

# “若手まちづくりプレイヤー”を増やすための農業体験プログラム

栃木県栃木市寺尾地区  
寺尾地区まちづくり協議会

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  
グループ指導教員

木村 結菜 Muhammad Shhirffan  
神田 千奈見 藤原 翔馬  
加々美 雄躍 小坂田 拓実  
阪田 和哉



## 背景

栃木県の南部に位置する栃木市。その栃木市の北西部に位置する寺尾地区は6つの町から成り立つ人口2600人程の地区であり、栃木市の中でも高齢化率が最も高く過疎化が深刻化している。そのため、外部からの若者が地域外サポーターとして地域に対して刺激を与えることを期待されている。昨年度の検証により関係人口を増やす取り組みとしてグリーンツーリズムの手法を活用することが有効であることが分かった。そのため、本年はグリーンツーリズムをきっかけに関係人口を増加させるためのPR活動の実施や寺尾地区の関係人口となりえる人はどんな人かの検証を行う運びとなった。



## 目的

グリーンツーリズムをきっかけに関係人口を増加させるために

- ①若者にとって魅力的な寺尾地区のグリーンツーリズムとはどんなものか調査
- ②寺尾地区のグリーンツーリズムを若者にPRする際、効果的な告知方法はどんなものか調査

## 方法

- ①グリーンツーリズムのイベントを自ら体験する
- ②広報活動を実施し、その効果を検証する

- 参加しやすくなる告知方法を検討
- イベントへ若者の参加を促す
- 広報活動に際して、SNS運用の準備
- 寺尾地区に来るきっかけとなる情報の発信

## 活動① 5月～ グリーンツーリズムの体験

5月 じゃが芋堀り・田植え体験 10月 稲刈り体験  
8月 そばの種まき体験

農作業は普段の生活を離れ自然の中での良さを感じられた。また農作業後の食事では、地域の人とお話することができとても有意義な時間であり、メンバー全員がその良さを感じられた。

## 活動② 8月 寺尾地区の既存の関係人口へのヒアリング

調査日: 2023年8月8日(火) 対象: 4名(2023年夏 寺尾地区インターン経験者)  
調査日: 2023年8月14日(月) 対象: 3名(内 2022年夏 寺尾地区インターン経験者2名)

夏の2週間、インターンで滞在をした他県の大学生が現在6名存在。農業体験やイベント開催の際に定期的に寺尾地区を訪問している。インターン自体の参加動機は様々であるが、自然や地域での一定期間の滞在に惹かれて参加し、地域の人との関わりで魅力を感じる人が多くいた。

## 活動③ 6月 アンケート調査

調査日: 2023年6月4日(日)  
調査地: テラオ「ピクニック」マルシェ  
目的: 寺尾地区に訪れた人の情報収集方法の調査  
対象: マルシェに訪れた人

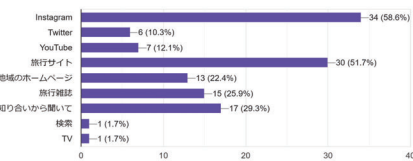
### 質問内容

- ・参加者の傾向 (属性・居住地・来訪数)
- ・情報収集の方法 (普段使用する媒体)

### 分析結果 (回答収集: 58票)

- ・6割が栃木市内からの参加
- ・県外からの来客がみられる
- ・日帰り客が多くを占める
- ・30代～40代の子連れ/家族連れが多数いた
- ・グリーンツーリズムの言葉の認知度は低い

図: 「本イベントの情報をどのように知りましたか?」  
という質問項目での回答結果(複数回答可)



地域運営のホームページからも一定の効果が  
見られた。Instagramの影響が高い。

## 活動④ 9月 イベント告知

実施日: 2023年9月9日(土)  
実施場所: 栃木市嘉右衛門町  
伝建地区周辺  
目的: 10月に寺尾地区で開催されるイベントの周知・勧誘  
対象: 主に蔵フタ麦酒ウォークを訪れた若者(若者の参加が少なかったため、途中で対象範囲を親子連れまで拡大)



### ▲ 配布したチラシ

### 告知内容

10月に行われる稲刈り体験とそば収穫体験

### 分析結果(配布枚数: 約100部)

- ・若者よりも子ども連れの親のほうがチラシの内容に興味を持っていた
- ・ほとんどの方が受け取ってくれた
- ・寺尾地区の認知度は半数程度
- ・告知によるイベント参加者は0人
- ・チラシによるイベント告知の効果は期待できない



▲ チラシ配布の様子(上2枚写真)

## 活動⑤ 9月～ SNSでの発信

### 〈インターン生へのヒアリングで分かったこと〉

- ・寺尾地区の情報を得ることが難しい
  - ・再び訪れるきっかけに地域の情報は有効
- イベント情報を知ったとしても、寺尾地区についての情報を得られないと足を運びづらいと考え、どんな地域か・どんな人がいるのかが分かるようなSNSアカウントの作成を行った。

### インターン生や地元店への取材

- ・取材対象  
元インターン生: 6名  
地域のみなさん: 5名
- ・取材内容  
- 寺尾の好きなところ  
- 寺尾での思い出  
- 営んでいることについて



取材時の様子(上2枚写真) ▲



### ・アカウント概要

@proen\_terao  
フォロワー: 80・投稿数: 6  
(2024年1月7日現在)

▲ Instagram

## 分析結果のまとめ

1年間の活動・調査を通して得られたグリーンツーリズムにまつわる調査結果は以下の通りである。

1. 若年層が寺尾地区を初めて訪れるきっかけとして、グリーンツーリズムは適さない
2. 寺尾地区との関係を築いた若者が再来訪する機会として、グリーンツーリズムは有用
3. 週末の時間の使い方として、子育て世代にとっての魅力がグリーンツーリズムにはある

## 提案内容① 関係人口を増やすためのプログラム

募集対象: 子育て世代(親子での参加)  
告知方法: SNS等により寺尾地区のイベントを周知  
近隣の保育園・幼稚園や小学校でのチラシ配布

これまでの20代前後の若者のグリーンツーリズムの参加や関係人口化を目指していたが、調査結果を踏まえ、子育て世代にまで対象を拡大することを提案する。

グリーンツーリズムの持つ体験学習としての魅力をPRする告知を行う。また、イベントの頻度を増やすことで、継続的な参加が見込め、関係人口の獲得につながる。また、告知に際しては、グリーンツーリズムの言葉の認知度の低さから、「農業体験」などといった言葉での告知が適すると考える。

## 提案内容② 今後のSNS運用方針について

投稿運営: 寺尾地区へインターンへ来た大学生  
投稿内容: 寺尾地区でのイベントの告知  
インターンの活動や寺尾地区での暮らしの紹介

寺尾地区を訪れた学生が現地でも発信するアカウントとして運用することで、実際の寺尾地区での様子が定期的な投稿として外部へ発信できると考える。これにより、既存の繋がりができた若者へ投稿により再訪を促すことができると考える。



### ◀ 実際に私たちが作成・発信した投稿

#テラオのつながりをつけた投稿。  
関係人口の新規獲得に加えて、近況を伝えることで訪れた人をつなぎ留める役割が期待される。