業時間 8:00〜21:00
定休日 不定休
おすすめメニュー コーヒー
メイン客層 10代
今後増えてほしい客層 30代

ひとこと
50年以上やっている老舗喫茶店です。

マイナースイグ

営業時間 10:00〜19:00
定休日 不定休
おすすめメニュー (14時〜17時)
ベーグルサンド、ベーグルトースト
おすすめメニュー (夜間限定)
マイナースイグ・ブレンド (コーヒー)
メイン客層 30代、40代、50代
今後増えてほしい客層 10代〜20代の若い人たち

ひとこと
コーヒーとベーグルが人気のお店です。お一人様も
大歓迎ですので、ぜひお越しください。

宮カフェ

営業時間 10:30〜18:00
定休日 不定休
おすすめメニュー (14時〜17時)
完熟とちおとめシェイク
おすすめメニュー (夜間限定)
デミオムライス
メイン客層 40代〜50代の女性
今後増えてほしい客層 20代〜30代
ひとこと
季節感のあるメニュー、美味しいものを是非お楽しみ
ください。お待ちしております。

おーどびーんず

営業時間 11:30〜18:00
定休日 不定休
おすすめメニュー
ガトーショコラ・おーどとBeansブレンドのセッ
ト
メイン客層 50代、60代
今後増えてほしい客層 30〜40代

ひとこと
おーどびーんずだけではなく、静かにコーヒーを
味わったり、本を読んでほしいです。
元、コーヒーについて質問等、寛げるコーナーを
用意しています。

交通空白地域の住民が安心して暮らせる地域づくり

～陽東地域コミュニティ活性化プロジェクト～

地域パートナー名
陽東まちづくり協議会



3班 コミュニティデザイン学科 藤倉理子 小野寺良輝
建築都市デザイン学科 廣田季里 中須賀友哉
社会基盤デザイン学科 吉川遼

背景

イトーヨーカドーを中心に広範な陽東地域であるが、中心部から離れると、バス路線も通っておらず、交通弱者である独居高齢者が多く暮らす地区がある。以前、陽東まちづくり協議会が行ったアンケートの要望で、地域内交通を要望する声がいくつかあり、この度は、地域内交通に絞ったアンケートを実施し、その需要があれば実施に向けて進めていくことにした。



写真 1 陽東地域の対象エリア

分析結果

- ・アンケート回収率53% 60歳以上を抽出し総データ数344
- ・以下は回答者（60歳以上）のデータより分析（図1）
- ・高齢者の回答率が高いことが、対象の地域の高齢化が進んでいることを表しているとともに、地域内交通への関心が伺える。
- ・運転免許を保持している高齢者が約75%いるものの、問5. 将来（概ね5年後）の移動に不安があるかという質問に「不安がある」と回答した人は約55%いることから、免許返納を念頭に入れながらも、車社会において車以外の移動手段の不便さを感じている。（図2、図3）
- ・『定時定路型乗り合いタクシーの想定』を記載した上で、問6. 地域内交通を利用しようと思えますかという質問に「利用しようと思う」と回答した人は約80%いることから、需要はあると言える。（図4）
- ・問11. よく利用する施設を記述式で回答してもらう質問では、イトーヨーカドー（ベルモール含）が最も多く263票で約77%があげている。次にベイシア149票、ケーズデンキ69票と続いた。イトーヨーカドーを中心とした、ケーズデンキ、TOHOシネマズ等や、食料品店であるベイシア、カワチ、たいらや等が多くあがった。（図5）
- ・問9. ご意見ご質問、問10. 地域内交通に関してコロナの影響を受け心配なことという自由記述式の質問から、様々なニーズがあるためすべてに応えることは難しいが、まず、「家から既存のバス停まで遠い」「バスやLRTとの連携をしてほしい」という意見があり、陽東の中心であるかつバスとLRTの停留所であるイトーヨーカドーにさえ確実に移動できれば、そこからは乗り継いで目的地に移動できると結論付けた。（図6）

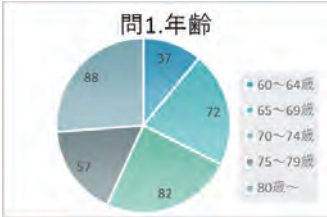


図1 問1. 年齢



図2 問2. 運転免許

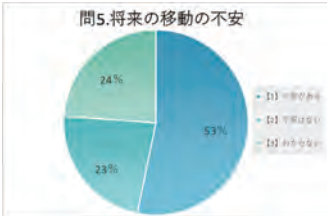


図3 問5. 将来の移動の不安

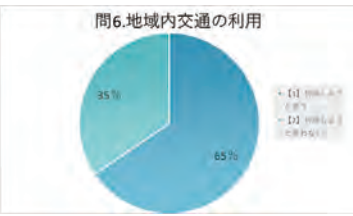


図4 問6. 地域内交通の利用

目的

地域内交通※に関する調査を行い、その需要を明らかにし実施に向けて大枠を作ることを目的とする。
※地域が運営主体となり、乗り合いタクシーなどの車両を使って特定の地域内を運行し、日常生活に必要な場所への移動手段となるもの。デマンド型と定時路型がある。住民から年に数百円ほど徴収し、運営する。

方法

- 【アンケート】
陽東地区「地域内交通」に関するアンケート調査
- ・交通空白地域である中久保、桜ヶ丘、東峰中東、東峰西の4自治会に限定し、610世帯に自治会長、班長を通して配布。
 - ・1自治会は班長が回収。3自治会は返信用封筒で回収。
 - ・全11問のアンケートに回答してもらう。
（期間11月10日～12月12日）
 - ・回答の対象者は世帯主と60歳以上の高齢者とする。
（回収率増加を見込み高齢者でない世帯主も対象とした）
 - ・集計は、60歳以上の高齢者を抽出して行う。

提案

問6より、需要はある⇒地域内交通実施に向けて検討

- 【想定される陽東地域内交通の大枠】
- ・家からバス停の交通のサポート⇒施設の停留所は最低イトーヨーカドーとベイシア（追加は問11を参考に決める）
 - ・その他駅方面や地域外はイトーヨーカドーのバスやLRT停留所から乗り継いでもらう
 - ・イトーヨーカドーを起点にバス路線がない込み入った地区を細かく循環する
イトーヨーカドー→大学裏の桜が丘→中久保→ベイシア→東峰中東→東峰西→陽東小周辺の桜が丘
→イトーヨーカドー
 - ・バリアフリーな車両を用意する
 - ・コロナ対策を徹底する

- 【課題】
- ・デマンド型を望む声が多く、運営方法自体の具体的なシミュレーションが必要。
 - ・先行実施の石井町に協力を仰ぎながら、多くの人が利用し、持続的に運航できるように努めなければならない。

イトーヨーカドー (ベルモール含)	ベイシア	ケーズデンキ
263	149	69
カワチ	たいらや	ツルハドラッグ
62	46	44

図5 問11. よく利用する施設(上位抜粋)

- ・免許返納による移動の不安
- ・家からバスの停留所まで行くのが大変
- ・バス及びLRT停留所に接続してほしい
- ・現在家の周りに路線バスが通っていないため、住宅街まできめ細かいルートを作ってほしい
- ・イトーヨーカドー等中心部に回ってほしい
- ・対象エリアを広げてほしい
- ・デマンド方式の方が良い
- ・除菌、消毒、距離を徹底してほしい
- ・心配はあるが、出来るだけの注意を払って運行してほしい
- ・3密なので利用しないと思う
- ・何事もプラスの面ばかりではないがマイナス面も考慮しながら前向きに進めてほしい

図6 問9. 問10抜粋

宇都宮市 もったいない運動



宇都宮市
環境政策課 エコ活動グループ 佐藤様

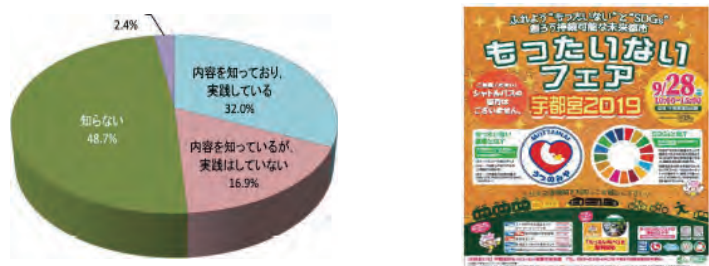
4 班 コミュニティデザイン学科 岩崎颯太 石川絢萌
社会基盤デザイン学科 飯塚絵里名
建築都市デザイン学科 川上渉 高橋成志

背景

宇都宮市が行っているもったいない運動とは、「ひと・もの・まち」を大切にすることを広める運動である。

しかし、宇都宮市が令和元年度に実施した「もったいない運動」の認知度調査において、30代・40代の認知度が低いことが明らかにされており、若年層には、認知はされてきているものの実践率が低いのが現状である。私たちは、30代・40代の認知度向上のために実際のもったいない運動を若年層に実施してもらい、その実施状況をまとめたパンフレットを作成することにした。

〈令和元年度実施の認知度調査〉 〈もったいない運動の取り組み〉



目的

もったいない運動が広まらない理由として、もったいない運動が広範でイメージしにくいことが挙げられる。そこで、調査を通じて、もったいない運動について考えをおすきかけにしようという「アクションリサーチ」的な手法を採用することにした。もったいない運動を知らない人が意識せずにもったいない運動を実施していることも考えられることから、それらの人々にもったいない運動を実践していることを認識させ、他のもったいない運動の促進につなげることも目的とする。また、新たな提案をするために、もったいない運動の実態調査を行う必要があると考え、これにより市民の意識や認知、実践度を調査したいと考えた。

方法

もったいない運動の認知度・実践度向上のために年齢層ごとに異なる方法をとった。

10代・20代向けには、もったいないを身近に感じてもらうことで日ごろの意識を高め、実践度の向上を図るため観察調査を行った。実際に行った調査内容としては、大学生を対象に普段の生活の中でもったいないと感じた瞬間や、実際に行っているもったいない運動の様子などを写真に収めて送ってもらった。また、調査協力者には、もったいない運動に対する意識やもったいない運動を実践してみてもその意識がどう変わったかというアンケートを実施した。

30代・40代向けには、大学生に実践してもらったもったいない運動の観察調査から作成したパンフレットを通してもったいないについて再考してもらい、さらに背景にも挙がっていた認知度の向上につなげようと考えた。

分析結果

今回の調査全体を通して言えることは、昨今のコロナウイルス感染拡大の影響もあるためか、外出先よりも家の中での写真が多かった。今後もステイホームは継続する見込みであることから、家の中で行えるもったいない運動に目を向ける必要があると考えられる。

観察調査で提出された写真の中では、食品に関するものが最も多かった。これは「食べられるかもしれない」と感じているものを、

実際に自分の手で処分していることから、「もったいない」と感じやすいのではないかと考えられる。

次いで多かった電力については、無意識に消費していることが多いため食品より少ない結果となったと考えられる。

ほかにも、リサイクルやゴミの分別の写真も提出された。もちろんリサイクル自体ではなく、リサイクルできるものを捨てることももったいない、と捉える人がいた。一方、たとえリサイクルできる物だとしても物を捨てることにもったいないと感じる人もいた。これは少なからずその物が使えるという気持ちがあったのだと推測する。正しく分別しごみを出すことももったいない運動につながることを周知する必要があると感じた。

また、もったいない運動に対する意識についてのアンケート結果から、実践する前と後でもったいない運動に対するイメージが変わったと答えた人が多かった。このことから、実際にもったいない運動を実践することは、身の回りの「もったいない」について考えるよいきっかけになるのではないかと感じた。

〈提出された写真の例〉 〈イメージに対するアンケート結果〉



提案

宇都宮市民に対し、もったいない運動を勧める成果物（パンフレット）を作成し、宇都宮市役所もしくは、コミュニティセンター、もったいない運動を理解していただいている民間の店に展示していただくことを提案する。この成果物は、目的にもあるように30代・40代の宇都宮市民に対し、「もったいない運動とは何か」、「どんなメリットがあるのか」を伝えることで、持続可能な都市「宇都宮」の実現に近づけていこうというものである。

調査結果より、食品に関する「もったいない」や電力に関する「もったいない」が意識されていたことを受けて、私たちが30代、40代の市民に向けて作成する成果物に、捨ててしまうが食べられるかもしれないと思う食品の部分を使ったレシピを紹介するとともに、無意識に消費してしまいがちな電力に関しては、今日から実践できる環境にも家計にも優しいもったいない運動を紹介することを提案する。

人によって価値観は違うため、もったいないと感じる事象は人によって大きく違うことが今回の調査で分かった。もったいない事象に気づけていない人に「もったいない」を指摘することで環境や有限資源に対する意識を変化させることができるだろうと考える。

〈実際に作成したパンフレット〉



人口減少社会を見据えた農村地域などのコミュニティの維持形成

地域名：宇都宮市 城山地区古賀志町

パートナー：宇都宮市都市整備部都市計画課

5 班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

荷見 悠平
鈴木 輝 森 桐吾
黒木 千聖 高林 優美



1. 目的 – 少子高齢化による人口減少を見据えた地域の衰退の抑制および活性化

2. 背景 古賀志町とは？

今回の対象地域である古賀志町は、宇都宮市北西部の城山地区に位置し、樹齢約 450 年の考子桜で有名な城山西小学校や、日本百低山に認定されている標高約 583m の古賀志山が所在している。

この地域では 65 歳以上の人口が全体の 3 割以上を占めており（表 1）、地域の中心である城山西小学校における児童数減少をはじめとした、少子高齢化による町の衰退が深刻な問題となっていることから、地域住民の方々は城山西小学校の児童増加に大きな関心を寄せている。

表 1. 古賀志町の人口（※ 1）

年齢区分	男(人)	女(人)	総計(人)	割合(%)
0～14歳	41	31	72	11.73%
15～64歳	177	168	345	56.19%
65歳～	92	105	197	32.08%
総計(人)	310	304	614	100.00%



図 1. 城山西小学校の考子桜（※3）

3. 調査 古賀志町を知る

- 目的
- ・過去の取り組み（歴史）を知る。
 - ・古賀志町の魅力・課題を知る。

- 方法
1. 文献調査
- 古賀志町に関する基本情報を把握する。

2. オンライン意見交換会

古賀志町が抱える「真の課題」を明らかにすると共に、古賀志町に住む方々の想いを知る。

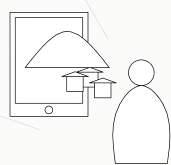
結果

孝子桜まつりや地域内交通、城山西小学校を中心とした古賀志町の取り組みや少子高齢化による人口不足といった古賀志町で抱えているであろう課題について知ることができた。（※ 2）

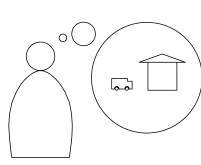
子育て世代（小学校児童）が少なく、地域の活気の衰退や後継者不足が課題であることがわかった。一方、自然環境が良く、子育てしやすい環境であること、城山西小学校の魅力的な独自の取り組みや雰囲気、人の温かさなど、地元の方が感じる魅力を知ることができた。

4. 提案 SNS を利用した魅力の発信

SNS を利用した魅力の発信



移住先の候補に



地域人口の増加



SNS 利用のメリット

- ・若い世代に対する情報発信ツールとして有効。
- ・文章と画像により端的に情報を発信できる手軽さ

発信の工夫

- ・SNS 広報用のポスターの作成
- ・ハッシュタグ（#）の利用
- ・地元の方に、積極的な発信・拡散を促す

継続のための仕組み

- ・特定のメンバー以外にも、様々な年齢・立場の地域住民の方に参加していただく事で、多角的な視点かつ継続的な発信を可能にする。



図 2. 広報ポスター案

さいごに

本演習においてご協力いただいた、古賀志町の皆様ならびに宇都宮市役所都市計画課の皆様、そして、ご指導いただいた藤本先生に深く感謝申し上げます。

〈参考文献〉

- 1) 人口統計情報 宇都宮市公式 web サイト 町丁別年齢各歳別人口
<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/johokokai/gyoseisiryō/1020024/1020072/1020125.html>
- 2) 宇都宮市公式 WEB サイト 城山考子号
<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kurashi/kotsu/chiiokinai/1006112.html>
- 3) 城山西小学校
http://www.ueis.ed.jp/school/siroyama-w/index.php?page_id=47

【映像のまち構想】の若者の認知を向上させる

栃木県足利市

総合政策部 企画政策課 柏瀬誠氏

映像のまち推進課 永井健太氏

6班 コミュニティデザイン学科

建築都市デザイン学科

社会基盤デザイン学科

上野安加里 久保日和

高橋友平

伊藤恭祐 堀内泰我



背景

足利市では現在「映像のまち構想」という構想を掲げており、「映像」をキーワードにしたまちづくりに取り組んでいる。映画やドラマなどの撮影地として市内が活用されているだけでなく、「あしかが映像まつり」というお祭りが開催されたり、足利市民がエキストラとして撮影に参加したりしている。しかしながら、エキストラとして登録されているのは40代～60代の人たちが多く、時間的制約などの問題から40代未満の世代の人たちのエキストラ登録者は少ない傾向にあり、そのぶん「映像のまち構想」にふれる機会が少なくなっている。

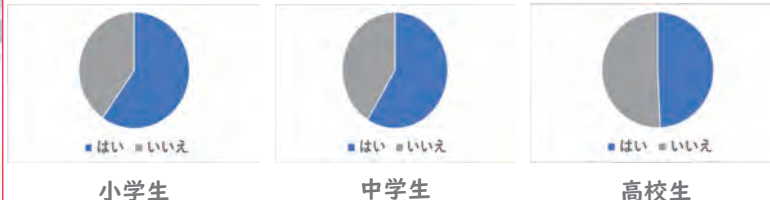
分析結果

若い世代がどのような映像に興味関心があるか調査するため、映像に関する認知度の現状をアンケートで調査することとした。調査にあたっては、足利市内の小中学校および、高校に対し、ウェブ及び紙媒体でのアンケートを実施することとした。小学校においてははやき小学校、また中学校においては北中学校をアンケート実施校として定めた。これらの学校を定めた経緯としては、両学校の位置関係にある。はやき小は、足利市の中心市街地活性化事業において中心市街地と定められているエリア近くに位置している。一方、北中学校は中心市街地とは離れた位置にあることから、違いが見られるのではないかと考察した。なお、足利清風高校においては、普通科・商業科・情報処理科があり、所属している科ごとに違いが見られるのではないかと考察した。アンケートではまず、属性(学年、学科、性別)、次に映像サービスの利用実態、視聴の動機、映像製作に対する興味等を質問した。アンケートを集計すると、中学生と高校生においてはYouTubeの利用頻度が高かった。また、若い世代は映像の政策体験に興味があり、特に編集作業について関心があることが分かった。

Q3. 次のうち、あなたが知っているものはどれですか。
当てはまるものを全部選んで下さい。



Q12. もしテレビや動画を作る体験ができるとしたら、
あなたは参加してみたいと思いますか。



Q13. あなたがおもしろそうだと思うものについて、
当てはまるものを全部選んでください。



目的

足利市への訪問や足利市で働くといった「関係人口」の創出が最終目的である。そのために「あしかが映像まつり」を手段とし、このイベントを若者のニーズに合わせたものにするこで、足利市が行っている「映像のまち構想」の若者への認知度を向上させる。

方法

実施したアンケート調査の結果から、若者がどのような媒体で映像を見ているかということや映像を見る頻度など、若者にとって映像がどのようなものかということの考察や、若者がどのようなジャンルの映像に興味があるのかということが考察できた。また、映像を見ること以外にも、映像の編集や撮影といった裏方の仕事への興味があることもわかった。今後、「あしかが映像まつり」への若者の参加を促すために、アンケート調査から分かったことを生かした以下のような提案をする。

提案

参加者それぞれが映像を作る「参加型」のイベントを提案する。このイベントでは、企画・準備・撮影・編集について説明をしたあと参加者が実際に映像を作成する。特に映像の編集作業を組み込むことで、若者の参加を促す(Q13参照)。また、YouTube以外のテレビや映画を見ている人の割合が高かったこと(Q3参照)から、以下4つのジャンルに分けてイベントを考えた。参加した若者に映像作成に共感してもらうことによって、彼らの友人や知人にも映像のまちづくりの楽しさや価値を伝えてもらい、若者への「映像のまち構想」の認知度を上げていく。

【映画・ドラマ】

- 企画**
 - ・テーマを絞るか主役タレントを決めてから内容を決める
 - ・出演者やロケ地の選定、スケジュール調整などをする
- 準備**
 - ・スタッフ・演者が顔合わせをし、本番に近い形でリハーサルを行う
 - ・カメラ割りなどの細かい撮影プランを決定し、最終リハーサルを行う
- 撮影**
 - ・シーンによってピントを合わせる部分を変えながら撮影する
 - ・撮影場所の全景と被写体全体を撮影し、場所や主人公をわかりやすくする
- 編集**
 - ・撮影した映像をつなぎ合わせる
 - ・BGMやナレーションを挿入する

【バラエティ番組】

- 企画**
 - ・内容、時間帯などを大まかに決め、キャスト、企画を決定する
 - ・視聴者層やスポンサーの傾向など視聴率を上げるための要素を入手
- 準備**
 - ・プロデューサーに集めた情報とともに企画のプレゼンを行う
 - ・出演者及びスタジオなどの手配を行う。ロケ地の下見も行う
- 撮影**
 - ・ロケの場合、目的地の外観やインサート映像を撮影しておく
 - ・順光(カメラ側から被写体への光)で撮影する
- 編集**
 - ・収録した映像をディレクターが仮編集し、必要なら追加撮影をする
 - ・BGMや効果音、テロップなどを挿入する

【MV(ミュージックビデオ)】

- 企画**
 - ・曲を聞いて、MVの種類は演奏シーンか、アニメーションか、ドラマ仕立てなのかコンセプトを決める
- 準備**
 - ・どの場面をつなぎ合わせるか、撮影するテイクを決める
 - ・曲のイメージにあうロケ地や、スタジオの手配を行う
- 撮影**
 - ・小道具を活用し、様々な角度から楽曲を表現する
 - ・インサート映像を多めに撮る
- 編集**
 - ・色調やサイズの調整をしたり、エフェクトをかけたりする
 - ・削っても問題ない部分をカットして、動画自体の容量を減らす

【Youtube】

- 企画**
 - ・動画の軸となるコンセプトを決め、何をテーマに発信するか決める
 - ・コンセプトの大枠から派生した様々な企画を考える
- 準備**
 - ・撮影を行うカメラや照明、動画編集ソフトやマイクなどを準備する
 - ・スマートフォンひとつで撮影から編集まで完結させることもできる
- 撮影**
 - ・背景のコントラストや質感、照明などを映像に合ったものにする
 - ・手ブレを抑える道具を使う
- 編集**
 - ・フォントの種類や色、大きさに注意しながらテロップを作る
 - ・オープニング・エンディングも含めたBGMや効果音を入れる

足利戻ってきてねプロジェクト

足利市

総合政策部 企画政策課 柏瀬 誠氏

7 班 コミュニティデザイン学科

建築都市デザイン学科

社会基盤デザイン学科

中村 皓彦 内山 慎

米谷 知樹 安田 唯菜

花井 裕也 水上 大輝



背景

足利市は栃木県の南西に位置しており、人口は約 15 万人、面積約 178 平方キロメートルの地方都市である。古くから織物のまちとして知られており、工業や観光業に力を入れた総合的な商工業都市である。現在、足利市の総人口は減少傾向にあり、若者の都市部への人口流出が原因とされている。一方、都市部から地方への移住定住に関する関心も高まってきている。今回は足利市への移住定住促進の第一歩として大学生の「移住と職業観」に着目した。

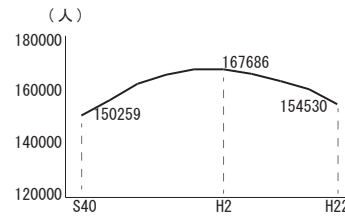


図 1 足利市総人口推移

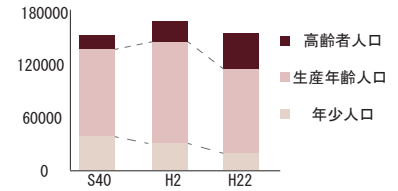


図 2 足利市年齢別人口推移

目的

大学生が自らの将来を決める際の最重要の要素は「職業選択」であり、その延長線上に「移住・居住地選択」があると考えた。また調査設計にあたり、足利市出身者対象の調査では十分な回答数が見込めないと判断した。

そのため、今回の私たちのプロジェクトでは、大学生の「移住と職業観」に着目しアンケート調査を行うことで、若い世代の志向にはどのような傾向があるか分析する。そして、大学生にとってより効果的な情報を提案することで、将来的な足利市への就職希望者の増加を見込む。

方法

調査方法 : アンケート調査 (Google form)

実施期間 : 2020 年 11 月 27 日 ~ 12 月 8 日

調査対象者 : 大学生・大学院生

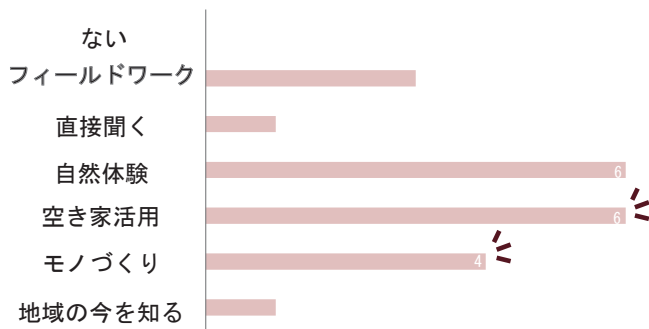
有効解答件数 : 205 件 (男性 107 名、女性 96 名、その他 2 名)

平均年齢 : 20.7 歳

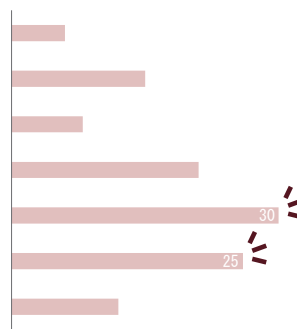
アンケート項目として大学入学前と今でそれぞれ地元で就職したいと思うか (思っていたか)、将来的には戻りたいか、上記それぞれの解答理由、どのようなプログラムがあれば地方に住むことに興味を惹かれるかなどの設問を用意した。

分析結果・提案

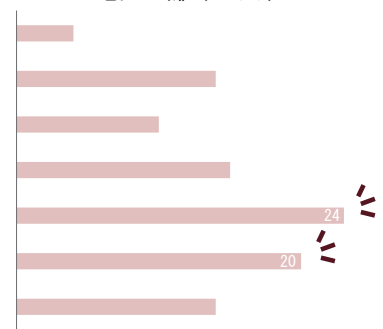
こだわりのない (8 人)



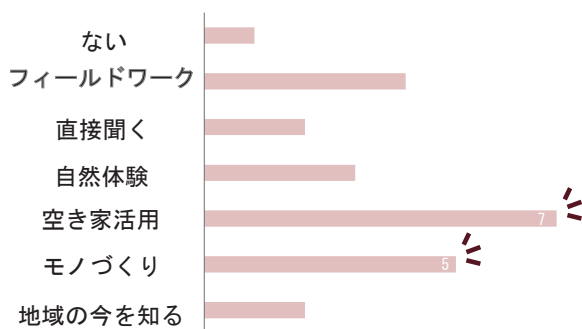
仕事がない・賃金が安い (62 人)



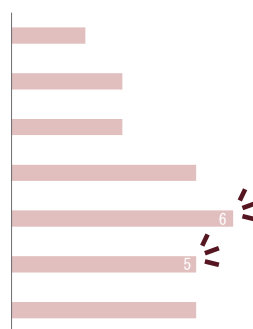
都会に出たい・経験を積みたい
地元が嫌 (46 人)



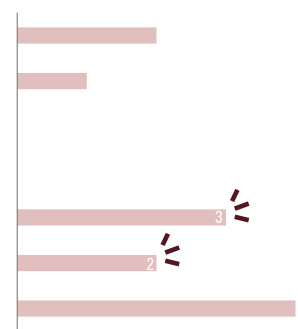
仕事・やりたいことがない (11 人)



地元へのこだわりのない (15 人)



地元の生活が嫌 (8 人)



Google form のアンケート項目でクロス集計をかけたものである。上段は「現在、あなたは卒業後に地元で働きたいと思っていますか。」という問いに対して「いいえ」と回答した人の理由ごとの地方に移住するとしたらどのようなものがあれば興味を惹かれるかという問いのクロス集計の結果、下段はさらに「あなたは将来的に地元に戻りたいと思いますか？」という問いに対しても「いいえ」と答えた人と理由ごとの地方に移住するとしたらどのようなものがあれば興味を惹かれるかという問いのクロス集計の結果である。このことから地元に戻りたくないそれぞれの理由ごとに、興味のあるプログラムを提案することで、大学生たちが地元を目を向けるきっかけになると考えられる。

渡良瀬遊水地のエコツーリズムについて



エリア：栃木市

パートナー：栃木市渡良瀬遊水地課ワイズユース係様

8班 コミュニティデザイン学科 野沢万葉
建築都市デザイン学科 青柳 征哉 滝口莉世
社会基盤デザイン学科 井上魁斗 佐藤颯

01 背景

渡良瀬遊水地とは

茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県の4県に跨る日本最大の遊水地であり、首都圏の重要な水がめや希少な動植物の生息地として重要な役割を持つ。観光面では豊かな自然を体感できるほか、スカイスーツ、ウォータースポーツ、サイクリング等のアクティビティが楽しめることも魅力である。また1年を通して様々なイベント、事業を開催している。



現状の課題

- ◆ 栃木市民の渡良瀬遊水地への関心が低い
- ◆ 魅力を十分に伝えきれていない
- ◆ 若い世代の保全活動参加者が少ない
- ◆ アクセスがあまり良くない



02 目的

プロジェクトの目的

自然環境保全を理念とするエコツーリズムを前提に、若い世代の来訪者やイベントの新規参加者を増やす方法、関心を高めさせる方法を提案する

調査の目的

提案を考えるにあたり、現状の課題のなかで特に解決すべきこと、人々が観光に求めるもの、コロナ禍での観光の状況などを明らかにする

03 方法

アンケート調査

対象：大学生と渡良瀬遊水地来訪者
内容：観光・エコツーリズム・渡良瀬遊水地（来訪者のみ）について

現地調査

12月12日（土）
渡良瀬バルーンレース
2020に合わせて実施

04 調査結果と分析

アンケート調査（大学生：72名 来訪者：29名）

感染症対策のためか観光の移動手段に自動車が多く利用されている（図1）

≫ 交通公共機関のアクセスは悪くても駐車場の広さが強みとなる

2回目以降の方が75%とリピーターが多い（図2）

≫ 1度来れば魅力を実感してもらえるため、初めに興味を持ち行こうと思わせるきっかけを作ることが重要となる

渡良瀬遊水地を知ったきっかけとして、口コミが約半分を占める（図3）

≫ 積極的な宣伝活動（ホームページ、SNS等）に注力してもよい

エコツーリズムに参加したことがあると答えた人は全体で1%のみ、来訪者では未回答を除くとエコツーリズムを知らない人が73%にもなる（図4）

≫ エコツーリズムの定義について平易に伝える必要がある（知らずに参加している可能性も考えられる）

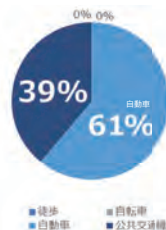


図1 大学生を対象にしたコロナ禍での観光の交通手段

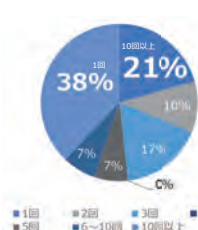


図2 来訪者を対象にした渡良瀬遊水地に来た回数

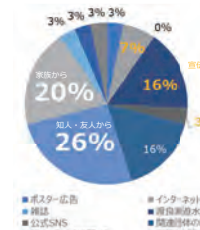


図3 来訪者を対象にした渡良瀬遊水地を知ったきっかけ

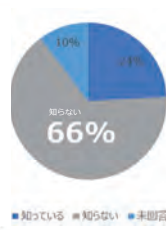
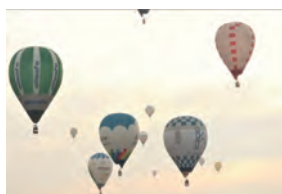


図4 来訪者を対象にしたエコツーリズム認知度

現地調査

渡良瀬バルーンレースでは早朝にも関わらず多くの来場者を確認できた。熱気球の係留飛行体験に参加したところ、乗り心地や上空からの景色を楽しみ、日常では味わえない体験ができた。渡良瀬遊水地ハートランド城にて渡良瀬遊水地に生育する植物「ヨシ」で作るヨシ灯り製作体験も行った。子どもでも簡単に作れる構造で親子でも楽しめることから、エコツーリズムの資源としての活用の可能性も確認できた。



早朝に行われた渡良瀬バルーンレース2020



製作したヨシ灯りを前にして集合写真

05 提案

リーフレット制作



積極的な宣伝活動の一つとして、レジャー面をアピールし渡良瀬遊水地に興味を持つきっかけを作る。また、エコツーリズムとは何を指すのか、渡良瀬遊水地ではどのようなエコツーリズムが体験できるのかについて広く知ってもらうためにリーフレットを制作する。（図5）エコツーリズムについて先に知ってもらうことで、それを体験できる渡良瀬遊水地に行ってみようという計画することをねらいとする。駅や観光案内所など人が多く訪れる場所に置くほかオンラインで見えることを想定しネット上に公開。



図5 試作したリーフレット（右上のQRコードからPDFでの閲覧可能）

SNSの有効活用



Instagram利用者で閲覧頻度は週に1回以上、発信頻度は月に1回以下というような「見る専」が増えているように、現在SNSは情報収集の手段でもあるとわかる。文字をメインとした投稿の増加からも明らかだ。そのため写真だけでなく観光やイベントの情報、渡良瀬遊水地の持つ機能・自然・歴史といった情報を併せて投稿をすれば、より多くの情報を広め関心を持たせる効果を期待できる。

空き家によるエリアリノベーション



栃木市住宅課
鈴木様

9班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

佐藤望生 鈴木萌
出平裕樹 馬場聖士
新藤幹太

背景

栃木市には2000軒もの空き家総数がある。市としては空き家発生を抑制するために適正な管理を行ったり、空き家解体や活用の為のサポートを行っているが、介入できる限界がある。再建築できない空き家が多いことから、既存の空き家の活用ができれば、今後空き家などの中古物件に対するイメージの向上に繋がるのではないかと考えた。

目的

今回対象となった空き家は、観光地である巴波川のすぐ側にあり、また蔵の街大通りのほど近くであることから、アクセスも良く、非常にいい立地であるといえる。そこで、対象となる空き家群を観光客の憩いの場や、地産の物販店として有効活用する。そこを中心に栃木市の新たな魅力を創り出せるのではないかと考えた。

方法

昨年度のアンケート調査結果と、現地調査及びインタビューを元に分析を行った。

分析結果

○アンケートより

- ・空き店舗が多く活気がない
- ・足を休める場所がない
- 栃木市の中心部に位置する今回の空き家から活気を生み出すことができれば、栃木市により魅力創り出すことができるのではないかな。

○インタビューより

- 曜日や時間帯によって栃木市を訪れる観光客数にかなりバラつきがある。
- 観光客だけに絞るのではなく、現地の人も利用しやすいような複合的な施設を展開した方がより利用者数も増えるのではないかな。

○栃木市には蔵の街やどかりの家やIJUテラス蔵人館といった移住促進の為に体験施設が多くある。

- 関連施設として移住希望者がお試的に利用できるフリーテナントがあれば、地方で新しく何か事業を始めてみたいといった移住者の気持ちをより後押しするものになる。



蔵の街やどかりの家



IJUテラス蔵人館

○シビックコア計画について

栃木駅北口すぐ側に計画されている官民連携の事業で、「栃木市固有の文化を備えた都市拠点の形成」「ついでに楽しみ・学びが出来る複合的・融合的空間の創出」「個性ある魅力的な都市空間の創出」を目標に開発が進められている。シビックセンター・飲食店舗・ホテル・分譲マンションが計画されており、人の出入りが従来より盛んになることが予想される。

- ホテルの宿泊客、観光客と栃木市の魅力である蔵の街とを結びつけるような工夫があれば、本プロジェクトの主旨であるエリアリノベーションを図れるのではないかな。



図 シビックコアセンター施設配置計画図

提案

昨年の提案のレンタサイクルのアイデアに加えて、シビックコア重点整備地区と今回の対象エリアに新たにスペースを設置する。レンタサイクルが新たにこれらの地点を結ぶことによって、栃木駅・シビックコアセンター・対象エリア(巴波川周辺)の3か所の往来の促進に繋がる。また、既存のレンタサイクルでは借りた場所に関わらず好きな場所に返却することができるため、今回の提案によって拠点が広がることにより、短時間でも観光することができたり、観光客がより「蔵の街」を身近に感じやすくなるのではないかと想定している。

新たな提案として、対象エリアを複合的機能を持つエリアとして展開する。案内所やフリースペースはアンケートにある「足を休める場所がない」という点を改善するものである。また地元住民の作業空間としての機能を果たしつつも移住者が栃木市への移住を身近に感じるための施設としての側面も担っており観光と日常生活の結節点として人が集まる賑わいの空間となることを期待する。

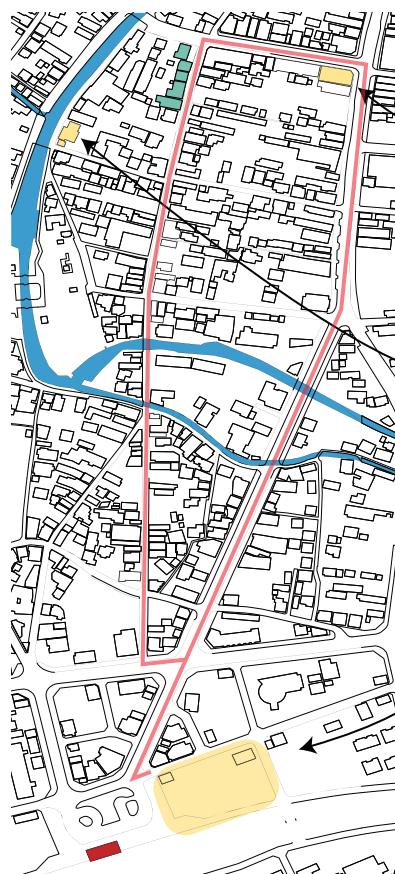


図 対象エリア



スターバックスコーヒー
幅広い年代から支持を得ているカフェサイクリングの休憩に立ち寄れる



蔵の街遊覧船
乗船時間約20分で船頭さんから栃木県や巴波川の歴史についてのお話が聴ける



シビックコア重点整備地区
観光拠点・市民交流拠点・文化発信拠点の機能を持つシビックセンターを中心に個性あふれる新たな魅力や価値を創出する場を目指す

サイクリングコース

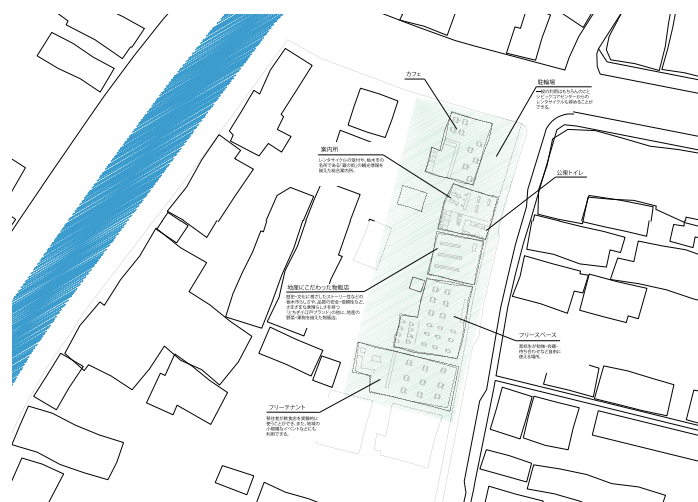


図 建物概要

住みたい田舎“日本一”の魅力を伝えたい！

栃木市
栃木市役所総合政策部 シティプロモーション課

10班 コミュニティデザイン学科 青木開 篠原紬
建築都市デザイン学科 小山千遥 酒本将希
社会基盤デザイン学科 五十嵐彬紀



背景

栃木市では、市の魅力を市内外に積極的に発信し、観光客の誘致や移住・定住人口の増加をはかっており、その結果、観光客入込数は年々増加傾向にあり、また、2018年現在空き家バンク成約数が2年連続で全国1位になるなど、ある程度効果が現れてきている。しかしながら、依然として本市出身の若者の市外への流出が顕著であり、東京圏を中心に市外で大学生時代を過ごした若者が、市外で就職し、そのまま本市に戻ってこない傾向も近隣他市に比べて多い傾向がある。大学生などの若者が魅力を感じる施設や店舗などが少ないことや、個性的な企業があるにも関わらず、就活する若者とのマッチングがされていないなどの原因が考えられる。将来的に市の財政、地域の担い手不足が懸念される。



写真1 住みたい田舎ランキング(宝島社)

分析結果

一度は地元を離れたが就職で栃木市に戻ってきた方、他の市町村から栃木市に来て就職している方を対象として、11月にヒアリング調査を行った。銀行・市役所に勤めている方、地域おこし協力隊の方に協力してもらった。調査により以下のような分析があげられる。

- ・ 高校生蔵部、コミュニティクラブなどの高校生の活動の場があることで若者の活躍の場があるものの、栃木市は高校生の多さを生かしきれていない。
- ・ 市外から来た人に街並みを気に入ってもらえることが多い。(カフェや蔵の街の風景など)
- ・ 地域で活動した経験・記憶が後になって地元に戻るきっかけとなるため、若者は地域に対して受け身の姿勢だけではなく主体的に動くことが望まれる。
- ・ 管弦楽団、フラダンスなど文化的な活動の場が、家、職場以外の居場所になりうる。



写真2 栃木市蔵の街

調査では若者の活躍の場を期待する声が多く、主体的に活動していたことで地元への愛着がわき、恩返しするためにUターンしてきたという若手社員も見られた。また、住みたい田舎日本一の住みやすさを実感しているものの、まだ周りへの認知度は低いような印象であった。以上から、
①高校生の主体的な活動の推進
②住みたい田舎の魅力のさらなる発信
の2点を取り上げ提案へつなげていく。

《ヒアリング調査でのその他の意見》

栃木市の地域特性の面から...

- ・ 自然が豊かであるため、子どもの遊び場はちゃんとした公園がなくても田んぼ(岩舟のほう)で十分である
- ・ スポーツジムが豊富である
- ・ 車は必要であるが、高速道路のアクセスも良く車さえあればどこへも行ける



支援制度の面から...

- ・ 東京行きの定期定期がいい
- ・ 栃木市の自治体は動いてくれる人が多い。市の人数の規模が、活動をするうえで丁度いい



その他

- ・ 都会に比べて飲み屋などの閉店時間が早い
- ・ 地元でできた人脈で帰ってくる人がいる
- ・ 不便さを解消すること(都会の便利さを追求すること)は心の豊かさだとは限らないという意見

目的

若者のUIターンを促すため、高校生や大学生などの若者が主体的に活動できる場を探ると同時に、栃木市にとどまろうとしない理由(弱点)を突き止める。若者にとって住みたいまちにするために必要な要素を検証する。

検証のための調査概要



若者が好むまちの特徴を実際にUIターンした若手社会人にヒアリングによって調査し、提案に生かせるものを整理して、実際に住む選択をした人の決め手から住民の目線を理解する。提案の足がかりとする。

方法

栃木市役所に赴き、シティプロモーション課の方々と共に、栃木信用金庫本店職員、栃木市役所職員、栃木市地域おこし協力隊の方々を対象にヒアリング調査を行った。調査対象者のほとんどは、一度栃木市を離れ、再び栃木市へ帰ってきて就職した人である。調査の結果、栃木市に帰ってきた経緯、ほかの市町村と比べての栃木市の魅力・欠点、生かし切れていない特性など、ヒアリング調査を通して、それぞれの意見や情報を得ることができた。全員に共通して質問した内容は以下にまとめたものである。

- ・ 出身地、栃木市を出て住んでいた地域
- ・ 再び栃木市へ戻ってきた理由
- ・ 以前住んでいた地域と栃木市との比較(それぞれの地域の魅力・欠点)
- ・ 住みたい田舎日本一の実感はあるか

提案

①高校生の主体的な活動の推進

高校生コラムをシティプロモーション課が作成する雑誌aru(図1)に掲載した。高校生の一日の様子や、高校生のお気に入りのスポットの紹介など、高校生自ら栃木市の魅力についての発信を行う。実際に「aruVOL.3」を制作する際は、高校生をターゲットにワークショップやフィールドワークを開催し、高校生の視点で栃木市の魅力を発見し、SNSで発信してもらったとのことである。ただし、その時だけで終わってしまい継続性がないため、市内の各高校の写真部等をターゲットに、各高校でワークショップを開催し、継続的にSNSで発信していくことが今後の見通しとなっており、高校生の活動を推進する。自ら発信することで地元への愛着がわき、またほかの人の特集を見ることで新たな魅力を発見することができる。



図1 aru VOL.3

②住みたい田舎の魅力のさらなる発信

住みたい田舎に関係する課を集めたプロジェクトチームを結成する。表2の一覧表に記載されている、住宅課・商工振興課・保健医療課・教育総務課・子育て支援課・農業振興課の6つの課から構成される。現在、ウェブページや印刷物での発信を行っているとのことなので、継続しながら表2の各支援の推進を行う。

※表2においての背景は、すべて2018年現在のデータ

表1 住みたい田舎ランキング詳細

	2016年度版	2017年度版	2018年度版	2019年度版	2020年度版
北関東エリア	2	2	1	1	1
子育て世代部門	ランク外	1	2	1	5
若者世代部門	ランク外	1	1	2	2.2
シニア世代部門	ランク外	4	2	3	8
総合部門	51	13	3	2	5
参加自治体数	574	500	671	663	629

表2 支援に関連する課一覧

背景	支援内容	担当となる課
空家バンク成約多数	UU(移住)補助金(市街地に住宅を新築、購入した移住者に支給)	住宅課
	空き家バンクリフォーム補助金	住宅課
若者世代1位	宿泊体験	商工振興課
	独立・開業を希望する人のための補助金や助成金	商工振興課
子育て世代2位	結婚新生活支援補助金	住宅課
	中学生まで医療費自己負担免除給付型の奨学金制度(条件あり)	保険医療課
シニア世代2位	ファミリーサポートセンター	教育総務課
	赤ちゃんの駅、赤ちゃん誕生祝金	子育て支援課
農業後継者への支援	農業後継者への支援	農業振興課
		農業振興課

今市地区における「まちの縁側」事業

地域名：日光市今市
松田大樹（日光市社会福祉協議会）
手塚正文（日光市総合政策課）

11班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

大類 遥 関野浩人
岡元輝 小山葉奈
山口大智

I. 背景

日光市今市地区では生産年齢人口の減少と高齢化率の上昇が発生しており、それに伴って高齢単身世帯が著しく増加している。日光市によれば、平成17年から平成27年の10年間で高齢独身世帯が約1,400世帯増加しており、人々がコミュニケーションをとる機会は減少している。自然と人が集まり、会話が弾む空間は失われつつあり、昔のような地域のつながりは希薄化しているといえる。

II. 目的

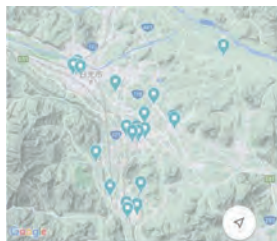
今市地区の地域住民の実際の声やニーズを知ることによって、どのような形のひととのつながりを求めているかを明らかにする。また、「まちの縁側」事業を展開する事業者側の想いに触れることで、ひととのつながりの場として機能する「まちの縁側」が住民から愛され、利用してもらうための提案をする。

III. 「まちの縁側」

ヒト・トキ・モノがゆるやかにつながり合う地域の居場所であり昔の住宅にあった「縁側」は、現代では、お茶会・井戸端会議・公園のベンチ・スーパーの休憩所など形を変えて存在している。

V. 分析結果

・「まちの縁側」に登録されている箇所をGoogle mapを用いて地図上で可視化した。（図1）市街地に集中しているという当初の想定よりも広い地域に分布しており、また、一目見ただけでは「まちの縁側」登録カ所であると判別するのは困難であり（写真①）、地域住民に認知してもらうためには目印が必要であると考えられる。



図①「まちの縁側」の分布



写真①「まちの縁側」登録カ所の例

・日光市水無地区にお住まいの神山様にインタビュー調査を実施した。一住民である神山様が感じている課題は以下の3つである。

- 子どもが外で遊んでいる姿が見られない
- 公園のような気軽に休める場所が少ない
- 今市に活気がない

また、神山様のニーズは以下の3つである

- もっと交流にぬくもりを欲しい
- 地域住民同士のつながりを強めたい
- 民家の前にコミュニティスペースを設けたい

今回は、事業者の方と住民の方の双方のニーズにお応えすべく、「まちの縁側」事業における初めての試みとして「民家を活用した縁側づくり」をテーマにベンチづくりを企画した。

VII. 展望

感染症拡大によって、2021年1月に予定していたフィールドワークを断念せざるを得ず、目標としていたベンチ製作は叶わなかったものの、後輩たちや事業者の方に提案を引き継げるよう、本授業が終了しても協議を続けていくつもりである。

ご指導・ご協力いただいた日光市社会福祉協議会の松田大樹様、日光市総合政策課の手塚正文様、サウナカフェキートスの神山敏様、担当教授の杉山央先生、地域デザインセンターの皆様に深謝します。

IV. 方法

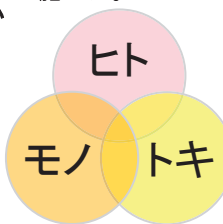
①長野県長野市における「まちの縁側」の先行事例の情報収集
「まちの縁側育みプロジェクトながの」の資料をもとに長野市での取り組みに関する情報を収集した。

②Google mapを用いた「まちの縁側」の分布を可視化

のデータをもとにGoogle mapを用いて今市地区における「まちの縁側」を地図上に示した。

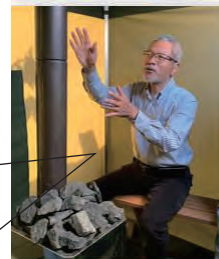
③現地調査

日光市社会福祉協議会の松田大樹様（「まちの縁側」事業担当）ならびに日光市水無にお住まいの神山敏様（住民の方）にインタビューを実施すると共にベンチを設置するスペースの寸法や傾斜の確認などを実施した。



神山敏さんプロフィール

- ・栃木県日光市出身
- ・高校卒業後、東京の貿易関連の会社に就職したが、退職
- ・その後サウナ関連の会社に就職
- ・定年後、日光市に戻り、アウトドアサウナやキートスクラブの活動を開始



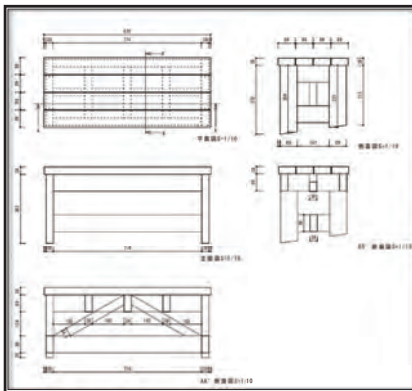
VI. 提案

(1)ベンチを軸としたコミュニティスペース形成案

「自宅前にベンチを設置したい」という神山様のご要望から、既に予定されていた自動販売機の設置に合わせてベンチを設置し、通行人の休憩スペースを設けることにした。現在は、自動販売機のみが設置されており、ベンチは設置されていない。今回はベンチの作製という段階には進むことは出来なかったが、ベンチの設計図（図②）および完成時のイメージ図（図③）を掲載する。

図②は今回設置するベンチの案を示しているが、設置場所に傾斜があるため、脚の長さを調節したり、強度を高めるために斜めの支えを設けたりする。また、塗装を施すことで雨風による風化を防ぐ工夫も必要である。

図③では、完成されたコミュニティスペースのイラスト図である。自動販売機で飲料を購入し、休憩をしている高齢者や盲導犬を連れて散歩している近隣住民の方をイメージしている。道路に面しており、開けた空間であること、自動販売機が設置されていることから立ち入りやすい雰囲気をつくっており、更には看板や標識を設置することも重ねて実施することで「あたたかみ」のある空間形成の工夫をしている。



図②ベンチの設計図



図③完成時のイメージ図

(2)ポスター・ステッカー・パンフレットを作成

地域住民に「まちの縁側」の存在を認知していただくための提案である。ステッカーは製作予定であったベンチをはじめ、各地の「まちの縁側」に貼る。その際、ステッカーの劣化を防ぐために、ストーンペーパーといった耐水性の高い紙を使用する。また、ポスターやパンフレットは、地域の商業施設、観光地に掲載することで地域の人に「まちの縁側」を知ってもらうきっかけを創出することができる。



渡良瀬遊水地エコ・アグリツーリズム推進拠点施設の有効活用

地域名 小山市産業観光部渡良瀬遊水地ラムサール推進課
パートナー名 大澤さん、大谷さん、丸山さん

12班
コミュニティデザイン学科 松田奈央
建築都市デザイン学科 木下直樹 宮本いづみ
社会基盤デザイン学科 勝目進之介 羽賀毅

背景	目的
渡良瀬遊水地は、4県4市2町にまたがる日本最大の遊水地である。2012年7月にはラムサール条約湿地に登録された。渡良瀬遊水地で開催されている主なイベントは、ふゆみず田んぼ田植えツアー、おさかなワイワイ大作戦、ヨシ灯り展などがある。2020年5月には渡良瀬遊水地の観光拠点として、「コウノトリ交流館」が小山市下生井にオープンした。「コウノトリ交流館」は、休憩所としてだけでなく、渡良瀬遊水地や遊水地に定着しているコウノトリの情報発信の役割も果たしている。 しかし、コウノトリ交流館には人足が少ないことが課題であり、コウノトリ交流館をうまく活用する方法を考える必要がある。また地域パートナーさんのお話や過去のイベントの来場者のデータから渡良瀬遊水地への若者の興味が得られていないことが分かった。	私たちは大学生のような若者が興味を持つ渡良瀬遊水地のイベントを提案することにした。そこで、大学生の興味・関心を知るために、現在、大学生が具体的にどのようなイベントに興味を持っているのかを調査する。調査結果より、コウノトリ交流館をうまく活用したエコ・アグリツーリズムを提案する。
方法	調査対象：宇都宮大学の学生62名 調査方法：Googleフォームで作成したアンケートを回答してもらう 調査内容：渡良瀬遊水地についてどのくらい知っているか [イベントに参加したことがある/行ったことがある/聞いたことがある/聞いたことがない] 渡良瀬遊水地に行こうと思った理由 参加したことのあるイベント内容 どのジャンルのイベントに魅力を感じるか [見る・体験する(学ぶ・つくる)/食べる/泊まる/交流する] 参加したくなるイベント内容の自由記述



図1 渡良瀬遊水地の様子



図2 コウノトリ交流館

分析結果

若者の興味関心はどこにあるのか、若者の例として宇都宮大学の学生にアンケートを実施した。62件の回答の内、イベントに参加したことがある人はいなかった。(図3)渡良瀬遊水地に行ったことのある人の理由としては、「授業で行った」、「ウォーキング」、「子供の頃遊んだ」などがあげられた。魅力を感じるイベント内容として、「食べる」が43件、次いで、「見る・体験する」が36件、「泊まる」が19件、「交流する」が8件となった。(図4) そこで、私たちは若者の興味がある渡良瀬遊水地のイベントとして「食べる」「見る」「泊まる」に着目したイベントを提案したい。

図3 学生の渡良瀬遊水地の認知度

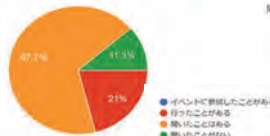
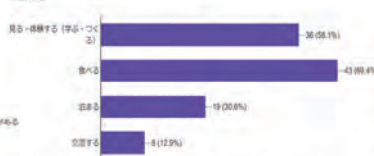


図4 学生が魅力を感じるイベント



提案

①地域パートナーさんの課題分析から

- ・コウノトリ交流館の活用方法。
- ・イベントの活性化

②過去のデータから

- ・若者の興味、関心の薄れ

③分析結果から

- ・若者は食べる見る泊まる交流するの順にイベントに対し興味を示すことが分かった。

グループ12の提案

ヨシ灯りを活かしたグランピング施設

- ②よりターゲットを大学生などの若者に絞る。
- ③より渡良瀬遊水地は自然に恵まれており、その自然の中で
- ・小山市の美味しいものを「食べる」
- ・星空、夕焼け、遊水地、コウノトリ、豊かな自然などを「見る」
- ・自然の中で「泊まる」
- ①よりコウノトリ交流館を受付として利用する。

全体概要

私たちは地域プロジェクト演習の活動を通して【ヨシ灯を活かしたグランピング施設】を提案する。渡良瀬遊水地は自然に恵まれており、その自然の中で小山市の美味しいものを「食べる」、星空、夕焼け、遊水地、コウノトリ、豊かな自然などを「見る」、自然の中で「泊まる」ことができる若者のニーズにあっているイベントであると考えている。

運営方法

場所は生井桜づつみで行う。近くにコウノトリ渡良瀬遊水地駅というバス停があり、アクセスも良い。グランピングの宿泊受付、駐車場をコウノトリ交流館とする。コウノトリ交流館と生井桜づつみは1.5kmの距離にあり平坦な道であるため道中の自然も楽しめ、苦ではない。コウノトリ交流館ではグランピングの受付だけでなくグランピング利用者に向けた自転車の貸し出し、釣りセットの貸し出しなどをを行う。参加人数はソーシャルディスタンスも考え5組とする。入浴施設までは車で14分の距離にあるためマイクロバスなどを活用し利用を促す。(図7、図8)

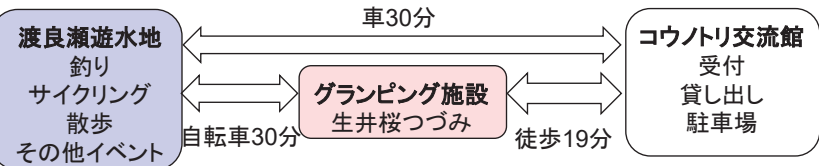


図7 運用コンセプト図

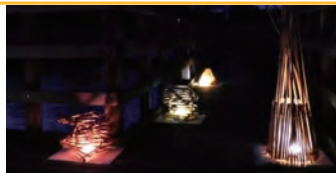


図5 ヨシ灯り展の様子



図6 グランピングイメージ

14時	コウノトリ交流館で受付
15時	渡良瀬遊水地へサイクリング&釣り&散歩&イベント
17時	コウノトリ交流館へ帰宅(夕飯の貸し出し)
18時	グランピング施設にて食事
19時	ヨシ灯り点灯
21時	近くの入浴施設へ
23時	就寝
8時	朝ごはん
10時	チェックアウト

図8 一日の流れ

事業完了後の持続的で魅力的なまちづくり(エリアマネジメント)



地域名 小山市 小山東部第一地区
パートナー名 小山東部第一土地区画整理組合
小山市市街地整備課 金澤千明

13班 コミュニティデザイン学科 中澤美紀・中山歩美
建築都市デザイン学科 藤沢勇汰・本多京介
社会基盤デザイン学科 宇那木駿介・相楽大紀

1. 背景

小山東部第一地区では土地区画整理事業が行われている。
小山駅や幹線道路が近く、
地区のシンボルである平成通りは
広く歩道が整備され、
街路樹の緑も豊かな住みよい環境。



事業完了後は、
道路・植栽等の管理主体が
小山東部第一土地区画整理組合から小山市に移管する。

そのため、
今まで組合が行ってきたような
手厚い管理ができなくなることから
地区の持続性が問われている。



2. 目的

本課題の解決のためには、
住民を巻き込んだまちづくりが必要である。
しかし新興住宅地では、
住民同士のつながりが弱いのではないかな…？

→住民コミュニティの形成を手助けすることを通して
地区の持続的で魅力的なまちづくりを進める。

3. 調査方法と分析結果

【住民アンケート調査】

対象 : 小山東部第一土地区画整理事業地内在住の
1401世帯
実施期間: 令和2年8月下旬配布開始、9月末回収完了
方法 : 3自治会(旭町東・土塔二・犬塚)の回覧板にて配布
郵送又はGoogleフォームで回収
回答数 : 211件(郵送157件、ウェブ54件)・15.0%

◎住民交流の現状

図1では
住民間にあいさつを交わす
程度の関係性はあることが
分かる。
これを維持・向上するよう
にまちづくりと並行して取
り組む必要がある。

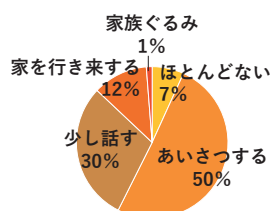


図1 住民同士の交流

図2では
地域活動に対して消極的な
人が多く、残る3割弱の固
定した住民が参加している
印象である。
参加していない層をどのよ
うにして取り込めるかが今
後の鍵となる。

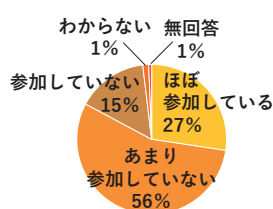


図2 地域活動への参加

◎住民を巻き込んだまちづくり

図3より、多くの住民が地域にかかわるべきだと認識している
ことが分かった。
住民が地域にかかわるきっかけとなる働きかけをすることで、
住民自治の機運を高めることができるのではないかな。



図3 地区の運営の在り方

4. これまでの活動成果

1stサイクル

住民アンケート・まちづくり仲間募集チラシの作成

2ndサイクル

住民アンケート実施・集計 (3.参照)

まちづくり仲間へごあいさつ

コミュニティ形成の第一歩として

地区のまちづくりに興味のある方を募集したところ

17名の仲間が集まりました！

自己紹介の画像(右)を作成し、ご挨拶メールと共にお送りしました。



10/20 NICOマルシェ実行委員2名との意見交換会

地区で開催されたイベントの実行委員で
様々な活動をされているお2人とzoomをしました。
アンケート結果のコメントを頂いたり、これからの
まちづくりへの考えを伺ったりできました。



11/21 第1回まちづくり仲間交流会

参加者: 住民6名

場所: 小山東部第一土地区画整理事務所

現地調査が許可され、急ピッチで企画しました。



顔合わせ・自己紹介、趣旨説明
住民アンケートの報告を行い、
メインのワークショップでは
付箋とホワイトボードを使いながら
住民たち同士で
地区への想いを熱く語りました。



3rdサイクル

12/13 第2回まちづくり仲間交流会

参加者: 住民4名

場所: zoom中継

外出が難しい方にも

参加していただけるように
自分たちでできる方法を考え

小山市役所別館・参加者ご自宅・宇大キャンパスをつないだ



リモート交流会を企画しました！
ジェスチャーしりとりで緊張をほぐし、
ワークショップでは住民たちの話し合いで
「まちづくり仲間」に代わり
「つどいの場109」という愛称が付きしました！



12/18 第2回広場整備協議会にて住民アンケート結果報告

来年度はじまる109街区の広場整備の協議会で、
広場・公園利用に関する私たちの住民アンケートの分析を発表する機会
を頂き、zoomで参加しました。

まちづくり仲間への報告

交流会に出席できなかった方へのご報告と、
ここまでのお礼のメールをお送りしました。

こうして住民コミュニティの基礎となる

「つどいの場109」がはじまりました！

5. これからの提案

来年度はじまる109街区の広場整備にかかわる

- ・つどいの場109を通して住民が地区のまちづくりに参加できる
- ・住民自治の意識を高められる
- ・メンバーの共通の活動となれば、会としても自立していく…！

地区のコミュニティの多様化

・つどいの場109での出会いをきっかけに地区の活動が広がる

小山東部第一地区の持続的で魅力的なまちづくりができる
住民コミュニティ「つどいの場109」へ

若者が集い回帰する”ふるさと小山”プロジェクト

地域：小山市

パートナー名：森泉幸枝

14班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤学科

石渡大夢 前野有咲
徳竹智可良 渡邊菜月
島崎湧馬 篠本 宏太

背景

小山市の人口は令和2年11月1日時点で167382人、観光客数は年間約330万人である。人口は近年減少傾向にあり、2040年には1980年と比較すると51%程度の人口減少が予想される。特に大学を卒業して就職する年齢期にあたる20～24歳の転出が多く、東京都や埼玉県、千葉県などに転出している。平成27年、小山市に住む20歳の若者に行われた小山市民意向調査では「小山市に住み続けたいか」という質問に住み続けたいと回答した割合は約4割だった。市内に働きたい場や娯楽の場がないことなどを理由に市外で働き住みたいという意向を持っている若者が多い。若者が市外に多く転出することで、人口減少、まちなぎわいの減少、市内経済の衰退、地域力の低下、社会保障関係の負担増、子どもや介護・福祉への影響、行政サービスの低下など、マイナス面の影響が増大することが懸念される。

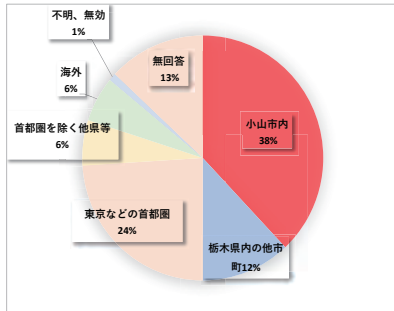


図1 将来住みたいまち

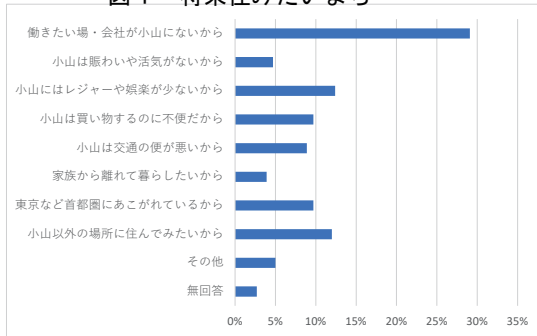


図2 小山市の市外に住みたい理由

目的

高校や大学卒業後に小山市外へ移住する若者が多いという課題から数年後、若い世代が地元に戻りたいと思えるようなまちづくりを進め長期的な人口増加につなげるために、また、若者と地域の接点を創るために何ができるかを提案する。

方法

関わる機会が少ないと考えられる、高校生と小山市で働く社会人とのつながりを持たせることを目標として、地域パートナーの紹介の元、小山市のまちづくりに関わっている人を対象に聞き取り調査を行う。また、アンケート結果をもとに、地域の在り方や若者の地域との関わり方について考える。

アンケート対象

- ・対象①
まちづくり系の仕事
- ・対象②
まちづくり系の仕事
- ・対象③
まちづくり系の仕事
- ・対象④
フリーランス
- ・対象⑤
公務員

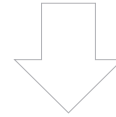
アンケート内容

- ・仕事・活動
- ・活動の背景
- ・キャリア観・仕事観
- ・小山市に抱いている想い
- ・小山市で働く・暮らす選択をした理由
- ・これからの小山市に期待すること
- ・これからやってみたいこと
- ・高校生に伝えたいこと

分析

Uターン	
内容	回答例
地域 まちづくり	・まちづくりに関わる仕事をしていた（している）
居場所 楽しさ	・学校以外で楽しめる場所があった（自分達でサッカーチームを作った）

Iターン	
内容	回答例
ワーク ライフ バランス	仕事と生活のバランスを自分で作れるようになりたい
人との 出逢い 交流	面白い人（目的・想いを持って活動している人）との出逢い



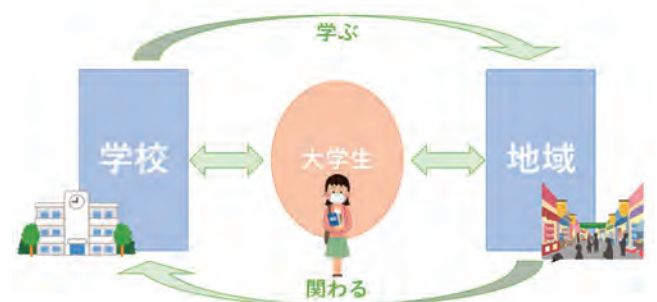
【政策提案】

- ・地域と関わる機会
- ・人（大人・地域の人）と関わる機会・場所
- ・高校生目線の楽しさ・ワクワク

提案

若者を小山市に呼ぶパターンはUターンとIターンの2通りである。Iターンする人を増やすためには市外へ情報発信し、関係人口を増やし、地域での魅力と補助金による援助の魅力を掛け合わせて移住を誘い込むことが有効である。しかし、補助金などのアプローチは我々大学生ではなく行政の方がより専門性や精度が高いものが期待され、大きな責任が伴う。そこで我々は大学生らしく、高校生を対象とした、Uターンのキッカケづくりを提案する。

地域×教育



大学生が学校と地域の繋ぎ目になる

学校→地域…地域を学ぶ

地域→学校…対話する

地域×楽しさ



「何か楽しいことがしたい高校生」と「まちづくりに関連する活動をしている大人」をマッチさせる機会を提供する。高校生は地域を通じた楽しい活動のきっかけ、大人は地元に住む高校生のリアルな声がそれぞれ得られる。

地域住民の交流によって活気あふれる街に

大田原市湯津上地区
大田原市政策推進課



15 班 コミュニティーデザイン学科 伊藤慧・高瀬誠也
建築都市デザイン学科 高橋香澄・GALUH
社会基盤デザイン学科 楠祐規

背景

湯津上地区

人口が約4300人、高齢化率が30%を超える小さな地区である。大田原市の最南端に位置し、高速のインターチェンジや最寄り駅からは車で約20分以上離れた場所にある。湯津上庁舎周辺には、ながわ水遊園といった観光的施設やゆづかみ保育園などがあるが、生活便利施設は近隣になく、人通りが少ないことが現状である。

きっかけ

平成31年1月の大田原市役所新庁舎完成・各部局集約化によって、湯津上庁舎で遊休スペースが発生。その為、遊休スペースを中心に、効果的な利活用案を検討している。

現在の機能

支所機能、図書室及び書庫機能。

目的

湯津上庁舎に発生した遊休スペースを効果的に活用するための提案を行うことを目的とする。その為の手段として、効果的な施設の利活用をした自治体にアンケート調査を行い、湯津上庁舎と条件が似合った事項を中心に、利活用へのヒントを集める。

湯津上庁舎の利活用の提案を行うことで、地域の活性化に繋がるとともに、他の地域の遊休施設の利活用課題の解決となる参考例としての活躍も期待する。

方法

調査の流れ

- ①湯津上地区の特徴や課題を調査。
- ②利活用の提案に向けた手掛かりを探すため、全国の11の遊休施設を効果的に活用している自治体にアンケートを依頼。遊休施設は、人口・高齢化率・元庁舎などの共通点から選択。
- ③アンケート結果を分析する。
- ④分析結果から、湯津上地区の地域性に適する提案を行う。

アンケート内容

- | | |
|-----------------------|--------------|
| ①ターゲット層 | ⑥参考にした事例 |
| ②転用理由 | ⑦住民の利用率 |
| ③ソフト・ハード面の特徴 | ⑧利用した補助金について |
| ④事業者の募集方法 | ⑨利用形態について |
| ⑤周辺地域や住民との関わり
の持ち方 | ⑩負担の割合 |
| | ⑪遊休施設の利用について |

分析結果

筑西市役所(筑西市)

子ども未来センター(立川市)

南魚沼コールセンター(南魚沼市)

ハレとケデザイン舎(三好市)

①「事業者」と「公共施設」の共通点からの分析

上記の4つの施設は、2種類に分ける：

- リノベーションした施設を事業者が使うケース
(南魚沼市・三好市)
- リノベーションした施設を公共施設として使うケース
(筑西市・立川市)

それぞれのケースを「事業者」「公共施設」とし、各グループに属する2つの施設がどのような共通点を持つか分析した。その結果をピックアップしたものが表1である。特に公共施設のグループでは、大まかな方針を共通点として見る事ができた。

表1 「事業者」と「公共施設」の分析

	ターゲット層	転用の理由	地域との関わりかた
事業者	共通点なし	地域経済の発展	共通点なし
公共施設	全ての人	地域のにぎわい創出	会議室の貸し出し 地元食材の利用

②人口規模からの分析

上記の4つの市の回答を人口規模(=地域の規模)の視点から、どのような特徴が出るかを分析したものである。図1は、施設のハード面・ソフト面の目玉を聞いた問に対する返答をまとめたものである。立川市のように規模が大きくアクセスの良い地域は、観光拠点として整備できるが、気軽に立ち寄ることができないような小規模の地域は、地域に重点を置いて施設の持ち味を生かすようにしていることが分析できた。

Q 施設のハード面・ソフト面の目玉は何?

多	立川市 184,589人	窓口の統一による部署間の連携強化
↑	筑西市 99,845人	施設の一部を観光拠点として整備
人口	南魚沼市 55,354人	市民が気軽に立ち寄れる場
↓	三好市 24,770人	イベントや展示等、多目的スペース
少		町の議場のリノベーション
		学校の持つ雰囲気

図1 施設のハード面・ソフト面の目玉の分析

提案

自治体に遊休施設が発生した場合の方針

- 方針 ①「市による活用」
②「民間事業者等による活用」
→売却or貸与の検討

↓ では湯津上庁舎は…?

分析結果より、人口規模や転用理由等から考察した結果、市による活用が湯津上庁舎のソフト面の提案に適しているのではないかと結果になった。同様に分析結果から、基本設定も決定した。

基本設定

- | | |
|------------|-----------------|
| ターゲット層 | 特に設定しない |
| 目的 | 地域に賑わい創出、利便性の向上 |
| 地域や住民との関わり | チャレンジショップ |
| 関わり | 地域食材の販売 |

ソフト面の目玉



住民憩いの場



キッズスペース

高齢化率が高い地域であること、近隣に保育園があることから、高齢者や子連れの保護者等が利用できる交流場を提案する。感染症の影響で、遠出ができない世の中だからこそ、住民同士の交流ができる場所が必要。お金が必要ない自宅以外の居場所づくりということも目的の一つ。



生鮮食品の販売をするテナントスペースの確保



防災拠点

庁舎としての機能していたことを鑑み、災害時の帰宅困難者や被災者の居場所づくり、食料に備蓄のためのスペースの確保、マンホールトイレの設置を行う。



図2 湯津上庁舎の提案平面図

私のまちの「近い遺産」～文化財の活用による地域活性化～



那須塩原市
那須塩原市役所 生涯学習課 企画政策課

16班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

鈴木溪佑 室井奈津美
大越勘平 橋本結
金子瞬

(1) 先行プロジェクトについて(令和元年度)



①現状：那須塩原市内の文化財が日本遺産に登録
→認知度が低く、十分な活用に課題



- ☑ 那須塩原駅にアンケートパネルを設置
- ☑ 観光客へのヒアリング調査
- ☑ 大学生対象の書面アンケート

②地域活性化に向け調査・提案



③観光ドライブコースおよび案内パンフレットの製作

(2) 調査の目的

日本遺産とは？世界遺産と何が違う？

	目的	対象	登録
日本遺産	地域の文化財を保護活用し、 地域活性化を図る	地域の魅力を伝える「ストーリー」	文化庁
世界遺産	遺産を保護管理し、未来へ伝える役割	文化財や自然などの不動産が殆ど	ユネスコ

日本遺産

「明治貴族が描いた未来～那須野が原開拓浪漫譚～」

- ① 那須塩原市と周辺地域の文化財が一つのストーリーに
 - ① 宇都宮市大谷と同年の2018年登録
 - ① 日本遺産登録をきっかけに、地域のブランド力向上を期待
- 那須塩原市民に郷土への理解や誇りを持ってもらう**



写真1：乃木希典那須野旧宅
(現地撮影)



写真2：千本松牧場内 松方別邸
(現地撮影)

(5) 今後の展望・まとめ

那須塩原市民にインタビュー(12月～1月予定→断念)

- ☑ インタビュー調査：アンケート等に比べ質の良い回答が得られやすいメリット、情報の偏りに留意
- ☑ ターゲット設定のプロセス：「日本遺産/文化財について質問したい」地元の自治会、市関係者など、こちらから大まかな希望を伝える
→実際にインタビュー先を決定、その人に合わせて質問事項を整理
- ☑ **日程の調整がうまく進められず、調査を断念**

(3) 現況分析

現状と課題

- ☑ 那須塩原市：近年多くの移住者
→土地や文化、風土に興味
- ☑ 自治会規模でツアーを開催 →持続的な活動が難しい
- ☑ 市内の小学校にて郷土教育
- ☑ 日本遺産に対し3年間の補助金
→今年度で満了、来年度以降の維持管理に疑問

明らかにすべき項目

- ☑ 地域活性は住民認知から。
どのように日本遺産をPRするか？
- ☑ 持続可能な広報・教育活動を行うにはどうしたらよいか？
- ☑ 住民のため、観光客のための日本遺産のそれぞれの在り方はどうあるべきか？
- ☑ 文化財を経済的に維持していくために何が必要か？

(4) 現地調査について

現地巡検(2020/11/6)

地域パートナーと実際に那須塩原市の日本遺産を巡り、現地の文化財について学習 (写真は現地撮影)



写真3：旧青木家那須別邸



写真4：大山参道



写真5：那須疎水旧取水施設

- ☑ 私有地で立ち入り禁止の構成文化財が多い(松方別邸・大山参道の境内など)、認知のために活用すべきでないか
- ☑ 観光地化されていない文化財の保護にも市として投資すべきか
- ☑ 文化財の敷地内をたくさんの地元住民が散歩
→馴染みの場所として、文化財の背景にも興味を持ってほしい
- ☑ 管理者がいなくなった場合、文化財を今後維持していくことは可能なのか
- ☑ 那須野が原博物館の活用拡大
→地域のことを幅広い分野から深く学べる数少ない施設

おわりに・プロジェクトを通して

- ① 昨年度に行われた先行プロジェクトにおいて、文化財による地域活性化の最終目標は「県外に発信すること」であった一方、今年度はまずは地元住民の興味関心を高めることが先決であると考え、本プロジェクトでは対象となる人々を市民向けとした。
- ① 2ndサイクルで実施した現地巡検では、漠然とした現地のイメージがはっきりしたことで、1stサイクルの事前調査では見えてこなかった課題を明らかにしたり、文化財を「保存」でなく「活用」することについての考えを深めたりすることができた。
- ① 社会情勢が目まぐるしく変化する中で、調査を最後までやりきることができなかったのは誠に遺憾であると同時に、多くの人が関わるプロジェクトを進めていくことの難しさを感じている。

那須塩原駅周辺のまちづくり ～将来世代がまちづくりに関わってもらうために～

那須塩原駅周辺地区

那須塩原市 企画部 那須塩原駅周辺整備室

17 班

コミュニティデザイン学科

建築都市デザイン学科

社会基盤デザイン学科

板田知佳

遠山拓海

山谷慧悟

若林遙

前田啓

中島猛生



背景

那須塩原駅は新幹線の停車駅で栃木県北の玄関口。しかし駅前のお店・人通りが少なく、活気がない…那須塩原市は駅周辺を活性化させるべく有識者会議を行い、「那須塩原駅周辺まちづくりビジョン」を検討している。

目的

目的：那須塩原駅周辺の活気を増やす

課題：駅周辺に人々を呼び込む

市民の対象を高校生に絞った

理由：これからの那須塩原市のまちづくりを担っていく世代である高校生がまちづくりに関わるとともに、駅を利用してもらい活性化の一因になってほしいと考えたから

方法

1st Cycle

2019 年度に行われた「那須塩原駅周辺まちづくりビジョン有識者会議」の議論の様子や報告書のレビューインターネットや文献を用いた地域特性の調査

2nd Cycle

市民や市内の高校に通う高校生が駅周辺にどんな施設を求めているのか、また、特に高校生が駅に求める機能は何かを知るために、那須塩原市と協力して、以下のようなアンケートを行った。

	市民対象のアンケート	高校生対象のアンケート
調査主体	那須塩原市	那須塩原市と 17 班共同
調査方法	配布：郵送 回答：郵送回収または Web 回答	配布：QR コード及び URL を記載した用紙を学校で配る 回答：Web 回答
対象者	那須塩原市民無作為抽出で 2000 人（うち回答数 1153、回収率約 58%）→60,70 代の回答が多い	市民にある県立高校 4 校の生徒 2470 人（うち回答数 960、回答率約 39%）
調査期間	9 月 11 日から 10 月 2 日まで	10 月 15 日から 10 月 22 日まで

3rd Cycle

アンケート結果を受け、自習スペース・駅周辺のお店などが掲載された地図・ベンチという意見を取り入れた机と椅子とライトを設置した。

期間：12 月 17 日（木）～12 月 23 日（水）

場所：那須塩原駅西口ロータリー

12 月 17 日（木）と 12 月 19 日（土）に、那須塩原駅にて行動観察を行い、机に興味を示して近づいてきた人に対してインタビューを行った。



提案・活動報告

高校生にはヒアリング調査を出来なかった。この反省から、高校生にどうプロジェクトに対する意見を聞き出すか提案する。

具体的なフィードバックの案

(案 1) 少人数の生徒にインタビュー形式でプロジェクトについて質問し、改善点を議論

(案 2) YouTube ライブを使ってプロジェクトを説明、評価して改善点を話し合うというイベントを行い、コメントで反応してもらう

高校生のアンケート結果からまちづくりに興味がある人が 120 人程いることが分かったので関わる機会の必要性が感じられる。

若い世代がまちづくりに関わり、かたちに残していく案

(案 1) 小学生～大学生までを対象に「こんなまちにしたいなプロジェクト案」を募集し、優秀作品は市民に公表し、企画実施も検討

(案 2) 全年代対象那須塩原駅西口ロータリーに設置する美術作品コンテスト

分析結果

今の那須塩原駅の周辺には時間を潰す場所や楽しめる場所がなく、寂しい印象

→市民も同様に思っているか、改善のために何が望まれているかの調査が必要

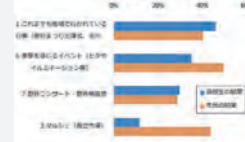
①駅周辺に必要な施設のグラフ



③面白そうなプロジェクトのグラフ



②参加したい（参加している）イベントのグラフ



分析
①市民全体、高校生ともに駅周辺に時間を潰すことができる場所を求めている。
②市民全体、高校生ともに季節を感じるイベントに参加したい（参加している）という意見が多かった。
③自習スペース → コロナ禍による学習環境の減少
お店の情報 → 観光客に分かりやすい情報をキッチンカー → 駅周辺に飲食店を求めているベンチ → 待ち時間での利用

インタビュー結果（いずれも年配の 4 人の男性）



寒いから人來ない
地元の人からはらない
駅の近くに足湯があるといい
珍しいものだから見に来た
歩いていた地元の人が見るくらい



↑「那須塩原駅周辺まちづくりビジョン」の序章部分」を 17 班が作成

楽しく続ける地域防災

地域名：さくら市

パートナー名：さくら市役所総務課

18班 コミュニティデザイン学科 松本和也 吉井規貴
建築都市デザイン学科 阿部源 北村綾乃
社会基盤デザイン学科 伊東可恋 高橋陽太



背景

住民全体の防災力向上の必要性

- 2011年3月東日本大震災によるり面崩落、地表陥没の発生。同年9月台風15号の豪雨による土砂崩れなど、近年さくら市では様々な災害が発生している。そのため、自主防災組織をはじめとして、住民同士の結束と住民による迅速な対応が重要になってきている。



さくら市自主防災組織の現状

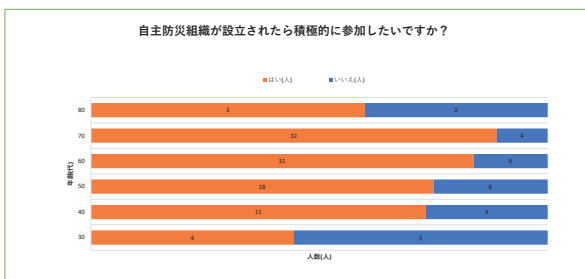
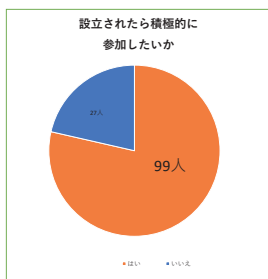
- 全75地区中、組織設立済は32地区。特に氏家地区の自主防災組織設立率が32%（18/57）と低い。
- 未だ自主防災組織の活動内容を理解していない住民が多く存在。
- 自主防災組織を設立していても、継続して自主防災活動を行っている地区は少ない。

目的

- 令和元年度の活動によって自主防災組織の設立が促進された。令和2年度6月現在、30行政区が組織設立済みであるが、十分だとは言えない。そこで残る45の行政区で設立を促すことで、市全体の防災意識が高まることを期待する。
- ①「自主防災組織の設立推進」
- 防災意識を高め、災害で役立たせるには設立するだけではなく、組織への参加率や活動頻度が重要になる。行政区へ老若男女参加できる楽しい訓練メニューを提案する。そうすることで活動継続が可能な組織を作ることが出来る。
- ②「楽しく続ける防災活動の提案」

調査方法・調査結果

- コロナ禍なので現地調査を控え、接触を避けた調査を行った。
- 過去のアンケートや市で行われた防災活動の記録から調査分析。
- 1stサイクル、2stサイクルで他自治体の自主防災活動を調査し、さくら市への防災訓練メニューとして提案。
- 12/19に現地訪問を行い、地区の防災計画の活動を見学、市の災害の起こりそうな場所などを訪れた。



昨年度作成されたポスター

自主防災組織設立数のデータ	
・H31.3.31	24組織/75行政区
・R1.7.1	28組織/75行政区
・R2.4.1	37組織/75行政区

分析結果

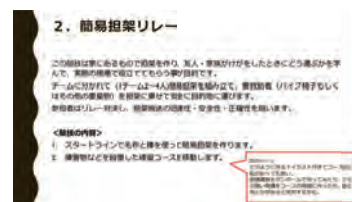
- 自主防災組織への意識の高さが見受けられたこと、
- またH31～R2で6つの自主防災組織が新たに設立された。
- 昨年度先輩方が作成したポスターの効力が発揮されている。
- 新たに設立された自主防災組織は運営のやり方など分からないことが多いのではないかと
- ↓
- ・
- ・ポスターによる設立の促進に成功したので、今回は既に自主
- ・防災組織を設立している行政区に運営を行う負担を減らし、
- ・今後意欲的に継続をして頂けるようにマニュアルのようなものを提案することになった。

提案

○昨年の防災ポスター作製において、自主防災組織設立の推進について啓発した。さらに自助、共助の意識を住民に持ってもらうために防災訓練のマニュアルを提案する。

○防災訓練マニュアルの中でも地域のどんな人でも楽しく防災活動に参加できる「防災運動会」に着目して作製。

○「簡易担架リレー」「防災借り物競争」「防災クイズ」「非常食体験」の4つのコンテンツを提供し、フィードバックまでしてもらえるように促す。



今後の展望

- ⑩防災運動会を実施してもらい、住民の意見や感想を聞いてよりよい運動会にしてもらう。
- ⑩新たに他の防災訓練を作成し、自主防災組織の設立につなげる。

遊休不動産とアーバンデザイン



対象地域：那須烏山市

パートナー名：NPO 法人クロスアクション 高橋誠一氏

那須烏山市まちづくり課定住推進グループ 益子昂大氏

19 班

コミュニティデザイン学科

建築都市デザイン学科

社会基盤デザイン学科

駒場涼花

植田悠斗

亀谷瑞熙

佐々木良馬

平井妙実

1. 背景

那須烏山市は、近年人口減少が著しく、特に空き家の増加が目立ち、中心市街地に位置する公共施設の利用率が低迷している。地域住民同士の交流機会が減り、コミュニティが創出されにくい課題がある。



2. 目的

ハード、ソフト両方向からのアプローチにより、山あげ会館と清水川せせらぎ公園の利用のきっかけを作る。住民の主体的・日常的利用を創出し、自由に参加可能なコミュニティの形成を目指す。

3. 分析方法

市民に向けたアンケート調査と現地調査を実施した。

i. アンケート調査

期間：2020年11月9日～29日

対象：那須烏山市民

方法：Google form

ii. 現地調査

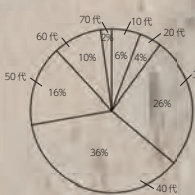
日時：2020年12月15日

対象：山あげ会館

清水川せせらぎ公園

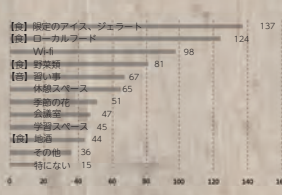
4. 分析結果

アンケート回答者属性



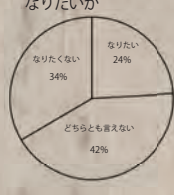
3,40代が全体の6割程度を占め、親世代の回答者が多く見受けられた。

Q. 山あげ会館に欲しいものは何か



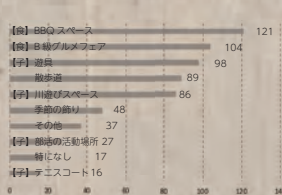
限定アイスや野菜、ローカルフードなど、食に関連した要望が最も多く寄せられた。他、習い事等の文化活動が続いた。

Q. イベント開催の担い手になりたいか



担い手の希望者は全体の1/4存在し、まちへの高い関心がうかがえる。

Q. 公園に欲しい機能は何か



食、特にBBQに関する要望が非常に多い。散歩や遊戯等、公園本来の機能に関する要望も寄せられた。

5. 課題解決へのアプローチ



これまでに crossaction が行ってきた実験的イベントや社会実験内容は幅広く、多くの市民が参加してきた

【食】の軸	【音】の軸	【子】の軸
山あげ会館の道の駅的な活用	山あげ会館の音響演出整備	清水川せせらぎ公園の一部埋め立て・改修
山あげ会館と清水川せせらぎ公園でマルシェ・BBQ	楽器演奏定期映画上映会	季節のお楽しみ会クライミング教室
ローカルグルメフェアの開催	音楽・映画関連の中小イベントの開催	地域参加型の子供向けイベント

6. 提案

- 3本の軸から築く新たな那須烏山市 -

Stage0/ プレソフト 実験的取組・不定期開催 CROSSACTION による社会実験・様々なイベント開催、過去二年間 1st/2nd サイクルの取り組み



石が川のように敷き詰められ、十分に使えていない

清水川せせらぎ公園：Bゾーン①/ 改善前



岩石がごろごろある急な斜面で、非常に危険

清水川せせらぎ公園：Bゾーン②/ 改善前



埋立後は新しい子どもの遊び場へ

清水川せせらぎ公園：Bゾーン①/ 改善後



急な傾斜はクライミングウォールへ

清水川せせらぎ公園：Bゾーン②/ 改善後



山あげ会館



映画・ライブの定期上映へ

山あげ会館：山あげ展示室+



山あげ会館と清水川せせらぎ公園から解くアーバンデザイン・ネットワーク



幅広い年齢の人が集うマルシェ・グルメフェス

清水川せせらぎ公園：Cゾーン

山あげ会館と清水川せせらぎ公園を核とし、食・音・子の3本の軸で新たな那須烏山市を提案する。山あげ会館における食に関する売店部分の拡充、山車保管域での新たなエンタメ（音楽・映画）の提供のほか、せせらぎ公園においては、グルメイベントも視野に入れ、マルシェや子どもの遊び場としての環境を創る。

石橋リノベーションⅡ

#シモツケプロジェクト

地域名 | 下野市
パートナー | 下野市役所 総合政策課



20班 | コミュニティデザイン学科
| 建築都市デザイン学科
| 社会基盤デザイン学科

大山月乃 忍田充啓
工藤裕成 森尻結衣
山田翔太

01 背景

■ 昨年の地域プロジェクト演習の取り組み

石橋地区の空き家活用問題の解決には不動産オーナーのまちづくりの理解を得ることが重要だとわかった。
そのためには市民の地域のまちづくりの興味関心の向上が必要である。その中でも今回は若者の地域参加が弱いことに着目した。

■ なぜ若者を「高校生」としたのか

理由01| まちづくりの活動に参加しやすい世代
理由02| 大学生と世代が近く発信しやすい

02 活動の目的

若者の地域参加を促すために

「高校生の地域への興味関心や愛着を生み出すこと」
を目的に活動する。

■ 活動の方向性

「高校生が思う下野市の魅力を下野市内に共有する」ことで地域の関心を強めてもらう。

03 アンケート調査Ⅰ

■ 調査の目的

「高校生が下野市のどのようなものに
関心があるのかの調査」

■ 第1回アンケート詳細

形式 | Googleform
内容 | 下野市のおすすめスポット

「下野市のおすすめスポット」
に関するアンケートの依頼文



04 結果Ⅰ

■ アンケート結果

回答率2%(11件)

「下野市の魅力的なスポットについて高校生はよく知らない」
ことが分かった。

■ なぜこのような結果になったのか

01| 石橋高校の生徒に下野市在住が少なかったため
02| 電子媒体で調査したことで回答率が上がらなかったため

■ 新たな活動の方向性

「自分たちが調査したおすすめスポットを発信し高校生に知ってもらうこと」

05 アンケート調査Ⅱ

■ 調査の目的

「どんなスポットに魅力を感じるのか」

■ 第2回アンケート詳細

形式 | 紙

内容 | 飲食店に行くときに意識すること

■ 方法Ⅰからの改善点

回答率向上のために調査目的をわかりやすくした。

- ・ポップなデザイン
- ・アンケート結果の反映され方の提示
- ・設問の厳選



06 結果Ⅱ

■ 高校生が飲食店に行くときに意識していること

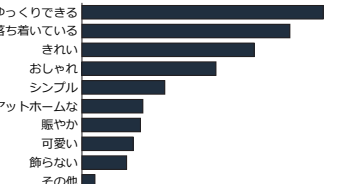
高校生は価格、商品の質、
アクセスを特に注目していることが分かった。



その他の意見 | Wi-Fiの有無 入店のしやすさ 評判 etc.

■ 高校生が思う魅力的な店内の雰囲気

高校生はゆっくりできること、
落ち着いた雰囲気であることに魅力を感じていることが分かった。



その他の意見 | 明るい 開放的 接客が良い 清潔感がある etc.

07 現地調査

■ 調査の目的

「飲食店やスポットの魅力やおすすめしたいところの調査」

■ 調査方法

現地訪問にて店主に企画を説明してスポットを取材。結果は提案にてまとめる。

■ 現地訪問の詳細

対象 | 下野市内の飲食店9つ及び施設等8つ
内容 | 高校生におすすめするための情報



08 最終的な提案

提案01 |

Instagramの開設

高校生に身近なSNSの中でも写真を魅力的に発信できるInstagramを利用。
下野市の魅力を発信する活動を #シモツケプロジェクト と名付けた。た

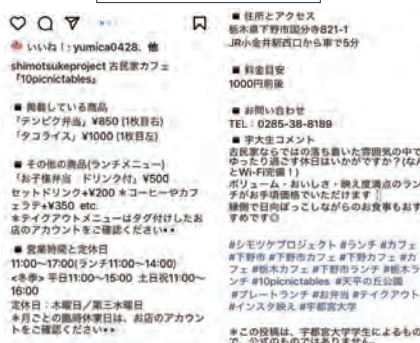


提案02 |

Instagramでの発信

調査結果をもとに投稿を作成する。現地訪問の取材結果をまとめた。
アンケート結果から高校生の知りたい情報を優先に紹介文を考えた。

アンケートの結果を反映



現地訪問の結果を反映



提案03 |

Instagramの紹介



下野市に関わりのある高校生に身近な場所
でこのInstagramの紹介をするポスターを
掲示する。駅、下野市の公共施設など計13
か所に掲示予定。

東の飛鳥周遊ルートプロジェクト

地域名 下野市

パートナー名 下野市文化財課

21班 コミュニティデザイン学科 松原咲来 三品行輝

建築都市デザイン学科 磯崎将太 齊藤智



背景・目的

下野市において飛鳥・奈良時代における東国の変遷を物語る重要な数多くの遺跡を観光資源として活用したまちづくりを進めるにあたり、シニア世代だけでなく、若い世代にも興味を持ってもらうことが必要である。しかし、その最たるものである下野薬師寺跡への訪問者は高齢者と授業の一環で来た子供が多く、20～30代は少ない。

同じ課題を担当した去年の先輩方は、下野市全体を対象とした周遊ルートの作成・SNSを用いたプロモーション企画の提案をおこなったため、今年は自治医大駅から道の駅しものつけの範囲に絞った上で周遊ルートの作成を行う。去年のアンケート結果やマップを参考に、遺跡のみならず周辺の飲食店やカフェを盛り込んだ周遊ルートにすることで、若い世代にも興味を持ってもらえるようなものを作成し、これを提案とする。

分析結果

現地調査を受けて修正したルートのポイント

①自治医大駅

地域パートナーである下野市側からの要望であり、周遊ルートのスタート地点となること。今回の周遊ルートは自転車を利用する前提のものであるため、まちの外部からの人が電車を使って訪れ、そのまま駅の貸し出し自転車を利用することができる。

②ブーランジェリー・リール

自治医大駅から道の駅までの中間あたりにある、おいしいと評判のパン屋。様々なパンやおしゃれな外装・内装が魅力であり、イートインコーナーやランチメニューもある。本課題のターゲットである若年層へのうけを狙う。

③下野薬師寺歴史館・下野薬師寺跡

本課題の名称にも入っている「東の飛鳥」文化と地域一帯の歴史・遺産を知ううえでとても大切な位置づけとなる史跡。現在も発掘調査や研究が行われており回廊復元やアプリケーションを用いたVRによる飛鳥・天平時代当時の下野薬師寺の姿を体感することができる。

史跡近くにある歴史館は発掘調査で発見された遺物や下野薬師寺の歴史にかかわる文献資料や展示、映像によって下野薬師寺について深く学べる場所であり、併せてルートのキーポイントとしている。

④道の駅しものつけ

新4号線沿いにある道の駅。地元の新鮮な野菜やご当地物産をはじめとした販売施設、地元食材を活用した飲食を楽しむことができる。交流施設やイベント、バザー開催や露店もあり、ちょっとした休息からのんびりと過ごすまで利用方法はさまざまである。ルート巡りにおける休息や食事等に利用できる。

⑤龍興寺

下野薬師寺と深いかかわりのある寺院。境内には道鏡塚と呼ばれる円墳やとちぎ名木百選のシラカシがある。新4号線の近くにあるものの境内は静かで落ち着いた雰囲気であり、寺社や庭園が好きな人にはおすすめのスポットである。

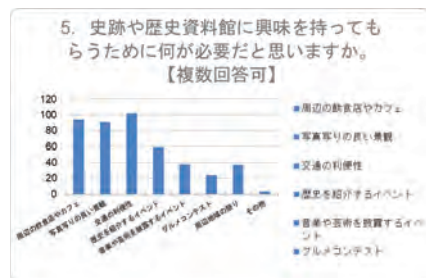
方法

①事前調査

現地調査に赴く前に、調査をスムーズに進められるよう仮ルートを作成した。去年のアンケート結果(グラフ1)から周辺の飲食店やカフェを取り入れ、かつ地域パートナーからの要望である自治医大駅と道の駅しものつけを含めた仮ルートを作成した。仮ルートは自治医大駅等に設置してあるレンタサイクルに乗ることを想定した。

②現地調査

自治医大駅からレンタサイクルを利用し、実際に仮ルートを周遊することで、所要時間や周辺の様子、飲食店の立地について調査した。調査結果をもとに仮ルートを修正し、周遊ルートマップを作成した。



グラフ1 昨年のアンケート結果

提案

①周遊ルートの提案(図1、分析結果参照)

②既存ものの改善案提案

- 自治医大駅の自転車貸し出しの場所がわかりにくく、目につくような看板もないため初めて訪れる人が困惑する可能性がある。

→分かりやすい場所に移動するか、駅構内に分かりやすい表示等をつける。

- ニュータウン開発された場所を抜けてしまうと歩道がほとんどなく路側帯も狭いため、車通りが多いと危険な目に遭う可能性がある。

→道幅の確保やガードレールの設置などの対策をする。

- 道の駅に周辺観光案内があるものの分かりにくかったり目につきにくい場所にある。

→多くの人の目につきやすい場所に、分かりやすく情報をまとめた新しい看板等を設置したり、情報スペースにもっと下野市に関する案内を増やす。



写真1 道の駅しものつけにある周辺案内図



写真2 ②Boulangerie Rire



図1 提案ルート



写真3 ⑤龍興寺

世代間交流の居場所づくり

地域名：栃木県塩谷郡塩谷町
パートナー名：塩谷町役場高齢者支援課・保健福祉課

22班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

石川隼人 横山朋花
齋藤大毅 武部大夢
伊藤海里 小島朋也

1. 背景

<少子高齢化>

町内の高齢者人口の増加および年少者の人口減少により
高齢者へのケアや子育て支援のさらなる強化が必要

<地域サロンの運営者の固定化>

運営者の固定化により、「遊び」のマンネリ化
運営者の高齢化により、長期的なサロン運営に対して不安視

・地域サロン「寄ってらっせ」について

「地域の高齢者が気軽に立ち寄れる居場所」

- 参加人数：高齢者21名 運営者5名
- 活動日：毎月第2・4火曜日
- 「遊び」の内容：健康体操やカラオケなど



写真1. 「遊び」の様子

4. 分析

・アンケート調査結果

映画やテレビゲームなど電子機器を用いた遊びが目立った。
一方クリスマス会のような季節性のある遊び、鬼ごっこやボール遊びなどの定番の遊びもしたいという意見も一定数あった。

⇒新たな「遊び」の考案材料へ

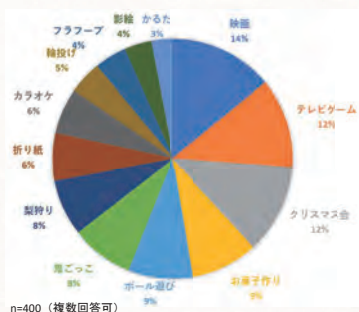


図1. 子どもたちがやりたい遊び

全体の1/4程度が友人・知人からの口コミからの情報収集していた。
そのほか回覧板や広報誌、学校・関係機関のような従来からある方法での情報収集が多く、SNSやインターネットからの収集は5%と低かった。

⇒サロンの周知方法の考案材料へ



図2. 保護者が情報を得る媒体

予想以上に子どもたちは校内の掲示物を見ていることが分かった。

⇒サロンの周知方法の考案材料へ

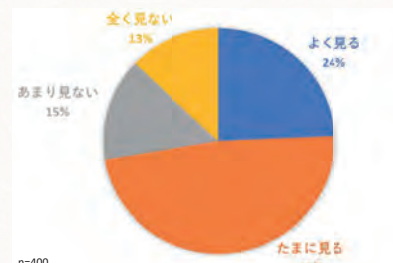


図3. 子供たちの掲示物を閲覧する割合

・現地調査結果

子供が来るとサロン利用者は生き生きしてる！

「遊び」のマンネリ化の他に、
コロナ禍によって制限が増えた、...



写真2. 現地訪問

離れていながらも、小学生と寄ってらっせが接続する
「多世代交流」のあり方を考える

2. 目的

I. サロン運営者の世代交代

⇒ 運営者の高齢化および
企画のマンネリ化の解消

II. サロン「寄ってらっせ」を 世代間交流の場へ

⇒現状の高齢者の居場所から世代間
交流の場となることで町内の世代交代
交流促進と子育て支援の後押しをする

3. 調査

<アンケート調査>

対象：町内の全小学生およびその保護者

期間：10月29日～11月6日

内容：サロンの認知度、やりたい遊び、世代交代交流への意欲・関心など

<現地調査>

サロン運営者からの聞き取り調査およびサロン、小学校の訪問

5. 提案

・見えない多世代交流を生む循環システム

寄ってらっせの「遊び」のマンネリ化を解消するために私たちが仲介し、循環システムを構築する(図3)。
離れていながらも、「遊び」を共有し、
見えない多世代交流が生まれる。

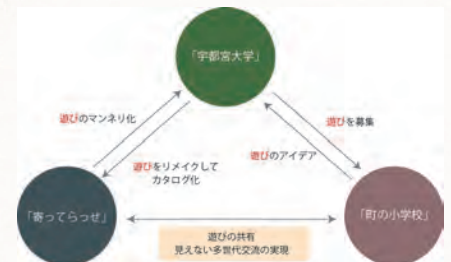


図4. 循環システム

・「遊び」のアイデア募集箱

小学生の「遊び」を共有するために募集箱を作成した。
募集した「遊び」は高齢者でも、子どもでも楽しめるようにリメイクし、
カタログ化する。



図5. 意見用紙

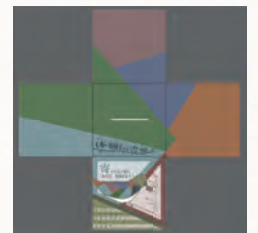


写真3. アイデア募集箱

・「遊び」のカタログ化



洗濯バサミすくい

100cm走

ポッチャ

・当プロジェクトの持続可能性

第三者と連携した
循環システム

データによる
共有

カタログの
テンプレート化

持続可能な
組織づくり

スポーツイベントの参加者を増やすためには

塩谷町 生涯学習課・企画調整課
指導教員 中村祐司先生

23班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

保坂樹
飯塚幸世 菊池勇道
齋藤響 吉川珠暖



背景

若者のイベント参加者が少ない

- 地域のスポーツイベントにおいて、参加者が減少
(特に若い世代の方の参加が少なく、地域行事への関心が薄れている)
- 公金を使って開催しているのにも関わらず、一部の人しか
還元できていないことも問題

目的

潜在的理由を明らかにしニーズを探りたい

- 参加者に高齢者が多く**若者が少ない**。
→若者のイベントへの興味関心が薄れている理由を明らかにし、
今後のイベント内容に反映することで**参加者を増やす**

方法

◆ アンケート調査

- 塩谷町内の小学6年生と中学生を対象とした書面によるアンケート調査
(329部)
- SNSユーザーを対象としたGoogleフォームによるWEBアンケート調査
- 塩谷町内の全世帯を対象とした2.と同様の内容のWEBアンケート調査
QRコードが記載されたチラシを回覧板を通して配布(3177部)
※()内は書類の配布数

◆ 現地調査

しおやスポーツフェスタの会場である塩谷町総合運動公園を
訪問し、地域パートナーさんから公園内の施設や、昨年度ま
でのスポーツイベントの様子を説明していただいた

→広い敷地内に**多くの競技施設**が備わっていた！

分析結果

①小・中学生を対象としたアンケート(小学生88名、中学生195名)

1. 塩谷町について

小・中学生を対象に、「塩谷町が好きか」という調査を行ったところ、両
者ともに7割を超えており、**塩谷に好意的な生徒が多い**ことがわかった。

2. 今後スポーツイベントが開催されても参加したくない理由
「今後スポーツイベントが開催されても不参加」と答えた生徒は、小学生
53名、中学生134名という回答が得られた。その中でも最も多い理由は、
「運動が苦手だから」というものだった。そのため、**運動が苦手な人向けの
イベント開催を視野に入れたほうが良い**だろう。

3. どのようにイベントをお知らせしてほしいか
「スポーツイベントの開催をどのようにお知らせしてほしいか」というア
ンケートでは、小・中学生合計で「学校で配布してほしい」が一番多く、次
いで「町の広報誌」となった。

②Webアンケート(97名)

1. よく使うインターネットサービス

GoogleフォームによるWebアンケートでは、「LINE」・「YouTube」
・「Instagram」・「Twitter」の順で多い結果となった。

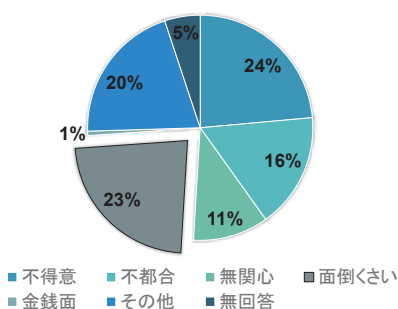
2. どのようなスポーツイベントなら参加したいか

スポーツイベントに対する要望で多かったものは、「**複数人で気軽に楽
しめるもの**」、「**年齢に関係なく楽しめるもの**」、「**得意不得意が関係な
く遊べるもの**」、「**勝ち負けがないもの**」といった意見が多く挙がった。

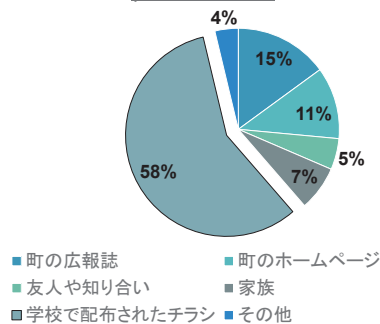
3. 過去に地元のスポーツイベントに参加しなかった理由

過去に地元のスポーツイベントに参加しなかった理由としては、「スポ
ーツイベントの存在を知らなかった」、「スポーツイベントがなかった」
といった意見が多く、**イベントの広報に問題があるもの**が多く挙がってい
た。

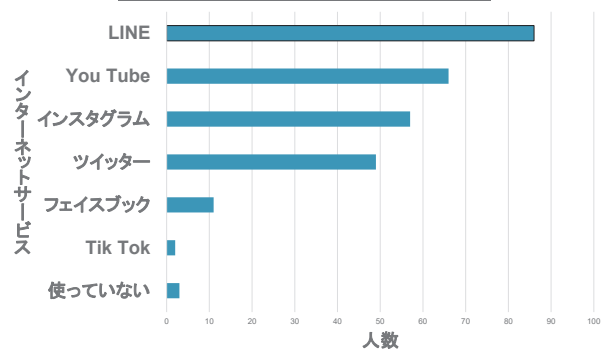
今後スポーツイベントが開催されても参加しない
と答えた小中学生(N=157)



どのようにお知らせしてほしいか
(小中学生n=232)



よく使うインターネットサービスは何ですか



提案

◆ イベントの提案

様々なスポーツができるエリアを設け、参加
者が自由にやりたいスポーツを楽しむ仕組み

運動神経が悪くても大丈夫

複数人で参加できる

勝ち負けがない

自由選択型

※既存イベントとの違い

自分がやりたいスポーツを自由にする
ことができ、勝ち負けにこだわらず
気軽に楽しめる



◆ 広報の方法

SNSによる広報

塩谷町公式LINEの開設

SNSを介した町民と自治体の連携

イベントへの参加
パブリックコメント等

塩谷町

町民

イベントや災害等各
種情報の発信

「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」 リニューアル効果の検証と次の展開に向けた提案



地域名 高根沢町
パートナー名 高根沢町元気あっぷ創生課

24班 コミュニティデザイン学科 北條 美咲 谷田部 裕紀
建築都市デザイン学科 今泉 郁香 古謝 正太郎
社会基盤デザイン学科 桜井 翔平

背景

- ・栃木県高根沢町では人口の確保と自然増加を目指す施策を進めている（例：第二期高根沢町まち・ひと・しごと創生総合戦略）
- ・「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」でもリニューアルが行われ、既存施設の他、新たにグランピング施設も設置された。しかし、ハード面の他に、イベント等のソフト面は試行錯誤の段階にあり、どのようにして足を運んでもらうかを考えることが当面の課題となっている。

目的

元気あっぷむらにより多くの人の足を運んでもらうための施策を提案する。あるいは、その一助となるような調査（来場目的や改善してほしい事項、作物生産者や施設管理者、来場客の各立場から見た施設の印象等）を実施し、施策を補助する検討項目を抽出する。

調査結果

①元気あっぷむら指定管理者

- ・リニューアル後、知名度が上がり、利用者も増えた。

②若手の農家

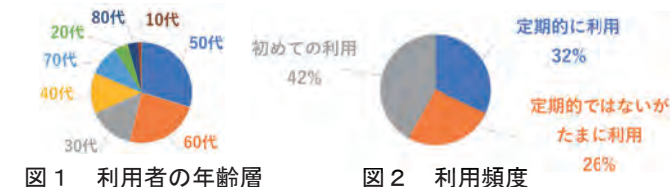
- ・元気あっぷむらとの提携により、どのような方が野菜を買ってくれているかが分かり、励みになる。
- ・朝早くに出荷するとあまりお客さんと会話することがないため、**会う機会や感想を聞ける機会がほしい。**

④直売所の出荷者（13名）

- ・元気あっぷむらで売ると、町外のお客さんにも自分の作物を知ってもらえたり、買ってもらえたりする。
- ・朝早くに出荷する人はあまりお客さんと会話することがないため、**会う機会や感想を聞ける機会がほしい。**

③元気あっぷむら利用者への対面式アンケートの結果

総数91人、男性41人、女性50人



分析・課題

- ①注意喚起の広告物が足りていない。
- ②イベントを利用客にうまく宣伝できていない。
- ③町全体の魅力を伝えきれていない。
- ④クリエイターや農家の情報をPRし、お客さんとの交流の場を作るなど、魅力を高めるための工夫が必要である。

提案

①文字換えのテンプレートを設置

図3のテンプレートの文字を変えるだけで、あらゆる場所・用途で掲示可能。
Ex.「車に注意!」「障害物に注意!」等。



図3 POPテンプレート

④ポップ&ショップカードの掲示・配布

～生産者⇄利用者 双方向の繋がり創出～

ポップを配置するだけでは生産者→利用者の一方通行になるため、裏面にコメントを書き込めるショップカードを商品と一緒に配布し、利用者→生産者という新たな流れを作る。他の直売所ではあまり取り組まれていない仕組みであるため、元気あっぷむら独自の企画として特色を出せる。



図4 ポップ案



図5 ショップカード案

②③イベントや町の魅力の宣伝方法の工夫

現状、HPやSNSなどで、**イベント直前に1回告知**をするだけになっている。
→イベント「**2週間前から**」、「**繰り返し**」、情報を「**小出し**」に追加していく。
町の魅力をアピールするために、ライターをしている方に協力してもらう。

〈効果〉

- ・生産者は、お客さんからの反応がもらえて励みになる。感想や生の声を聴くことで販売戦略の参考になる。直に買い付けの連絡をもらえるきっかけにつながる。
- ・利用者は作っている人の顔が見えるので安心して購入できる。ショップカードを利用して応援コメントを送れる。例えばショップカードを持って来てくれれば入浴券がもらえる制度はどうか。
- ・管理者側も生産者と利用者の交流のきっかけ作りができる。高根沢の農業について発信できる。

方法

- ①～④は、元気あっぷむらに「直接関わっている人」から、意見を聞くために行った。
- ⑤～⑦は、「元気あっぷむらが町に与える波及効果」を調べる目的で行った。

表1 調査方法

調査	実施日	対象	場所	方法
①	10/20	元気あっぷむら指定管理者	ZOOM	対面式アンケート (ZOOM)
②	10/20	若手の農家	ZOOM	対面式アンケート (ZOOM)
③	11/3	利用者 (N=91)	現地	対面式アンケート
④	12/5	直売所の出荷者 (N=13)	現地	対面式アンケート
⑤	12/15	NPO法人まちづくりちよっ蔵高根沢の方	宝積寺駅	対面式アンケート
⑥	12/15	移住定住創業支援センターの方	宝積寺駅	対面式アンケート
⑦	12/15	町産業課商工観光係	町役場	対面式アンケート

⑤NPO法人まちづくりちよっ蔵高根沢の方

- ・リニューアルされてから、元気あっぷむらから流れてくる人が多い。
- ・道の駅だけでなく、高根沢町全体の魅力を伝えてほしい。

⑥移住定住創業支援センターの方

- ・元気あっぷむらには、情報発信の仕方や、**クリエイターさんの名前をしっかりとアピールしてもらうことに期待**している。
- ・元気あっぷむらとイベントのコラボをしたい。

⑦町産業課商工観光係

- ・元気あっぷむらがリニューアルされたことにより、訪れる人が増え、町のサイクルスタンドの利用も増加した。
- ・元気あっぷむらで、**町内の人でも気軽に楽しめるもの、行ってみたいと思うものがほしい。**

表2 性別による施設の人気度

		温泉	直売所	自然	食べ物	グランピング	レストラン	その他	無回答	合計
男性	度数	19	5	5	3	2	1	1	5	41
	行%	46%	12%	12%	7%	5%	2%	2%	12%	99%
女性	度数	7	11	4	7	5	3	4	9	50
	行%	14%	22%	8%	14%	10%	6%	8%	18%	100%

表3 利用者からの主な要望

温泉	足つばで出っ張っているところに足をぶつけた
温泉	温泉と直売所の間の道路が危ない
自由	自由に弾けるピアノが目立たない
温泉	温泉の入り口の手動ドアを閉めない人がいるので張り紙などをしてほしい
その他	イベントをもっと増やすべき

地域の木材を活かす建築への取組

パートナー：とちぎ木づかいプランナー協会 福田彦一郎

25 班

コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

上野純慧
青木岳大
藤原大樹

三浦弓奈
早川大輝

1| 背景

全国的にも国産の木材の多くは現在、70年という伐採期を迎えており、これ以上放置すると、木材としての質も落ち、二酸化炭素の吸収量も落ちて環境にも悪いという問題が起こってしまう。そのため、その利用と入れ替えが急がれているが、安く安定した外国産材などによってその需要が低迷してしまっている。この課題を、積極的に木造建築に利用することで解決していきたいというのが本テーマである。

2| 目的

1. 本テーマは林業だけではなく製材、建築など様々な業界に関わっている。なので、それぞれの持っている現状の課題に対する認識を明らかにする。

2. 資料に掲載されているデータ以外の現地に赴くことでしか体験することのできない特性を発見する。

3. 自分たちのように林業木材業界に参入したての人だからこそその視点を活かして課題を俯瞰する。

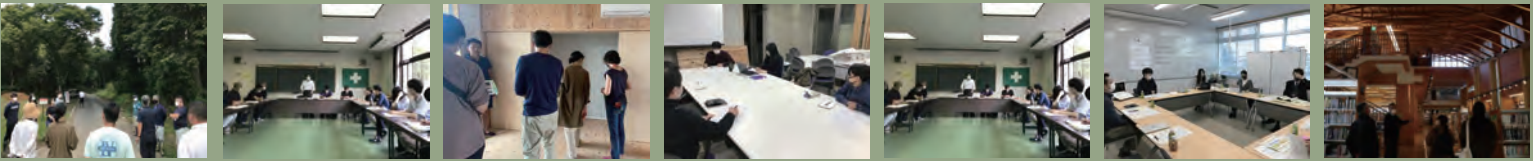
3| 方法

実際に日光の現場に赴き産業内の方々に聞き取る形式で、質的な調査を行った。さらに、現場で働く人だけでなく、さまざまな部門の専門家、行政、建築やコミュニティデザインの先生の意見も頂いた。多角的な意見や課題を聞き、さらにまとめた資料を使って勉強会を行った。

現地調査による質的調査

分析資料の作成

資料を基に専門家と勉強会を開催



4| 調査結果

まず、木材関係を川の流れになぞらえ、川上、川中、川下と定義し、それぞれにかかる課題の所在地を整理した課題分布表を考案した。それとともに、今後の発展の可能性のある事柄や障壁となっている事柄についても列挙した。

ターゲット

市役所の建設課の人
地域貢献を考えている事業者
新規参入したい人
業界内の人

狙える効果

木材リテラシーの向上
SDGsに関心を持つ人の増加
課題の負担がどこにかかっているか示す
業界内の連携の強化
相互理解のツール

5| 考察

全体：木材の安定供給できない。
→人員不足、急斜面で重機が入りにくい、林班図が未整備)

環境：川上の負担が環境面において大きい(課題が多い)

背景：木造教育がされていない時代があった。
生産者の顔がわからない流通の形態が良くない。

人的：課題の分布が広範囲に広がっている。
義務教育での林業の悪いイメージで浸透してしまっている。

価格：林業側(川上、川中)と設計者側(川下)での考え方の相違。

6| 提案

今回のテーマを通して完成した課題の分布表、茂木の中大規模木造の施工事例、林業に関するコラムを掲載したパンフレットを作成した。この資料を市町村の行政の方や一般の方に手に取ってもらうことで業界に対するリテラシーの向上を図る。

表1 課題分布表

川上	川中	川下	他
森林所有者	森林組合	製材所	設計者/施工者
ユーザー	行政・一般		

背景

凡例
→課題の説明
→課題に関連するポジティブな試み

木構造の法律の厳しさ
→防火や地震の懸念

木造建築にかかるコスト

木造設計の技術者不足

RC造・S造のアタリマエ化

安価な外国材の流入
→価格が安く、性能の良い外国材との競争

行政の熱意が必要
→各自治体の財政状況や地価の高さによって行政の熱意が異なる

人的要因

人脈の固定化
→伝統ある産業が慣習の課題

業界関係者同士の連携不足
→仲間の共有ができていない
→森林コーディネーターなど包括して理解をしている人が必要

若手と職人のマッチング
売り手と買い手のマッチング

従業員不足・高齢化
→林業分野で新規の参入が近年は増加している

人材不足による安定供給が難しい

放置林の増加

土地の所有者が不明
→不在地主の課題
山を所有している意味合いが変わってきた

山主の関心の低さ

林業に対する知識の浅さ
→業界内外問わずの幅広い相互理解が必要

若手の林業就職率が低い
→学校の社会科の教育で悪いところや課題点を教えられる(悪いイメージの継承防止)

森林の環境と環境問題

森林の少子高齢化(林齢構成の不適合)

放置林増加
→地価高騰、地権者不明
→所有者不明化によって管理が難しくなる

土砂崩れ災害の増加
→林業を推進させている課題

山に斜面が多く重機が入りにくい
→傾斜地の確保と林業の減少

手入れ不足によって木の質に影響がでる

山の生態系の変化(シカ・ヤマビル)

土砂崩れ災害の増加

測量
→林班図が整っていない
→測量や伐採しない木を確保
山の用途分けをすべき

木材価格

マーケティングやブランド化が不十分
→コストではなく質や信頼に訴える

適正な木取りで木を使えていない

林地残材の発生
→バイオマス燃料に利用可能

加工業者によって扱う丸太の場所が異なる(枝寄り・中目材)
→各製材所の販路が出る

製材所によって規格が様々

“MORE”～だれもが外出しやすい 街づくりプロジェクト～ ホテル編

NPO法人アクセシブル・ラボ 代表理事 大塚訓平

26班 コミュニティデザイン学科 熊倉義人 舟木沙彩
建築都市デザイン学科 武田侑 藤田裕太郎
社会基盤デザイン学科 市野塚彩音



背景

栃木県では令和4年に**全国障害者スポーツ大会**（いちご一会とちぎ大会）が開催予定であり、全国から多くの車いすユーザーが来県しホテルに宿泊することが予想される。車いすユーザーの宿泊ではバリアフリー設備の未整備といった**ハード面**、設備内容の情報の不足といった**ソフト面**が問題となり、健常者と比べて制限を受けている。

目的

【県へのインタビュー調査】

→大会に合わせてホテルのバリアフリー化を補助する事業を実施
→しかし、参加施設は少数にとどまる。

ホテルのバリアフリー化への
関心を高める必要性

【県外のバリアフリー設備が先進的な ホテルへのインタビュー調査】

→設備は充実
→設備の写真やその有無などの、車いすユーザーが求める情報の発信は不十分

ハード面と比べてソフト面の
情報の配慮がなされていない現状

以上の調査より、26班では、**ホテルのバリアフリー化への関心を高めて、情報発信を推進するための方策を提案すること**を目的とする。

方法

①アメリカ（ポートランド）のホテルへのインタビュー調査

バリアフリー化が先進的に行われているポートランド州のホテルに、地域デザインセンターとポートランド州立大学パブリックサービス研究・実践センターの協力の下、オンラインでのインタビュー調査を実施した。（写真1）

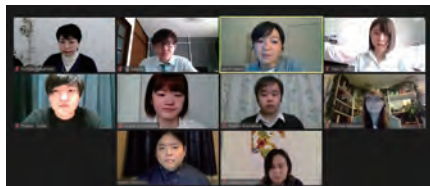


写真1 インタビューの様子

②座談会

ホテルの情報発信について車いすユーザーとホテル事業者の両者の視点から意見を聞くために、車いすユーザー・ホテル・学生によるオンライン座談会を実施した。（写真2）

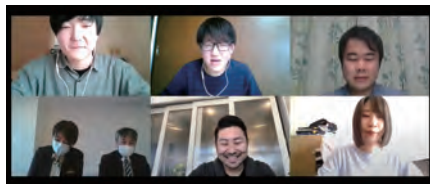


写真2 座談会の様子

分析結果

【インタビュー調査】

- ADA（米国障がい者法）では、手すりの位置や廊下の幅などを数値で具体的に定めている。
- ADAの基準を満たしていないと他のホテルよりも劣っているとみなされ、ビジネスの機会を失うような環境にある。
- バリアフリー化をする上で一番の問題となるのは費用面である。
- 政府や支援組織から金銭的・技術的支援を受けられる体制がある。
- ⇒**バリアフリー化への目が厳しいことで、ホテルが自らバリアフリーの基準や支援の情報を得ている。**
- アメリカでは段階的なバリアフリー化が進められており、各ホテルが少しずつ設備を整えている。
- バリアフリーは障害者だけのものではなく全ての人が暮らしやすい社会を作るという認識が根底にある。（図1）
- ⇒**バリアフリー化促進のヒント**



図1 バリアフリーの考え方

提案

アメリカと日本で異なる点の1つに、ホテルがバリアフリー情報（基準や支援制度）に触れる機会があり、日本ではその機会を増やす必要があるが、今回の調査で行った座談会自体が、車いすユーザーの求めるバリアフリーの要素やバリアフリーへの考え方をホテルに伝える「知る機会」の役割を果たした。よって、ホテルの関心向上と情報面でのバリアフリー化推進のために、**車いすユーザー、ホテル事業者、主催者による座談会の開催**を提案する。（図2、図3）

この座談会により、ホテル事業者は車いすユーザーの意見や先進事例を知ることができ、必要となるバリアフリーの要素や考え方を知り、バリアフリー化への関心を高めることができると考えられる。

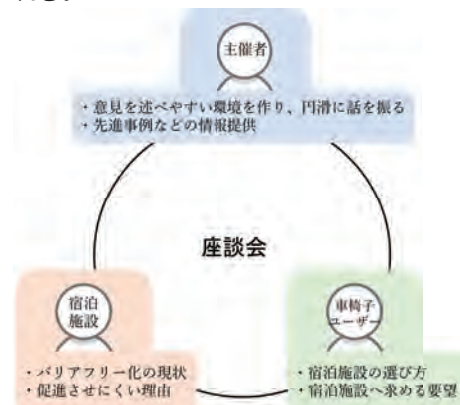


図2 座談会の3者の役割

【座談会】

- 車いすユーザーの意見
〈特にwebで発信してほしい情報〉
 - ・客室や設備の画像
 - ・水回りについての詳細な情報（扉の種類と開口幅の大きさ、トイレや浴室の手すりの有無、段差の有無など）
 - ・どの階に多目的トイレがあるか
 - ・客室の平面図
 - ・未整備の場合は「設備がない」という情報〈その他〉
 - ・車椅子ユーザーにはコミュニティがあり、宿泊しやすいホテルは口コミで広がっている。⇒**ホテルのバリアフリー化による経済的なメリットになり得る。**
- ホテル事業者の意見
〈車いすユーザーの求める情報について〉
 - ・今までに知る機会がなく、把握できていなかった。⇒**座談会のような「知る機会」をつくる必要性**
 - ・HPの変更は難しい。
 - 〈金銭的問題〉
 - ・バリアフリー化では費用が大きな問題となる
 - ・整備による金銭的メリットがあるなら考えやすい。⇒**関心のために金銭的メリットを示す必要性**
 - 〈その他〉
 - ・バリアフリー化を少しずつ進めるという考えがなかった。（0か100か）⇒**できるところから進めていくことが大切。（0から30、30から50、50から100）**

また、最後にホテルのバリアフリー化の問題の解決策を両者で考えることにより、新しい解決策の糸口を発見する期待もできる。

今回は情報というソフト面でのバリアフリー化推進を目的としたが、他のソフト面での課題やハード面についての場合も、座談会は活用できると考える。

【今後の課題】

- ・主催者は誰になるのか
- ・この座談会後に、実際に改善されるまでにはどのような支援や仕組みが必要か

・主催者からバリアフリー化の先進事例や考え方の情報提供（アメリカでの取り組み及び国内事例）

・車いすユーザーの視点から、ホテルのバリアフリー（情報）について意見（web上に公開すべき情報）

・車いすユーザーからの意見を受けて、ホテルの視点からの意見（ホテルの現状、改善に向けての課題）

・以上を通して、情報での改善方法の検討

図3 座談会のプログラム例

高齢者と社会をつなげるためのきっかけ作り



大田原市、宇都宮市
一般社団法人えんがお 濱野将行さん

27班 コミュニティデザイン学 松井日菜 吉田未南
建築都市デザイン学科 石川瑞樹 横井元晴
社会基盤デザイン学科 松本龍弥

背景

近年、高齢者の孤立が問題視されている。最近のコロナの影響もあり、外出して人と会う機会が減ってこの傾向は強まっている。

一方、街中にベンチがあると主に高齢者の外出の際の休憩地点になり、外出のハードルも下がる。街歩き自体の促進にもつながる。現に国内外でベンチの設置を促進している町もある。

そこで、私たちの班はパートナーのえんがおと共に大田原市でベンチを製作し、高齢者のつながりを作るために、現地で高齢者の方へアンケートを行う計画を立てた。コロナの影響により現地調査が不可能となったため、前期は調査範囲を宇都宮市に移行した。

目的

私達の大きな目的は「高齢者と社会を繋げるきっかけづくり」である。このコロナ禍で、その目標を達成するために街中にベンチを設置する活動を始めた。活動するにあたって自分たちで設置箇所を探し、許可を取り、材料を確保し、作成して設置することが必要だと知り、パートナーさんや自治会の協力を受けながら一つ一つ達成していくことに決めた。

作業をする際や許可を取る際など、少しでもお話を伺い、高齢者の方がどんなことに危険を感じているのかを知り、更に目標に近づくことを意識して進めた。

方法

前期に考えた調査予定を実施することが困難だと判断し、地域パートナーさんと議論した結果、えんがおで進行中の「ベンチプロジェクト」を元に宇都宮市青年会議所が主催するビジネスモデルコンテストに応募した。結果、優秀賞(2位)を受賞し自分たちで活動資金を得た。獲得した賞金5万円をもとに、大田原市と宇都宮市にベンチを設置した。

①ベンチの設置場所

大田原：えんがおの近所の空き地、トコトコ大田原のバス停予定地

宇都宮：「とみくら みんなのリビング」、「フリースペースミズタマリ」

えんがおの近くのあんこ屋さんの前にベンチを設置した。大田原市にある「トコトコ大田原」に新しくコミュニティバスができるとの情報がかり、バス停予定地に購入して組み立てたベンチを寄贈した。

峰キャンパスの近くにある「フリースペースミズタマリ」にもベンチを寄贈した。そして東峰町の自治会長さんに周辺の情報を聞き、住民の集いの場である自治会館「とみくら みんなのリビング」に、コロナ収束後再び使用される際に使ってもらえる椅子三脚を廃材で作り、寄贈した。廃材は阿部総合建築有限会社から頂いた。

②ベンチの使用状況調査

えんがおの近所の空き地に設置したベンチには、「気軽に楽しく利用してほしい」「会話の輪を広げてほしい」という考えから、誰でも自由に引けるおみくじボックスを設置した。後日確認し、減った数からベンチのだいたいの利用状況を把握した。

分析結果

えんがおに頻繁に通っている地域の高齢者の方に、えんがおに来る途中の道でベンチがあったら休憩ができ、楽になる場所をお伺いした。そのところ、あんこ屋さんの前にベンチを設置することが最適であると分かった。ここに置くことで、えんがおに来る高齢者の方の助けになり、他にも地域の方の休憩場所として利用価値があると考えられる。

街歩きを行った結果、コロナの影響もあるのか、外を歩く人の姿は見られなかった。数名歩く人を見かけたが、高齢の方が多かった。ベンチを置くことで外出をする高齢者の方に利用していただきたい。

おみくじの結果

後日確認すると26枚引かれていた。(設置日：12月20日、確認日：1月10日)
先ほど述べたように、コロナの影響で外を歩く人が少ない中で26人もベンチを利用する人がいたことはとても多かったと言える。今後、ベンチがあることを知った人が、このベンチを休憩場所の拠点として外出するようになることを期待する。

提案

先ほど述べたように、コロナの影響で外を歩く人が少ない中で26人もベンチを利用する人がいたことはとても多かったと言える。えんがおのベンチの特徴として、誰でも座っていいことを可視化するステッカーがある。これを貼ったこともベンチ利用者が多かった理由の一つであると考えられる。今後、ベンチがあることを知った人が、このベンチを休憩場所の拠点として外出するようになることを期待する。

ベンチプロジェクトを広げるためには、ビジネスとしての要素を組み込むことが必要である。具体的には、企業にスポンサーとなっていただく。ベンチに貼るステッカーに企業のロゴを入れることで、企業の宣伝やCSR活動のアピールにもなる。

私たちの活動はこの一年で終わってしまったが、えんがおで現在も進行中である「ベンチプロジェクト」はこれからの超高齢化社会において、高齢者にとって明るい希望となるのではないかと。最終的には、全国に「ベンチプロジェクト」が広がることの手助けを宇都宮大学で担っていくことを望んでいる。

私たちが設置したベンチが多くの人の目に留まり、えんがおと宇都宮大学生が、高齢者に寄り添って地域を作っていくと前向きな姿勢でいることを知ってもらいたい。



図1 大田原設置のベンチ



図2 とみくら設置の椅子



図3 えんがお近くに設置したベンチとおみくじ



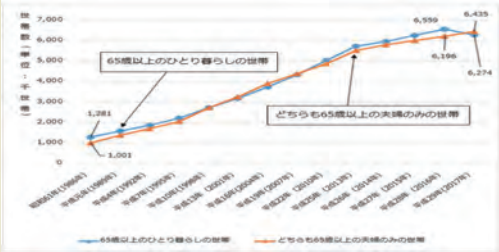
図4 ベンチプロジェクトの概要

宇都宮市清原地区
公益財団法人とちぎYMCA総主事 塩澤達俊様

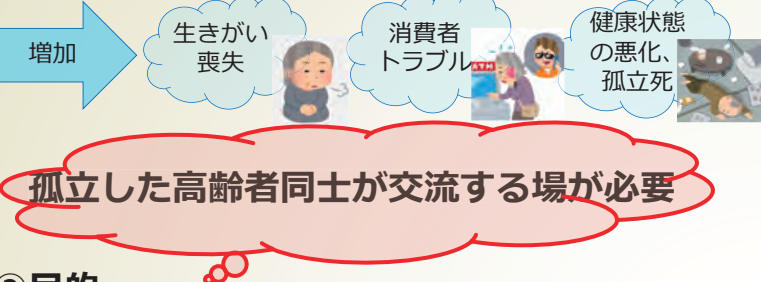
28班 コミュニティデザイン学科
建築都市デザイン学科
社会基盤デザイン学科

川村瑠花、高澤颯人
齋藤詩織、塚本直矢
青柳駿

①背景
近年我が国では急速に高齢化が進み、一人暮らしの高齢者が増加している。平成28年(2016年)から平成29年(2017年)にかけて「65歳以上の高齢者のひとり暮らし、夫婦のみの世帯数は増加傾向にある(図1参照)。



(図1: 65歳以上のひとり暮らしと夫婦のみの世帯数の推移)



②目的
「地域の人の居場所」+「高齢者が活躍できる場」
→ **地域サロン**(地域の高齢者等が身近なところで気軽に交流できる場)

- サロンの現状は？
- サロンの課題は？
- 住民のニーズは？

③調査方法

- 1) インタビュー
・地域サロン運営者
→ サロンの基本状況(活動内容、参加状況、開催頻度等)、サロンを開いた背景、改善点、今後の見通し等
・参加者
→ 参加理由・頻度、地域サロンへの要望、どんな地域サロンがあったら行きたいか等
- 2) アンケート調査 @かましん清原店、ウェルシア清原台店
地域サロンへの参加の有無
・有と回答した人 → 具体的なサロンの情報や参加したメリット等
・無と回答した人 → 地域サロンへの興味や参加しない理由等
- 3) 地域サロンの現地訪問
実際に地域サロンに訪問し、主催者と参加者にインタビュー



④調査結果

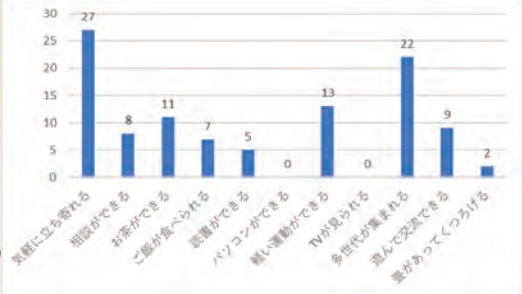
- 1) インタビュー調査 @清原地区六丁目地域サロン「きずなカフェ」
活動...10人前後でちぎり絵
- ・サロン運営者の森田さん、湯本さん
→ 「一人暮らしの高齢者が地域住民と交流できるように、地域の使わなくなった元飲食店舗を再利用している」
- ・参加者
→ 「サロンに参加することで、地域内でなんとなく顔見知りという人が増えて、声をかけやすくなる」

高齢者同士の交流で
孤立や孤独死の予防、新しい趣味や生きがいの発見
になりそうだ！

2) アンケート調査

参加あり	10人
参加なし	52人
合計	62人

(表1: 地域サロン参加の有無 n=62)



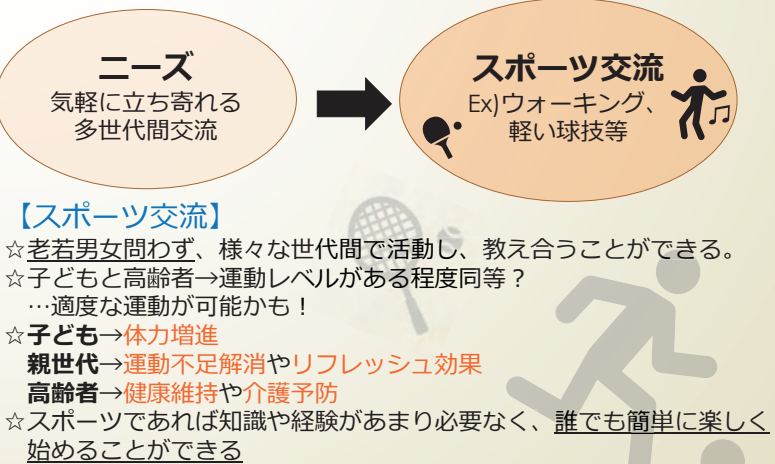
(図2: 地域交流の場として魅力を感じるもの n=51)

- 気軽に立ち寄れる場、多世代交流ができる場
- × パソコンができる場、TVが見られる場

- 3) 地域サロンの現地訪問 @いきいきサロン
活動内容...体操、ハーモニカやカスタネットの演奏、歌の鑑賞
・主催者 佐藤さん
「居場所がどういう場所かは分からないが、ここは楽しさを提供する場」
・参加者
「徒歩圏内で活動できる場を設けてくれてありがたい」
「みんなで顔を合わせられて楽しい」
☆「若い人とも話してみたい」
☆「若い人がいてくれたら張り合いがでるのではないかな」



⑤考察・提案



⑥今後の課題

今後の課題として、今回の調査であまり回答を得られなかった20代から30代、さらには子どもたちからの意見を収集することが挙げられる。コロナ禍ということもあり、そもそもアンケート調査の回答数は十分ではなかったが、なかでも上記の世代の声をほとんど集められなかったのが事実である。また、今回の調査で明らかになった地域交流へのニーズの多くが高齢者の意見であり、若者世代が実際はどう感じているのかは分からないのが現状である。そのため、今後はより理想的な多世代間交流を実現するためにも、若者世代に焦点を当てた地域交流に関する調査を行う必要があると思われる。

