環境保全型ダムの活用案と今後の在り方について考える

地域名　日光市
パートナー　国土交通省関東地方整備局
鬼怒川ダム統合管理事務所

1班　コミュニティデザイン学科　小倉大河　鈴木惟吹
建築都市デザイン学科　影山朱莉　中川弘之介
社会基盤デザイン学科　齋藤花菜　村上怜
グループ指導教員　清木隆文

地域の背景

鬼怒川上流ダム群（五十里ダム・川治ダム・川俣ダム・湯西川ダム）は、治水・利水を目的とした公共のダムとして利用されている。

プレ調査

①インターネット等による調査
②現地調査
③ヒアリング調査

プレ調査を踏まえて

・ダムの持続的な運用のためには周辺住民や利用者からの認知と理解が必要。
・ダムの魅力だけでなく意義も含めた認知を広める必要がある。
・ダムには周辺住民や利用者への還元も求められる。

調査①　自由研究イベント「宇大生と自由研究をしよう in 湯西川・川治ダム」（24.08.10-11）

概要
親や友人などを巻き込みやすい小学生をターゲットとしたイベント。扱いづらい自由研究を大学生と一緒に２日間で完成させつつ、専門家の解説のもと、ダムの役割や構造、周辺の環境を学ぶプログラム。

行程

１日目（現地見学）

時刻	行程	内容
08:00	宇都宮大学出発	バス車内で事前意識調査
10:00	湯西川ダム見学	水質調査のレクチャー　重力式ダムの見学
13:00	水生生物調査	ダム湖周辺の川に棲む生物調査（小学生を惹きつけるために追加）
15:00	川治ダム見学	アーチ式ダム、キャットウォーク、操作室見学
18:00	宇都宮大学到着	解散

２日目（自由研究のまとめ）@宇都宮大学

時刻	行程	内容
10:00	復習	大学生によるダムの役割・構造、水環境に関する基本知識の説明
11:00	水質調査	１日目に採取した川の水の水質調査
13:00	ダムの構造実験	アーチ構造と水平な板の耐久力比較模型実験
14:00	自由研究まとめ	小学生は各自好きな分野を模造紙にまとめる
16:00	完成	解散

参加者アンケートの結果

小学生
・ダムは暮らしを支えるためにあることがとても分かった.
　また宇大生と一緒にダムに行ってみたい.
・自分たちとあまり関わりが少ないしよく分からないものだったが、
　2日間で自分たちに、すごく関わっていて, ダムの構造が分かった.

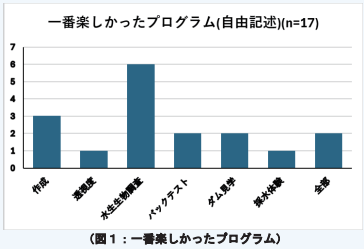
保護者
・遊びとは違い学びがあり、子どもも飽きることなく取り組んでいた。
・子どもにとっても貴重な夏休みの思い出になった。
・来年もぜひ参加したいです。

分析

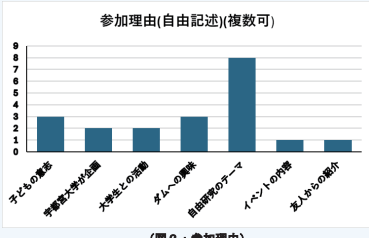
小学生
参加した小学生全員が「楽しかった・またダムに行きたい」と答えた。ダムに対するイメージについては、参加後に良いイメージに変化していた。
（例：ダムはダサいと感じていたが、参加後にはかっこいいと感じた。）
→小学生はダムや周辺環境について楽しみながら学ぶことができ、ダムの意義や役割を伝えられた

保護者
参加理由は、「子供の自由研究のテーマ」が一番多かったが、次いで「ダムへの興味」が多かった。ダムの役割を知り、今後もダムに行ってみたいという声が寄せられ、ダムへのイメージがより良いものに変化していた。
→子どもの自由研究を通して保護者にもダムの魅力を伝えることができた

反省
・行程について大幅な時間の遅れや早まりもなくボリュームも適切だった。
・小学生の興味を引くために取り入れた水生生物調査が好評であり「きっかけ」として功をなした。
・自由研究のまとめにおいて良い自由研究の例などを提示してもよかった。
・構造・構法については内容が難しく伝えづらかった。
・大学生との交流が好評だった。今後は多くの大学生を参加させてもよい。



（図１：一番楽しかったプログラム）



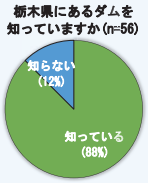
（図２：参加理由）

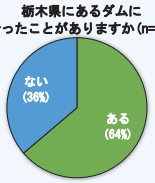
調査②　防災シンポジウム　（24.12.06）

概要
防災シンポジウム参加者を対象に、自由研究イベントの評価と認知度調査を行った。また、防災分野での応用案をヒアリングの中で検討した。

（図３：防災シンポジウムの様子）

認知度調査結果





ヒアリング結果
・「面白いイベントだと思う」「大人向けにも開催してほしい」と好評だった。
・「なぜ小学生を対象としたのか」「イベント後ダムに来るきっかけづくりになったか」などご指摘もいただいた。

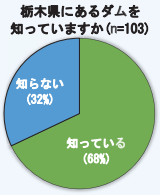
まとめ
・イベントについては全体的に好評であった。また、改善の余地も生まれた。
・認知度調査については防災士の方や防災に興味のある人が集まったため、ダムを知っている人がほとんどであった。
　しかし、実際に行ったことのある人となると人数が減ることが分かった。

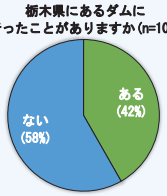
調査③　ベルモールにて　（24.12.21）

概要
ベルモールへの訪問者を対象に、ダムPRを主な目的とした自由研究イベントの展示を行った。同時にダムの認知度についてアンケート調査も行った。

（図４：ベルモールでの展示の様子）

認知度調査結果





ヒアリング結果
・遠足ではいったことがある
・自由研究イベントを知っていた。
　今年は対象年齢の都合で参加できなかったので来年も開催してほしい。
・ダム自体はすごいと思うが、遠くてなかなか行く機会がない。

まとめ
・ダムを知っている子どもは55%と親世代（74%）より少なく、今回開催したような子ども向けのイベントは認知・理解を広げるという点において効果的であり、今後も継続が求められるといえる。

提案と今後の展望

小学生を対象としたイベント	→ダムに興味がある子どもたちを増やす、認知・理解を親世代まで広げやすい	→同様のイベントの継続
専門家の協力のもと実施したイベント	→普段は行くことができない場所への見学や詳細でわかりやすい説明が魅力的	→満足感が高くリピーターも見込める
ダムだけでなく、別の目的や活動を付加	→楽しみながらダムを学べる。「参加したい」と思う人が増える	→良いイメージの定着、参加者の増加
大学生の存在	→大学生との交流を望む声が多い	→地域に根差した教育機関だからこそ持つ信頼

別分野での応用
小学生を対象とした自由研究イベントは楽しみながら幅広い世代に土木・防災事業への理解を広められる手法の１つである

謝辞
本プロジェクトを進めるにあたり、貴重なご指導とご支援をいただきました、鬼怒川ダム管理事務所の城田課長、伊丹係長を始め管理事務所の皆様、宇都宮大学清木准教授、自由研究イベントにご参加いただいた児童・保護者の皆様、建設環境研究所の皆様に感謝申し上げます。

気候変動の影響を受ける県民の声

栃木県 環境森林部 気候変動対策課

2班　コミュニティーデザイン学科　中野 由美、山田 優希
建築都市デザイン学科　金 孝埈、田村 魁士
社会基盤デザイン学科　村上 あかり、柳井 杏碧、戸村 有翔
指導教員　藤本 郷史

1. 背景 ①気候変動の現状

図1のように、国の研究機関等が公表している気候モデルを用いた21世紀末までの気候変化の予測データによると、現在より更なる気温の上昇や極端な豪雨の増加等が予測されている。気温の上昇や降水量等の変化により、県では様々な分野において影響が確認されている。気候変動による影響について様々な県民の声を収集し県民の目線で気候変動対策を考える必要がある。

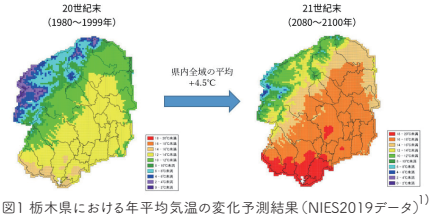


図1 栃木県における年平均気温の変化予測結果（NIES2019データ）[1)]

2. 背景 ②気候変動の対策

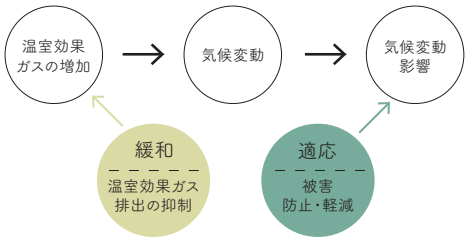
気候変動に対しては、大きく分けて「緩和策」と「適応策」の2つの対策がある。気候変動対策の推進には両方への取り組みが必要である。

分類	緩和策	適応策
定義	温室効果ガス 排出の抑制	被害 防止・軽減
例	・節電 ・電気自動車の購入 ・排出ガス計測機の使用	・暑さ対策：水分補給や日傘 ・二重窓の設置 ・庇の設置

表1　緩和策と適応策について[2)]

⇒ 気候変動の影響による被害の防止・軽減に直結する適応策を検討することにした

3. 目的



気候変動の影響は様々な分野で確認されていることから、影響を最小限に抑える「適応策」の定着を促す必要がある

そこで、気候変動による栃木県民の声を収集し、実際に身近な所で発生している被害を分野別に分類することで、どのような分野の方にどのような適応策を呼びかけたら良いのかを分析した。

4. 調査方法

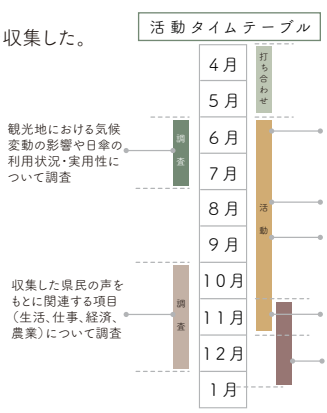
<文献調査>
気候変動について理解を深めるため、
J-STAGE、ニュース等を利用して関連資料を収集した。

・電気代が高くなる原因[3)]
2024年,夏のエアコン使用時間は全国の1日平均も13時間とデータ計測開始以降最高を記録した。年々加速する酷暑に伴い、エアコンの使用時間が長時間化していることに加え、ウクライナ侵攻によって化石燃料の価格が上昇していること、円安が進んだことで燃料輸入価格が高騰していることが要因である。

・害虫の増加の原因[4)]
地球温暖化による平均気温上昇により、冬季死亡率の低下・春先の発生の早期化などが起こる。その結果、カメムシ・アブラムシなどが以前よりも爆発的に増加しており農作物への影響が大きくなっている。

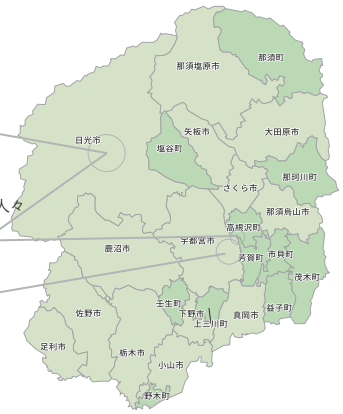
・お米の品質の低下の原因[5),6)]
穀物の種子が次第に発育・肥大する登熟期に高温にさらされることでデンプン蓄積が不十分になり、充実が劣った部分には隙間ができる。特に、登熟期の高温と日照・水不足、フェーン現象など、複数の要因が重なると発生が著しく助長される。

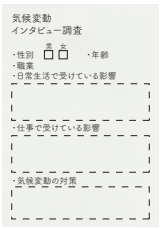
活動タイムテーブル



<インタビュー調査>
栃木県民を対象に、気候変動の影響についてインタビュー調査を行い、声を収集

・日光商工会の組合会長
・周辺飲食店
・花火大会へのバスを待つ人々
・日光に来る県内観光客
・農家
・ポスター作成



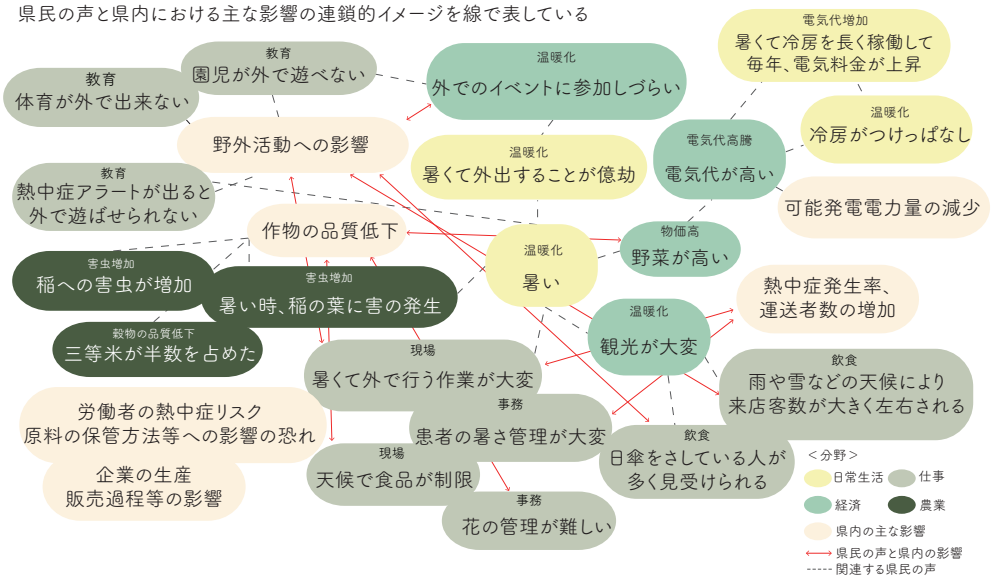


・場所の選定理由
ー県民が集まる場所
ー観光地

・アンケート人数
：80人

5. 気候変動の影響：県民の声と分析

県民の声と県内における主な影響の連鎖的イメージを線で表している



項目	重大性 (RCP2.6/ RCP8.5)	緊急性	確信度	現在の影響	将来の影響
水稲	A/A	A	A	△	○
野菜等	B	A	B	○	○
果樹	A/A	A	A	○	○
暑熱（熱中症等）	A	A	A	○	○
観光業	A	B	A	△	△

表2 気候変動影響評価

【国影響評価】
【重大性】A：特に影響が認められる　B：影響が認められる
【緊急性】A：高い　B：中程度　C：低い
【確信度】A：高い　B：中程度　C：低い

【国影響評価】
○：大きい
△：大きいとはいえない

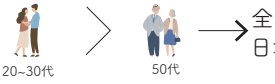
→ 優先課題
・熱中症
・農作物品質低下

6. 次年度に向けて提案

日常生活から仕事に至るまで様々な分野が複雑に関係しているようにみえる。
特に「熱中症」と「農作物品質低下」に着目して対策を提案する。

提案1　熱中症対策：日傘利用の推進

日傘の効果
日除けによる体感温度低下効果は約6.5℃であり、体感温度低下効果が最も高い対策が日除けである。[7)]
20代と30代の若い世代で最も所有率が高く、各14%が日傘を持っている結果となった一方、50代の所有率はわずか1%と大きく落ち込んだ。[8)]



年齢別日傘利用率

提案2　農作物品質低下：リサイクル

規格外品
用途別ニーズに適合した規格、簡素な規格、無選別での出荷・流通を進めることにより、国産農作物の有効利用が促進され、食料供給コストの縮減や、食料自給率に資する。[9)]

参考文献

1) 日本域バイアス補正気候シナリオデータ（NIES2019データ） 石崎 紀子, 2020.05. https://zerocarbon.pref.tochigi.lg.jp/current-status-and-forecast/
2) 保健医療科学 2020 Vol.69 No.5 p.403～411 https://www.niph.go.jp/journal/data/69-5/202069050002.pdf?utm_source=chatgpt.com
3) パナソニック株式会社 今夏のエアコン利用時間&利用増加時間47都道府県ランキングを発表。昨年比で最も利用時間が伸びた都道府県は？ https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000949.000024101.html
4) 果樹病害虫の発生に及ぼす温暖化の影響 https://agriknowledge.affrc.go.jp/RN/2010932163.pdf
5) 農林水産省 農業生産における気候変動適用ガイド 水稲編 2020.12. https://www.maff.go.jp/j/seisan/kankyo/ondanka/attach/pdf/index-131.pdf
6) 農林水産省 水稲の高温障害の克服に向けて 2006.08. https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kihyo03/gityo/g_kiko_hendo/suito_kouon/pdf/report.pdf
7) まちなかの暑さ対策ガイドライン令和4年度部分改訂版 2023.05. https://www.wbgt.env.go.jp/pdf/city_gline/city_guideline_full.pdf
8) 三坂育正,奥津ノンナ,バト山口竜,石丸恭 暑熱環境下における個人の適応策としての日傘の効果評価に関する研究2022環境情報科学学術研究論文集36 p75-p80 https://www.jstage.jst.go.jp/article/ceispapers/ceis36/0/ceis36_75/_pdf/-char/en
9) 農産物の生鮮販売や加工・業務用途における多様なニーズに対応した取組の可能性

結城紬産地復興を目的とした周知PR及び魅力向上活動

茨城県結城市　栃木県小山市
栃木県産業労働観光部工業振興課　岩渕和也様

３班　コミュニティデザイン学科　古神会惇 杉山翔
建築都市デザイン学科　中村汐　植村まなつ
社会基盤デザイン学科　川上英史朗
グループ指導教員　丸岡正知　池田裕一

背景

結城紬とは、茨城県と栃木県にまたがる鬼怒川流域で作られる絹織物である。軽くて柔らかく、温かいのが特徴で、生産工程の一部がユネスコ無形文化遺産に登録されている。
しかしながら、下の図1に示すように、結城紬は負のサイクルに突入しているため、産業が衰退の一途をたどっている。そのため、このサイクルを抜け出すための方法を考え、実践する必要がある。

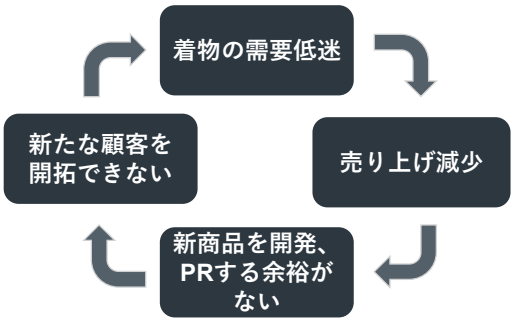


図1　結城紬が抱える負のサイクル

目的・活動内容

こういった背景のもと、私たちは、
①結城紬をよりたくさんの人に知ってもらう
②結城紬をはじめとした工芸品の良さを広め、生産地へ誘導する
といった2つの目的をもって、1年間活動した。
主な活動内容として、
①インスタグラムの継続的な投稿
②結城紬に関するイベントへの参加
③伝統工芸文化発信拠点の提案
を行った。

方法

1st サイクル
現地見学を行って、結城紬の現状を把握し、課題を考えた。

2nd サイクル
マロニエプラザのイベントでワークショップを実施した。子供向けの内容で糸巻きアートを行った。
Instagramの発信を行った。幅広い層に見てもらうために、結城紬の基本情報を主に発信し、英語の発信も行った。
伝統工芸発信拠点の提案を行った。伝統工芸品を伝承していくために、拠点が必要なのではないかという提案をまとめ、地域パートナーと職人さんに向けて提案を行った。

写真1　糸巻アートワークショップの様子

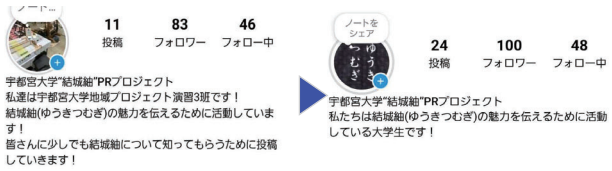
写真2　現地見学でのたたき染め体験

分析結果

昨年度までのInstagram発信の分析から改善
・アイコン写真がわかりにくい → 結城紬の文字を入れ、分かりやすく改善
・プロフィール文がわかりにくい → 一般の方向けの文章に改善
・Instagramの形式に合わない横長の写真投稿 → 正方形の形式に変更
・結城紬の工程の発信がメイン → 結城紬を知らない人向けに基本情報をポジティブに発信

今年度の分析
・フォロワー83人→100人
・投稿総数11→24

一般の方や海外の方に向けた投稿を作成したが、着物関係者の閲覧がほとんどであった。



昨年度　　今年度

図2　昨年度と今年度の変化

工芸発信拠点“ライタク”の提案

通称：雷都匠工房
「直接触れる、工芸の玄関口に」
宇都宮の中心地において、十数種類ある県内の工芸品の歴史や魅力を、様々な体験を通して直接感じてもらい、工芸品の各生産地に誘導する。愛称“ライタク”。

・場所
2030年代前半の西側エリア延伸に合わせ、県庁前の旧栃木会館跡や沿線の空き地・空き家・古民家を活用して場所づくりを行う。

・活動
工芸品の良さを感じてもらう3つの体験

1. みる体験
[工芸品の展示]
県庁展望台での展示のように県内伝統工芸品を複数出品。常設のみならず、仮設展示も行うことで、何度も訪れて楽しめる場所に。

2. つくる体験
[体験ブースの設置]
工芸の制作過程の一部を体験できるブース。24年8月にマロニエプラザで開催されたイベントのブースに発展的要素を幅広く追加して規模を大きくする。

3. つかう体験
[宿泊施設の設備]
数室ではあるものの、宿泊できる環境も整備できればより良い。体験に一日費やしたり、数日に跨ったりすることで伝統工芸文化への没入感を増大させ体験をグレードアップする。

観光客だけでなく、工芸従事者にとっても意義のある場所に
1. 見学ブースの設置・新規人材育成
高度な制作過程を実際の職人さんが実演。実演者に実習生の立場の方々や工芸系の教育学校に通う生徒の方を起用し、新規人材の育成・実践の場としても機能させる。
2. 職人間の交流
様々な工芸品の職人さんが集まる「村」のようなシステムとなるため、各工芸の職人さんの交流、アイデアの融合なども期待できる。

・運営方法
職人さん、織元さん等工芸文化の提供サイドとテナント契約を結ぶ。
四半期契約や半期契約から複数年契約まで様々な選択肢を用意することで、提供サイドの負担軽減のみならず、消費者側も変わりゆく工芸拠点の風景やイベントを楽しむことができる。

【全体を通して】
現地見学先の坂入染織店、坂入氏が仰っていたのは、「工芸士（職人）は，いくらでも『腕』を見せることはできるが、話が上手ではない」ということである。
話を紡いで、文化を伝えていく立場を担うべきは若者であるべきだ。

当プロジェクトにおいて実践した**インスタグラムでの宣伝、工芸品発信フィールドの提案**を若者が主体となって**発展、連携**させるべきであり、その先に結城紬の魅力向上という結果があると考える。

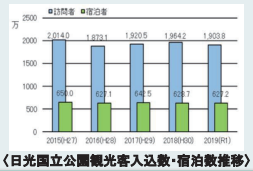
奥日光活性化プロジェクト

地域：奥日光
パートナー：栃木県環境森林部自然環境課

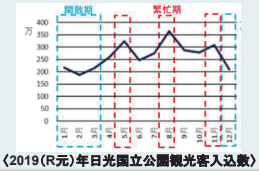
4班　コミュニティデザイン学科　川上那知　山口菜々
建築都市デザイン学科　小口統矢　古田嶋健登
高橋幸子
社会基盤デザイン学科　安田夏実　熊谷翔斗
グループ指導教員　遠藤康一先生

01.背景

自然あふれる国際的な避暑地である奥日光だが、外国人観光客の約5割、日本人観光客の約7割が日帰り客であり、観光消費額が伸び悩んでいる。また、繁忙期と閑散期の差が激しい。



《日光国立公園観光客入込数・宿泊数推移》

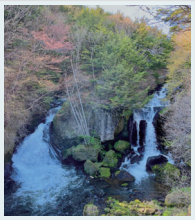


《2019(R元)年日光国立公園観光客入込数》

《2019(R元)年日光国立公園観光客宿泊数》

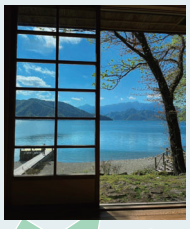
02.目的決定までの経緯

・奥日光の観光スポットに実際に赴き、実状を知る
・実際に奥日光で事業を営んでいる方の思い・考えを伺う
→ 夜に営業する店舗が少ない、最終バスが早い
（現地の方のご意見）
→ 夜の魅力的なアクティビティが少ない、
交流できる場所がない（学生の意見）


←竜頭の滝

イタリア大使館から中禅寺湖を望む ↓

↑中禅寺湖と男体山



・人々が交流できる場
・夜の憩いの場
の創出

夜の活動を活発にする → 長期滞在が増えるアクティビティの創出 → テーマ 夜×奥日光

03.目的

☆夜×奥日光
→人々が夜に交流できる場を創出することで、夜の活動を活発にし、長期滞在を増やす

04.提案

〈1st Cycle〉 夜×奥日光

①夜×ビアガーデン　交流の場の創出

・事業者同士や外部とのつながりを作ることが期待される
・夜のアクティビティ増加➡長期滞在者増加

②夜×自然　豊かな自然を活用した天体観測

・日光の自然の素晴らしさの再認識
・いつでも立ち寄れる場所➡疲労回復、リフレッシュ効果

〈2nd Cycle〉 蹶起酒会
夜×ビアガーデンに焦点を当て、事業者のみのプレ開催を企画した

他業種との関わりが少ない
意見交換会の機会が少ない
→ 奥日光全体のつながりの強化
→ 活性化をさらに勢いづける！

05.方法　～蹶起酒会の開催～

奥日光における事業者の方同士のつながりを深めていくことが活性化のために不可欠だと検討し、お酒を交えて職種や年齢に関係なく意見共有する場を「蹶起酒会」と題して企画した。

日時：2024年12月10日(火) 17:00～20:00
場所：ZEN RESORT NIKKOさん

実施内容
・学生の提案
・ワークショップ
・親睦会

蹶起酒会の様子 →

ワークショップで得られた意見

テーマ①　奥日光はなぜ日帰り客が多いのか
・東京（首都圏）から近い
・高級ホテル or 民宿のどちらかしかない
・日光＝秋＝渋滞という認識の悪循環
・飲食店の営業時間が短い

テーマ②　テーマ①の意見が生じる原因
・お土産や飲食店が時代に合っていない
・映え写真を撮って満足してしまう
・交通の便が悪い
・国立公園で規制が厳しく、改革が難しい

テーマ③　観光客の長期滞在化のために各職種が個人でできること
・（飲食）宿泊施設に合わせた営業時間
・（宿泊）長期滞在できるプランの設定
・（広報）ブランド化を目指す

テーマ④　観光客の長期滞在化のために各職種が連携してできること
・宿泊施設でおすすめの飲食店の紹介
＝泊食分離
・メディアとの連携
・小中学校を利用したイベントの開催

06. 分析結果

蹶起酒会の効果
・蹶起酒会の満足度◎
・「活性化に繋がりそう」
・「またやりたい」という参加者が多く見られた
・「若い世代との交流ができて楽しかった」
・「地域の人と話せてよかった」
→ つながり作りに貢献 → 今後の活性化の糸口が見出せた！

奥日光の現状
・奥日光で何かやりたい！と思っても…
・何をするにも申請が必要なのが手間
・空き店舗や土地の所有権問題
・高齢化が進み、マンパワーが足りない
・夜に人が来ない
→ 様々な問題が絡み合っている → 日帰り客・短期滞在にフォーカスする！

07. 今後の展望

**奥日光には、いろいろな魅力・課題が存在しているが、それらは点在していて、繋がっていない。
→それらを繋げる仕組みを作るべきではないか。**

地域防犯力の強化について

地域名：栃木県
地域パートナー：栃木県生活文化スポーツ部
くらし安全安心課

５班　コミュニティデザイン学科　長島右京　小森稜太
建築都市デザイン学科　藤原咲来　二木楓香
社会基盤デザイン学科　鈴木颯馬　加藤滉一　鈴木碩
グループ指導教員　三田妃路佳

背景

近年全国で児童が被害者となる事件の発生が相次いでいる。栃木県でも子供や女性に対する声かけ事案は多数報告されているが、被害届が出ないケースも多い。そういった状況の中でいかにして事件の発生を防ぐのかということを考えなくてはならなくなっている。

活動の目的

①子供たちに身を守る方法を分かりやすく伝える手段を考える
②地域住民の防犯活動への参加を促す方法を考える

調査方法について

調査①として９月１３日に宇都宮市南図書館にて行われた「みんなのあんぜん大発見！くらしの安全安心フェア」において防犯トランプを持参し、フェアの来場者に試遊してもらう形で調査を行った。
調査②として１１月２４日に行われた「とちぎコープフェスタ in うつのみや」にて防犯トランプとボードゲームを持参し、来場者に試遊してもらう形で調査を行った。

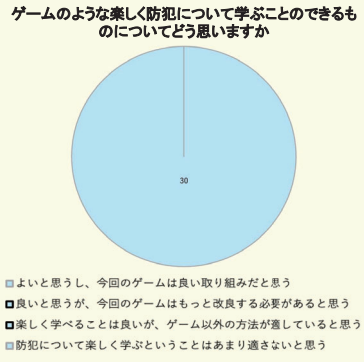
９月のフェアの様子

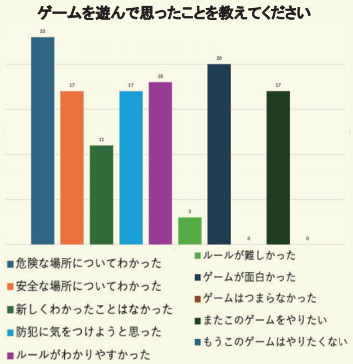
１１月のフェアの様子

防犯トランプ

防犯ボードゲーム

分析結果





アンケートでは、遊んでくれた子供たちにゲームを通しての感想やその理由について、保護者に対しては普段子供と行っている防犯に関する取り組みや遊びと学びを合わせることの印象について調査した。その中で、ゲームを遊んで思ったことについての質問では多くの子供から「危険な場所が分かった」、「ゲームが面白かった」等のゲームに対して肯定的な回答が得られ、私たちの意図する遊びと学びの両立を実現出来ていたことが確認できた。また、保護者に対してゲームのような楽しく防犯について学ぶことができるものについてどう思うかという質問に対しては、回答した全ての保護者から肯定的な回答が得られ、学校、各家庭で子供の防犯教育をする際の教材としての利用の可能性についても確認できた。

活動の流れ

取り組みに参加
- 地域安全教室への参加
- ずっと話を聞くだけだと子供たちの集中力が続かない
- 子供たちに興味を持ち続けてもらうことが課題

課題へのアプローチ
- 子供の防犯意識の向上に対して取り組む
- 子供にとってわかりやすく、かつ楽しく学べる手段が望ましい
- 学びと遊びの両立ができるものを作成する

目標設定
- トランプとボードゲームの2種類を作成する
- 実際のフェアに作成したものを持って出展する

成果物の内容検討
- トランプの内容とルールを検討・試作する
- ボードゲームの目的決定と達成する方法の検討

調査①
- ９月のフェアにゲームを持参し出展
- 来場者に試遊してもらう形で調査を実施
- アンケートから改善点を調べる

調査②
- 内容の再検討と改善を行う
- １１月のフェアにゲームを持参し出展
- 来場者に試遊してもらう形で再調査を実施

提案と今後

プロセス

01 子供たちが知識を得る過程には飽きさせない工夫として楽しさが必要である。

02 ゲームを小学校に配布し遊びながら学んでもらい、防犯意識の向上をはかる。意図を知らずに遊び、学びとなって結実することを狙う。

03 ゲームに効果があるかどうかを客観的に測定する方法を考え、より効果が大きくなるようにゲームに改良を加える。

04 子供たちが学びを活かして実際に行動することにより栃木県で子供が犯罪に巻き込まれない社会がつくられる。

「流域治水」の県民への普及

地域名： 栃木県
パートナー名： 栃木県　県土整備部　河川課

6班　コミュニティデザイン学科　峯佳凜　川面真夢
建築都市デザイン学科　森俊輔　鈴木啓真
社会基盤デザイン学科　佐藤麗　梅澤巧　松田祥雅
グループ指導教員　飯村耕介

1. 背景

令和元年東日本台風によって甚大な被害を受けた。気候変動の影響でさらに激甚化・頻化すると考えられる水災害に対し、被害を軽減させるためには、河川管理者による対策だけではなく、流域のあらゆる関係者が協働して水災害対策に取り組む「流域治水」を県民が理解し、実際に行動に移す必要がある。

田川の洪水の様子

2. 目的

流域治水の考え方や取組の認知度向上には、学習の場を活用する方法がある。そのため、本演習の中で流域治水に関する小学生向けの学習教材を作成し、学校の授業を通して、子ども達に流域治水について学んでもらうこととした。さらに、子ども達が学んだ内容を家族と話すことで、親世代にも流域治水について知ってもらうきっかけづくりとしたい。

3. 方法

【1st Cycle】

○現地調査（宇都宮市内）

流域治水の取組が実際に行われている今泉小学校（貯水タンク）、一級河川田川、水上公園（貯留施設）、岩曽調節池の3か所を見学した。

小学校に設置されている貯水タンク

【2nd Cycle】

○オリジナルカードゲーム「SELECT」作成

✔カードゲーム作成検討手順
① 参考にするゲームを選定
（ゲーム性や学習教材としての適性を考慮）
② クイズ形式での問題に確定
③ パートナーと連携し、取り入れる題材を選定
（問題内容の正確性を担保するため）
④ 出前授業を実施する小学校の社会科の先生と問題の難易度を確認
⑤ 授業時間に合わせてプレイ時間を調整

✔ゲーム作成のポイント
・小学生に伝わる言葉遣いやデザイン
・学びを意識した難易度設定
・飽きずに楽しめるゲーム設定

作成したオリジナルカードゲーム

○出前授業（11月26日）

宇都宮大学共同教育学部附属小学校で、小学5年生91名を対象に流域治水に関する出前授業を実施した。
45分の授業の中で、流域治水の説明と実際にカードゲームをプレイしてもらった。

出前授業の様子

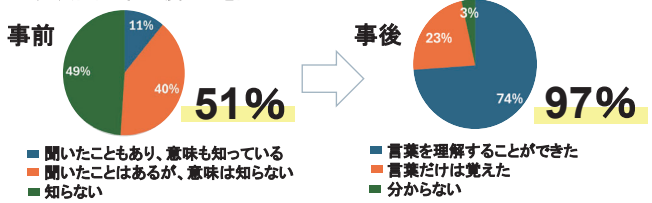
○アンケート調査

・学習教材としての効果を図るために事前・事後アンケートを実施
・流域治水に関する言葉の認知度変化やカードゲームをプレイした感想を調査した。

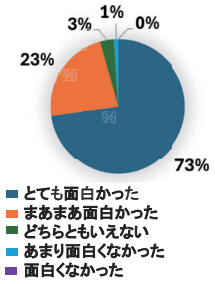
4. 分析結果

出前授業の前後で行ったアンケート調査から、以下の分析結果が得られた。回答数は事前アンケート94人、事後アンケート88人であった。

1.流域治水という言葉を知っているか
※流域治水の認知度向上を図るため

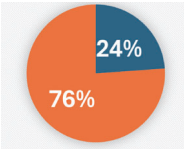


2.SELECTは面白かったか

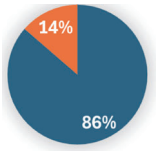


〈ゲームに関する感想〉
・UNOのようで楽しかった
・楽しめて勉強にもなる
・戦略を練るのが面白い
・ルールが難しい
・2回目は問題の答えが分かってしまうから、遊ぶのは1回だけで良い

3.家に帰って流域治水の授業について家族と話したか



4.SELECTを友達や家族ともう一度やってみたいと思いますか



5. 提案

分析結果から、学習教材及び出前授業が子どもたちの流域治水の学習に大きく寄与したと感じ、これらの活用で栃木県における流域治水の県民への普及をより推し進められると考えた。

しかし、結果からは問題点も見つかった。
私たちは学習教材で子どもたちが学び、学んだ子どもたちがそのことを家族に話すことで「流域治水」の普及に繋がると考え、学習教材を作成及び出前授業を実施した。だが、出前授業を終えた子どもたちのうち、流域治水の授業について家族と話した人は全体の24%と伸び悩み、親世代への普及が課題として残った。

このことを踏まえ、子どもたちが学んだことを家族に話したくなるよう、次のようなことを提案する。

①ひとり1セット持ち帰れるようにする、またはカードのデータを配ることで自宅でもプレイできるようにする

②ルールブックを作ることで、遊びやすく、また自宅に帰ってからも振り返れるようにする

③小学生自身が自分たちで学習教材の問題を作れるように、白紙のカードを用意する

④学習教材で学んでもらった後、流域治水に関するワードを当てはめるクロスワードを宿題として出し、自宅に持ち帰りやってもらう

地域防災の中核である消防団員の確保を目指して

栃木県危機管理防災局消防防災課

7班　コミュニティデザイン学科　四ツ谷真陽　柳田涼
建築都市デザイン学科　池田尋
社会基盤デザイン学科　掛谷諄　伊藤匡哉
グループ指導教員　石井大一朗先生

01背景

・全国及び栃木県内の消防団員数は減少傾向
・災害時のニーズの把握や避難所の運営などで女性の視点が必要とされている
↓
しかし栃木県は全消防団員数のうち女性消防団員の割合が**2%**（全国41位）という状況。
（R8国の目標５%）

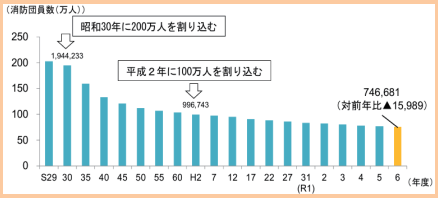


図１　総務省消防庁資料より

02目的

・地域密着性、要員動員力、即時対応力という特性を持つ消防団の増加によって地域防災力を高め住民の安全確保に資する
・消防団員(主に女性消防団員)の増加を目指す

03調査の流れ

①事前調査：現状把握のための聞き取り調査
→
②本調査：女性消防団員と一般市民を対象としたアンケート調査
→
③提案と実践：①広告の改善 ②イベント開催の提案
→
④パートナーとの振り返り：アンケート結果のフィードバック

写真１　令和６年度県が導入したVR防災体験車

04調査方法

○イベント参加及び女性消防団員への聞き取り調査

目的：現役女性消防団員が活動についてどう思っているのかを知る
結果：女性部の存在など想像と異なる実態が明らかになった
↓
一般市民はこれらについてどの程度認知度があるのかという疑問が発生した

○アンケート調査

①女性消防団員　307名
（全国女性消防団活性化とちぎ大会@ライトキューブ）
②大学生　82名
（宇都宮大学地域デザイン科学部防災マネジメントⅠ）
③消防団一日参加体験の参加者
（高校生等）27名
④一般市民　24名
（県内各所で開催されたイベント）
目的：女性消防団員と一般市民の活動に対する認知度を比較する
→より効果的な勧誘方法の模索

写真２　女性団員の活動の様子

写真３　インタビューの様子

05分析と提案・実践

提案①　広報の必要性

・女性消防団員に対する地域住民の認知度は現役女性消防団員が思っているよりもさらに低い（図２）
・各年代とも一定の割合で広告がきっかけで入団したと答えた人がいた

実践：
小学生を対象としたポスターの作成（VR車出展ブースにて掲示する）

提案：
県の消防団HPのリニューアル

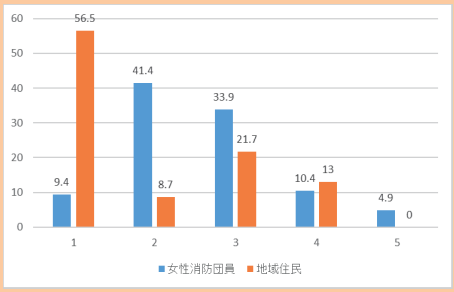


図２　女性団員と地域住民の活動に対する認知度の違い

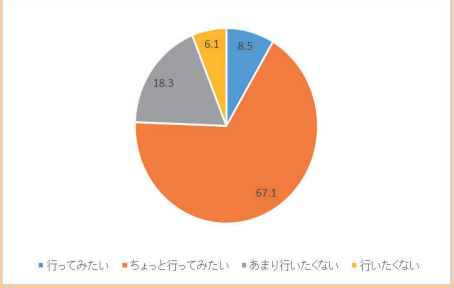


図３　大学生の消防団活動に対する興味

提案②　体験イベントの開催

・大学生の**７割超**が活動に参加したいまたはちょっと参加したいと回答（図３）
・消防団一日参加体験に参加した高校生等の**ほぼ全員**が活動に参加したいと回答

実践：
消防団一日参加体験に参加したメンバーと地域パートナーによる意見交換会の実施

提案：
活動に参加してみたい学生に向けた参加しやすいイベントの企画（年数回実施）

TOPIC

全国女性消防団員活性化とちぎ大会

年に一度全国の女性消防団員が一堂に会し交流することで、団員の活動を一層活性化させ、地域防災力の強化に資することが目的。令和６年度は栃木県が開催地であったため、大会当日に大規模なアンケート調査を行った。

写真４　活性化大会の様子

全国の消防団へのフィードバック

活性化大会にて回収したアンケート結果を各都道府県の消防団担当課に送付した。栃木県に限らず全国で消防団の活動が活発になることを願う。

謝辞　本研究を行うにあたり、多くの方々にご指導、ご協力をいただき、心より御礼申し上げます。研究データの回収と分析にご協力いただいた地域パートナーである栃木県危機管理防災局消防防災課の皆様。第29回全国女性消防団員活性化とちぎ大会にてアンケートにご協力いただいた全国の女性団員の方々。皆様のご支援に心より感謝いたします。

「ココロ惹かれるトコロ」創造プロジェクト

～新しいまちの価値を活かした地域づくり～

宇都宮市姿川地区
姿川地区まちづくり協議会

8班
コミュニティデザイン学科　前島美飛　岩舘優李
建築都市デザイン学科　岡部美咲　山本健太　三井海
社会基盤デザイン学科　良知蒼大
グループ指導教員　中村祐司・中島宗皓

背景

姿川地区には、国指定遺跡や最新のスポーツの施設、科学館などがあるが地区内外の住民にとっては**「人口の多い、住むだけのまち」**というイメージが強い。特に若年層においては、”まち”そのものへの関心度は高くないらしい。

目的

住民が興味関心から地区を周ることで多くの人と交流し地域が活性化する流れをつくる。住民に地元を好きになってもらい、地区外の方には姿川地区自体への興味関心を引き立てる。

方法

姿川地区の地域資源を掘り起こし、その情報を掲載したコンテンツを作成する。そのコンテンツに姿川地区に何度も行きたくなるための**仕掛けや仕組みを付随させ、地区の魅力を知るきっかけを作る。**

活動① まちあるき

【活動日】5月12日(火)、6月4日(火)、7月23日(火)、8月6日(火)
【活動場所】姿川地区内の施設及び店舗
【目的】対象地域である姿川地区の魅力をみつけ、より姿川地区について理解を深める。
【活動成果】
・姿川地区内にある施設（総合運動公園、宇都宮遺跡の広場）と地域の人おすすめの飲食店や古墳など地区の魅力といえる場所を自分たちで調査し、マップやインターネットでは発見できない魅力を見つけた。
・地域パートナーの方々と一緒に回ることで、地域の人だからこそ知っているような情報を得られた。

まちあるきの様子

活動② インタビュー調査

【活動日】6月2日(日)
栃木SC試合日
【活動場所】カンセキスタジアムとちぎ周辺
【目的】姿川地区への関心度を明らかにする
【対象】カンセキスタジアムとちぎに訪れた地区内外全体
【質問内容】
・回答者自身について(属性・来訪目的等)
・施設周辺にあったらいいもの
・印象的な旅行先

【調査結果】
・試合観戦の日帰り客が多かった。
・来訪者の周辺飲食店や観光地(うつのみや遺跡の広場、子ども総合科学館)の認知度があまり高くない。
・看板などの案内があると観光しやすいという意見をいただいた。

活動③ 飲食店への取材

【活動目的】
①飲食店やお客様の生の声を聞くことで、インターネット上の情報と差別化を図る。
②見た人に掲載飲食店に「行きたい」と思ってもらう。

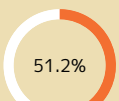
【活動内容】
・栃木県総合運動公園周辺の飲食店へ取材し、『姿川情報誌』としてまとめる。
・姿川地区の情報を発信するSNSを作成する。

取材実施範囲

①取材ご協力依頼の配布
【配布方法】各店舗へ手渡し/ポスト投函
【配布時期】2024.10.15~2024.12.17

②取材ご協力依頼の回収
【回収方法】Google Form/郵送

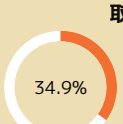
ご協力依頼アンケート 回収率



全配布数：43
回収数：22
回収率：51.2%
目標回収率：100%

③各店舗へ取材の実施
【実施時期】2024.11.2~2025.1.8

取材実施率

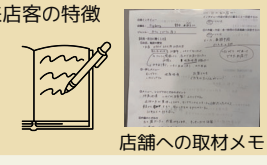


全配布数：43
取材可能数：15
取材実施率：34.9%
目標取材実施率：50%

【活動結果】
1月14日現在　15店舗インタビュー済み
Canvaを使用して取材内容のまとめ

【取材内容】
ネット上にはない情報を中心に取材。
①お店・施設の歴史
②いちおしメニュー
③メニューのこだわりポイント
④内装のこだわり
⑤どんな人に来てほしいか・来店客の特徴

『姿川情報誌』の作成例


店舗への取材メモ

提案

【『姿川情報誌』を地区内外に浸透】

口コミやSNS投稿を見た人が足を運ぶ
→ SNSで拡散 地区内飲食店・施設に設置 栃木SC試合時に配布
→ 実際に来た人が口コミやSNSを投稿

【フォトコンテストの開催】

地区内で写真を撮影し、SNSにUP
→ 協議会で集めた写真をSNSや市民センターに掲載
→ 様々な方が好きな写真を投票して月間ランキングを作成

・優秀者には特典を用意する（地区内施設のクーポン券等）
・SNS上で姿川地区の写真を目にする機会が増える

姿川地区に足を運ぶきっかけになる

来年度以降の活動

【最終目標】
地区内外の方に姿川地区の魅力を認知してもらい、地区の活性化を目指す

【来年度の活動】
・取材の継続
・事業エリアの拡大
来年度リニューアルオープン予定の子ども総合科学館を軸としてエリアを拡大し、継続して取材を行う。
・ジャンルの拡大
魅力ある歴史・文化財等、飲食店以外の店舗へも取材を行う。

地区住民に地元を好きになってもらう
地区外の方の姿川地区自体への興味関心を引き立てる
→ **地区の活性化**

中心市街地の魅力と賑わいづくり

地域名　宇都宮市
特定非営利活動法人宇都宮まちづくり推進機構
　箕輪泰典様　倉沢太郎様
宇都宮市都市整備部NCC推進課
都市部まちづくり推進室
まちなかにぎわいグループ

9班 コミュニティデザイン学科 藤平音乃 鈴木ひかり
建築都市デザイン学科 及川賢亮 大河原佳奈 古舘優
社会基盤デザイン学科 磯部楓花 福田凜太郎
MUHAMMAD ASYRAF BIN RAHMAN
グループ指導教員　THAYVISAL 池田裕一 長田哲平

1.背景

宇都宮市の中心市街地は、JR宇都宮駅と東武宇都宮駅に挟まれた場所に位置している。この地域では今後宇都宮駅西口へのLRT延伸計画により、LRTを基軸とした公共交通を利用した歩行者の増加が見込まれる。そのため、中心市街地では徒歩でもまちを快適に回遊できるウォーカブルなまちづくりが重要であると考えられる。しかし、宇都宮市中心市街地の現状は歩いてきても楽しめる公共空間が少ないなどの課題がある。中心市街地をさらに魅力的な街とするために、街中に休憩やちょっとした遊びができる場など居心地の良い場所をつくる必要がある。社会実験を通して回遊性の向上、居心地の良い場所の創出に向けた社会実験を行い、その効果検証を行う。

2. 目的

◎中心市街地に人々が交流できる空間をつくり、回遊性を向上させる

日常的に人々が公共空間で滞在するきっかけとして社会実験を実施し、今後多くの人、特に若年層に滞在してもらうには何か必要か提案する。中心市街地に点在する公共空間において交流できる場所を創出することで、中心市街地のにぎわいづくりに寄与する。

社会実験を踏まえ提案 → プレイスメイキングの実施 → 回遊性の向上

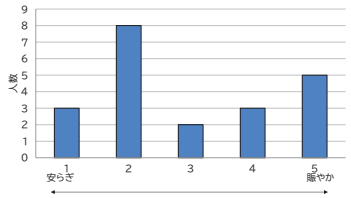
3. 方法

①宇都宮大学の学生を対象にアンケート調査
　日時：2024年8月上旬
　内容：中心市街地への来訪頻度、来訪目的やプレイスメイキングに求めるものを調査
②まちかど広場で社会実験
　「プレみやMONTH2024」実施
　（中心市街地活性化協議会主催）
　日時：2024年10月19日(土)～11月3日(日)
　内容：①の調査結果を踏まえ、下記の内容を実施
・キッチンカーの出店　・ストリートライブの実施
・家具やボードゲームの設置
・アンケート調査、アクティビティ調査(一般社団法人ソトノバ監修)
・ヒアリング調査(10代から30代の若者対象
　プレイスメイキングの候補地、求めている空間を調査)

図1　ストリートライブの様子

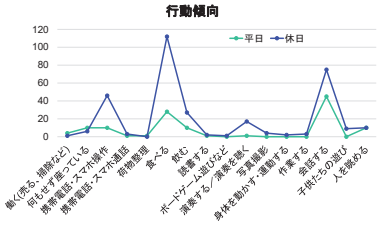
図2 キッチンカー・家具の設置

4. 分析結果

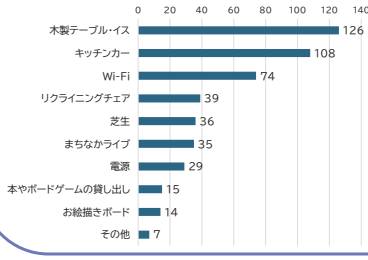


Q1どんな場所に滞在したいか

ヒアリング調査より
・空間の雰囲気については、落ち着いた空間とにぎやかな空間、双方に対するニーズが一定数存在することが分かった。

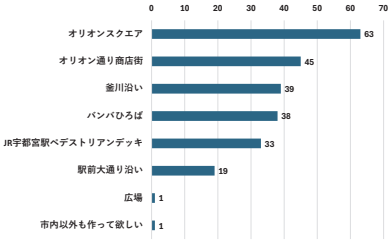


アクティビティ調査より
・広場に訪れた人の行動傾向として、食事や会話を楽しむ人が多くを占めていた。
・平日は単独での利用が多く、休日との行動傾向に差がみられた。



Q2まちかど広場に今後もあった方が良いコンテンツは？

利用者アンケートより
・家具の設置については、多くの利用者が肯定的意見を持っていた。
→特にテーブルとイス、キッチンカーについては日常的な設置を求める多くの声があった。



Q3まちかど広場以外に利用したいスペースはどこか

利用者アンケートより
・オリオンスクエアは特にプレイスメイキングの実施場所としての需要があることが分かった。

5. 提案　社会実験をふまえた将来像の提案

「落ち着いた空間・にぎやかな空間」それぞれの需要に応えるプレイスメイキングを行う(Q1より)

①落ち着いた空間　まちかど広場
・キッチンカーに定期的に出店してもらう
出店時間は、販売品に合わせて売れやすい時間帯を出店者が選択できるようにする(周囲で働く人向けにランチタイム強化・学生向けに夕方強化など)
⇒時間帯を絞り効率を上げることで、キッチンカーの事業性を高める
・キッチンカー出店日に合わせて家具を出す
⇒毎回出し入れすることで家具の安全性や衛生状態を保つことができる
利用者の家具需要が高い(Q2より)
家具の出し入れに協力的な出店者も存在する(出店者へのヒアリングより)
・平日と休日で備品や家具の配置を変える
平日は1人用の椅子を増やす・ボードゲームは休日のみにする
⇒効率的で継続可能な取り組みに
平日はボードゲームや4人用テーブルの利用者が少なかった
（アクティビティ調査より）

②にぎやかな空間　オリオンスクエア
イベント利用日以外の9:00～17:00
〇BGMを流してにぎやかに
〇マットや背の低い椅子を設置、子供もくつろげる空間に
〇マットや椅子の配置・移動はセルフサービスに
〇「宇都宮市オリオン市民広場　管理事務所」に備品管理を依頼

・アンケートやヒアリング調査の結果、滞在空間としての需要が確認された(Q3より)
・オリオン通りオープンカフェは店舗利用者以外が使用しにくい(視察調査より)
⇒誰でも利用しやすい・広いスペースのオリオンスクエアを有効活用

アートによる地域活性化

10班
コミュニティデザイン学科　毛木詩穂子　南部真苗美
TUAN NURUL ALIA BINTI TUAN ISMAIL
建築都市デザイン学科　中島大斗　平山月渚　小川航輝
社会基盤デザイン学科　山中宏斗
グループ指導教員　藤原紀沙

地域名　栃木県足利市
地域パートナー
大久保分校スタートアップミュージアム

1．背景

栃木県の南西部に位置する足利市では、様々な歴史と文化が息づいているが、**「アートの街」**という側面もある。しかし、その知名度は高くない。また、足利市にある大久保分校スタートアップミュージアム（以下:OBSM）は、2022年にオープンした現代アートの美術館である。近隣住民を中心に認知され始めているが、新規の利用者が少ないことや、若者が少ないという課題がある。昨年度は、地域での認知度向上を目的に近隣商業施設でアクションペイントイベントを実施し、名前の周知はできたものの**活動内容はあまり周知できなかった**。

2．目的

「足利のアート ブランディングを向上」

「OBSMの活動を知ってもらい、利用者を増やす」

背景をもとに、まずは地域住民・新規利用者をターゲットに、**足利市がアートで溢れる街である**ことを知ってもらうとともに、OBSMの活動内容を周知し、利用者を増加させることにより、**地域活性化の拠点**の一つとして活動を広げていくことの上記二点を目的とした。

3．イベントの内容と実施方法

「OBSMの強みを活かした、
足利でアートのつながりを体験するイベントの開催」

「藤の花を咲かせよう！～大型シルクスクリーン体験～」

日時：2024年9月21・22・23日（土・日・月）（13:00～17:00）
場所：大久保分校スタートアップミュージアム
内容：元となる木を描いた大きな布の上に、シルクスクリーンを用いて藤の花を刷り、1つの大きな絵を完成させる。
＊参加者にノベルティポストカードのプレゼント
＊参加者にはアンケート調査を実施した。

〇開催について

・参加しやすい環境づくり
・足利とアートの結びつけ

⇒
・参加費無料
・OBSMで開催する
・土日祝に開催する
・アシカガアートクロス期間でのイベント実施

〇内容について

・足利に纏わるものを題材とする
・OBSMの活動の周知
・利用者の増加

⇒
・「藤の花」を活用
・シルクスクリーンイベント
・リピートしてもらえるような内容

〇広報について

・チラシ（図5）を作成し、周辺の自治会には回覧板、市内の小学校へは学校のアプリを用いて広報した。
・OSBMのインスタやホームページでも情報を発信させていただいた。

図1 版画の様子

図2 イベントの様子

図3 原画

図4　たかうじ君との写真

図5　チラシ

4．分析結果

イベントの参加者約100名のうち、およそ60名の方にアンケートを回答していただいた。

参加者
20代、独身、子どもがいない世帯、男性、一人での参加が少ない

広報
学校アプリなど子供や家族向けの広報が多い

難易度
誰でも参加できるようなイベントにしようとすると難易度が下がるため、結果的に子どもがメインになってしまった

今後参加したいイベント
・**参加**、**体験**、**ワークショップ**といったキーワードが多く見られた。
・開催場所としては、**OBSMで開催してほしい**という声が多かった。
・OBSM外だと足利市内の様々な場所が挙げられ、中心地や自然の豊かな場所、歴史を感じられる場所といった意見も見られた。
・中心地でという意見の中には、商業施設等とのタイアップやコラボなどを通して商業施設で開催するという意見も見られた。

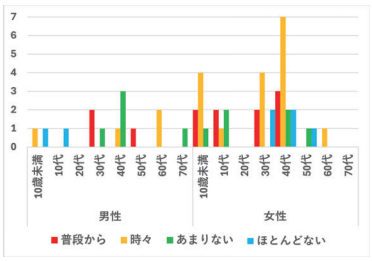


図6　参加者の属性

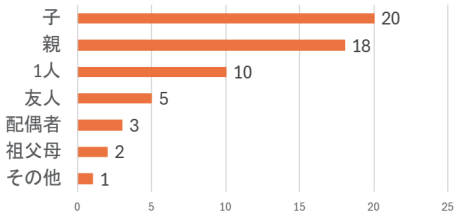


図7　ご来場いただいたお連れ様

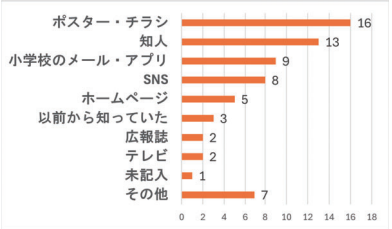


図8　イベントを知ったきっかけ

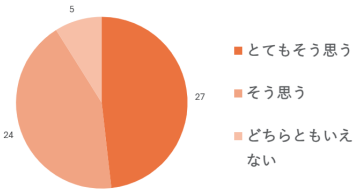


図9　イベントを通して足利にアートのイメージが湧いたか

5．提案

①ターゲットを絞ったイベントの開催
年齢や興味などでターゲットを絞ったイベントを定期的に行い、幅広い年齢層や属性のリピーターを増やす。

②SNSを活用した広報の提案
若者向けの広報を強化するために、SNSでの投稿に「おでかけ」や「地域名」などのワードを入れ、**検索して表示されやすいようにする**。

③イベント内容に関する提案
企画・みんなで一つの作品を作る企画
・大人の参加者が子供の参加者の先生になる企画
・訪れるきっかけとなるような、参加費無料のイベント
場所・OBSMを知らない人向けに、他の施設と共同でイベントを開催する
・年齢層に合わせた開催場所
例）子ども向けのイベント：公民館や図書館など、学区内の施設
期間・ターゲットに合わせた期間や時間の調整
例）子ども：長期休みなどや休日
大人：平日の夜や土日など、仕事がない時間帯や曜日

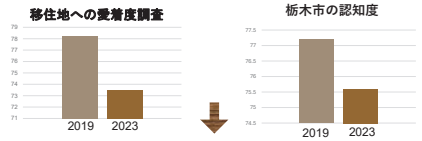
市民と一緒にシティプロモーション（市の魅力発信）に取り組む環境づくり

11班 コミュニティデザイン学科　大河原空弥　鈴木優希　多田魁
建築都市デザイン学科　篠原ひより　西川遥　法量友晴
社会基盤デザイン学科　萩野虎太朗
グループ指導教員　若園雄志郎

地域：栃木市
パートナー：栃木市広報課シティプロモーション係

背景・目的

コロナにより人との接触が制限されたことで栃木市の認知度や、市への愛着度が減少している現状がある。



若年層の市民による自発的なシティープロモーションを促し、栃木市民の郷土愛醸成、栃木市の認知度向上を目指す。

調査

①成功例との比較 → 来客数の多い他地域では、食・エンタメ・ランドマークの地域ブランド三要素が確立。栃木市にも特産品や特有の街並みが存在するが地域ブランドとして認知度が低い。

②現地訪問 → 既に広報されている魅力に加え、事前学習では気付かなかった魅力を発見

③意見交換会 → 交流を図ることにより、学生は市民から地域の魅力を知り、市民は学生の目を通して地域の価値を発見した。

提案

・調査①・③から、有効な情報発信をして、栃木市の魅力が外部に周知されることで栃木市民の方々が栃木市の魅力を再発見し、自発的なシティープロモーションに繋がるのでは？

栃木市外の人に魅力発信し対外認知を高める提案を行う

・調査②・③から栃木市には隠れた魅力が沢山あることが分かった。これまで市民の方々が気づいていなかった街の良さを知ることで市への愛着に繋がるのでは？

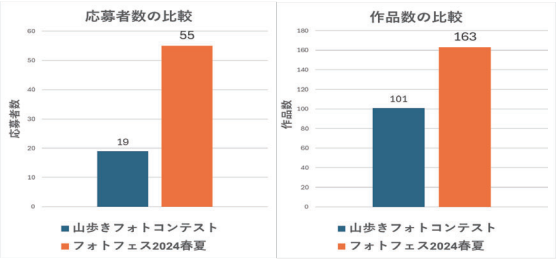
栃木市民に直接魅力を伝える提案を行う

フォトフェス

若者がSNSで魅力を発信することによって、市外の人に栃木市の魅力を広めるため、
「栃木市フォトフェス2024春夏・秋冬」を企画。

①栃木市が昨年行ったフォトコンテストでは
　山歩きにテーマを限定していたため、今回はテーマや募集の時期を限定しない
　⇒日常的な写真が多く集まることに期待
　～あなたにとっては日常、でも誰かにとっては非日常～
②「コンテスト」という名称から受けるハードルの高さを和らげるために「フォトフェス」に名称を変更
③応募方法を「Instagramの投稿」と「応募フォームでの申し込み」の2つの方法にすることを提案
④チラシを作成し秋祭りで配布・InstagramとXで宣伝

分析結果



▶参加人数は **2.9倍** に増加
▶作品数は **1.6倍** に増加
▶申し込みフォームからの応募は16人43作品であり、この効果も大きかった
【受賞者を対象にアンケートを実施⇒分析は来年度】

START!!

5月18日 意見交換会と現地調査

前期フォトフェス開始 **6月25日** **7月1日** ワークショップ

8月28日 後期フォトフェス開始　イベントの方向性を確定

11月1日 **11月3日** フォトフェスの周知、応募促進

11月10日 麦細工イベントの詳細決定

11月24日 吊し細工イベントを実施

前期フォトフェス審査会 **12月**

GOAL!

麦わら細工イベント

フォトフェス実施のみではSNSを使用しない子ども世代にはアプローチできない。フォトフェス以外に**直接市民に働きかける新しい企画を実施することで市民と協働でシティプロモーションに取り組みたい→市に提案。**

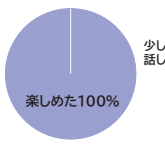
①栃木市は二条大麦の産出量が全国1位だが、その認知度が低いことに着目
②麦はビールとして大人に注目されがちなため、新たなターゲットを子どもに設定
③市の魅力を発信する市民団体「田村律之介顕彰会」と協力
④食品としての活用は挑戦済み⇒麦わら細工イベントを考案
⑤難易度、楽しさ、日常的に目にし麦の魅力を感じられる作品⇒「吊るし細工」に決定

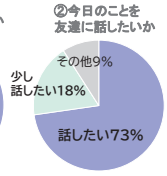
イベント実施
18名の親子が参加。イベント内容は二条大麦について・それを広めた田村律之介の紹介・麦わら細工作成（稲わら使用）

分析結果

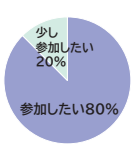
【イベント参加後のアンケート結果】

<子ども向けアンケート>





<大人向けアンケート>



▶イベントの満足度は子どもも大人も全員「満足」と回答
▶参加した子どもの9割がイベントの内容を友達に話したいと回答⇒自発的なシティプロモーションを直接的に促していると言える。

2つの事業を組み合わせた意味と効果

フォトフェスに加えて麦わら細工イベントを同時並行で行うことにより、SNSを利用する若者世代だけでなく、子どもや親世代にもアプローチをかけ、若年層に抜け目なくシティプロモーションを促す目的があった。
フォトフェスでは市の魅力を市外に発信し、麦わら細工イベントでは直接市民に魅力を伝えるといった2つの側面からシティプロモーションを手掛けることで、栃木市内外に向けて魅力発信ができた。
これは、市民が魅力を再認識し、市外にも認知拡大されることで、市民の郷土愛醸成、若年層の市民による自発的なシティプロモーションの促進、栃木市の認知度向上に効果があると期待できる。

分析結果のまとめ

▶テーマ設定や応募方法などの工夫により、イベント参加のハードルを下げたところ、実際に参加者数が増加したことから、参加のハードルを下げることは効果があったといえる。

▶麦わら細工イベントの参加者を「子ども」に設定することで、親へも魅力発信されたことが分析結果より分かった。

▶自発的なシティプロモーションを行うには、まずは魅力を魅力として認識することが不可欠である。麦わら細工イベントは、その**魅力の一つを知るきっかけ**となり、今後の市民による魅力発信の土台になると期待できる。

今後の課題と提案

【フォトフェス】
▶今年度取り組んだことを継続していくとともにSNSでの発信強化。
▶アンケート結果を踏まえ、来年度に向け改善を行う。

【麦わら細工イベント】
▶稲わらで代用したため、麦わらを使用できる時期にイベントを開催する。
▶今回の参加者はすでに麦についての知識がある程度あったため、麦についてあまり知らない市民へのアプローチはできなかった。
→市内の小学生向けにイベントを行う。
▶今回の「麦」に限らず、市の魅力を再認識してもらうイベントの企画

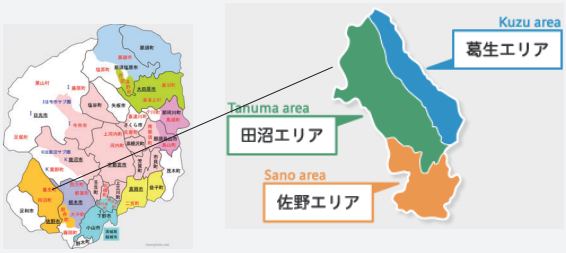
田沼駅周辺のにぎわい創出

地域　　：佐野市田沼駅周辺地域
地域パートナー：佐野市産業政策課
　　佐野市地域おこし協力隊

12班　コミュニティデザイン学科　望月 康平
　　建築都市デザイン学科　加藤 伶奈　常井 壮太
　　武田 咲姫　榎本道一
　　社会基盤デザイン学科　吉田 幹太
　　グループ指導教員　長田 哲平

01.背景

平成17年2月に旧佐野市・旧田沼町・旧葛生町の3市町の合併があり、合併後の新佐野市では佐野駅周辺の中心市街地をメインに地域活性化の取組みを進めてきた。一方、旧田沼町・旧葛生町の中心市街地であった田沼駅及び葛生駅周辺の地域は、行政の「中心市街地活性化基本計画」の対象地域とすることができず、取組みが進んでこなかった。令和3年3月に「佐野市立地適正化計画」が策定され、都市機能の立地を誘導し賑わいの創出を図る。現在の田沼では空き家の件数が増加しており、利活用可能な空き家の件数は約100件、さらに空き家・空き店舗を使った新規出店数は1件である。そのため、佐野市では、空き家・空き店舗を活用した田沼地域市街地のにぎわい創出に向けた施策の立案を行っている。



02.目的

背景から現状の田沼においては人々のつながりが希薄になっており、関係回復のための場が必要であると考えた。そのために田沼地域のなつかしの味の再現と写真展を同時に開催し、人々のつながりの再構築を促す場を創出し、にぎわいの場を提供することを目的とした。

03.私たちの歩み

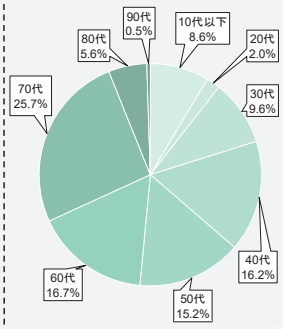
2ndサイクルは当初の予定通り、写真展、懐かしの味を通して地域の方々の交流を促すことを目指した。「昔と今をつなぐ」をタイトルに、二次元コードを用いて写真を集めたり、商店街にポスターを掲示したりするなどの活動を行った。また、佐野市役所の職員さんからも写真を提供していただき、写真展を開催するための材料収集に取り組んだ。写真を集めると同時にイベントの概要や当日の動き、写真展のレイアウトを考え、10月27日にたぬまふるさと館でイベントを実施した。当初の想定を超える地域住民の方々がイベントに参加してくださり、田沼のこれからについて考えるきっかけや地域交流の場を提供することができた。 私たちの今年一年の活動を知ってもらうために地域の方々に向けてパンフレットを作成した。また、3月の田沼地域のイベントで私たちの活動について市長や地域の方々に報告する予定である。

04.方法

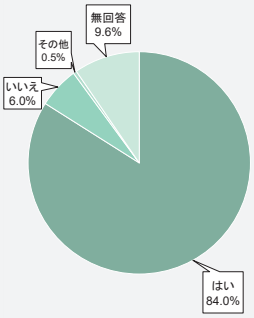
【現地調査】
実施日:2024年10月27日(日)
実施場所:たぬまふるさと館
写真展に来場された方々を対象にアンケートを実施した。
最終的な回答数は198件(男性77人、女性121人)

05.分析結果

参加者の年代



田沼の街おこしに興味を持てたか？



アンケートの結果より
・イベントの来場者は30 ～ 50代の女性や60～70代の高齢者の方が多かった。
・ 田沼駅周辺の昔ながらの専門店などに貼られたポスターや友人からのクチコミをきっかけに来場した方が約半分を占めていた。
・ 田沼に対して寂しい印象を持っている人が一定数いた。
・PR方法としては買い物をしに町に出る主婦層や働き盛りを過ぎて生活が落ち着いてきた高齢者に対して効果的だとわかった。
・写真展には、私たちの予想以上の人々に足を運んでいただいたため、チョコケーキを試食できなかった方が多かった。しかし、田沼のまちおこしに興味を持てたと回答した人が8割以上を占めた。
・チョコレートケーキの試食について 「持ち帰ることができるよね」など、間違った情報が地域住民に広まっていた。これは私たちの情報記載不足が原因とも考えられるが、見方を変えると、それほど地域住民の間でこのイベントについての会話が盛り上がったとも考えられる。このことからご近所づきあい等による世間話には地域を活性化させる力があるのではないかと考えた。

06.提案

【活動を振りかえって】
私たちはこれまで、「人々のつながりの再構築」を目標に、「懐かしの味復刻プロジェクト」と「写真展」の二つを企画しました。
「懐かしの味復刻プロジェクト」では、多くの人がこれを話題に日常会話をされたと思います。市役所にも「チョコケーキについて話して懐かしかったよ」と電話をいただきました。私たちはこの動きを「つながりの再構築のきっかけ」だととらえています。また、「写真展」では、「頑張っている人紹介」や「Before After」を通して多くの人に、田沼の未来やまちおこしについて考える機会を作れたと思います。

【田沼のこれから】
まちに活気が戻るきっかけ、まちおこしについて興味をもつきっかけ、頑張っている人について知るきっかけ、というように様々なきっかけを作ることができました。ここからは「いかにこの動きを持続させる」、または「知らない人に広げていく」かが課題となります。様々な方法があると思いますが、私たちでも一つ方法を考えてみました。

【提案】
1. まちなかのカフェを交流とチャレンジの場所に
・この地域には、「みんなが気軽によれる場所をつくり、田沼を盛り上げたい」という思いをもったカフェなどの飲食店があります。

2. 意識醸成の場へ
・田沼には、まちづくりに積極的な高校生や事業者、地域おこし協力隊などの多くのプレイヤーがいる。
・地域活性化の思いを持ったカフェをそのような方々の交流の場とし、そこから生まれた地域を盛り上げるための案を実行できる場にもする。

3. 持続可能な活動のための情報発信を
・交流の場を設けることで、イベント等が持続的に行われる。
・盛り上げたい人の繋がりが強くなることで、人のつながりの輪も広がります。
・イベントや交流の場の紹介をチラシやSNSで定期的に発信することで、多くの地域住民が関われるように情報を広める。

中山間地域における地域おこし

活動地域：佐野市飛駒地区
地域パートナー：佐野市総合政策部
政策調整課地域活性化係

13班　コミュニティデザイン学科　増田壮真・鎌倉里帆
社会基盤デザイン学科　佐藤敦紀・堀内元太
都市建築デザイン学科　平澤賢・NOR HUMAIRA BINTI AHMAD　NASARUDDIN
グループ指導教員　原田淳

佐野市飛駒地区の概要と本年の目的

佐野市飛駒地区は、佐野市北西部に位置し中山間地域に広がる自然豊かなエリアである。人口は1,086人（令和6年7月1日現在）であり、高齢化率は46.0%となっている。実際に飛駒地区を探索してみると、澄んだ空気や森林公園、隠れ家的カフェなど訪れてみなければ分からない魅力が多数あると感じた。

当初の目的は、自分たちらしい視点を大切にしつつ、昨年度の提案であった現実的×持続性×体験型という3つの観点を兼ねそろえた活動を行うというものであった。

活動

活動の背景・目的	活動内容	活動結果
〇座談会 ・飛駒地区住民との積極的交流を図り、地域の本当の課題を探る。 ・地域との交流を深めることにより、住民の外とのかかわりを増やすことによる地域おこしというものに着目した。	①現地の人が何を求めているか ②世代ごとの求められていることの変化 ③昨年の取り組みについて について聞いた。	座席の配置を工夫したうえで座談会を行ったことで、地域住民の方々からより本質に近い飛駒地区の課題を聞き出すことができた。 飛駒地区では「獣害による被害」「高齢化による暮らしやすさの低下」が最大の課題であることを知ることができた。
〇スマホ教室 ・交流の中で地域内需要の高いと感じられた地域住民の暮らしやすさに貢献するためのイベント開催を決定。 ・内容は前年度の提案である「スマホ教室」に決定。 ・住民が地域に出たいと思えるような機会を創出し、住民の積極的な地域活動参加を図る。 	前半に佐野市関連のアプリ等の紹介、SNSの使い方を説明した。後半は大学生1人で参加者2人を担当してスマホに関する相談、地域の悩みの相談を行った。 孫とお話しているみたいで楽しいのぅ。相談に乗ってもらえて助かったよ。これからもよろしく頼むよ。 	スマホ教室には飛駒地区に在住する8人の高齢者の方々に参加していただいた。 開催の2週間後にアンケートを取った結果、参加者のうち7人にGoogle Formにて回答をいただいた。 アンケートの結果より、スマホ教室開催によって高齢者の暮らしやすさの向上に寄与できたのではないかと考えられる。また、今後も大学生が主導となったイベントに一定の需要が見込まれた。
〇その他 ・獣害についての対策をしつつ地域おこしにつなげていくための手法を考案することに。 ※具体的な「獣害対策」については、テーマから外れるためここでは検討しない。	地域住民の方と密接に関われるため地域のイベントには積極的に参加した。飛駒地域の方々の生の意見を聞くことができた。 	地域住民の方々との交流を通して、飛駒地区の方々との関係性を深めることができた。

まとめ

この一年間、座談会やスマホ教室の開催、様々な地域の行事への参加を通して、地域住民との関係性を深め、来年度以降の活動を進めていくうえでの基盤を形成することができた。
スマホ教室のアンケートや飛駒の方々との話し合いを通して、自分達若者が飛駒地域に関わっていくこと自体が地域のニーズであるのではないかと考えた。

大きな一度のイベントよりも、小さくても大学生と地域の方との距離感の近い取り組みを継続的に行えることが、地域にとっても、学生にとっても、心地の良い大切なものになっていくのではないかと考える。

提案

この一年間現地を訪れることで気づくことができた魅力が多数あったことから、「獣害対策×地域交流」を目指した「まち歩き」を提案する。
獣害対策用電気柵の定期見回りは獣害に悩む飛駒地区で欠かせないものである。その機会に、地域の方々と一緒に大学生が地域を歩くことで、双方の近い距離での交流が図れるとともに、学生が地域を体感できるきっかけにもなると考える。

飛駒地区
・獣害が地域の大きな悩み
・大学生世代と関わりたい
・かしこまらずに若者と話せる機会

⇄

大学生
・祖父母世代との交流は居心地が良い
・自分を受け入れてくれる姿勢
・愛着の持てる地域ができる

後日開催予定である飛駒地区での報告会で得られた意見については、次年度に引き継ぎ、活かしてもらえるように考えている。

テーマ名　史跡足尾銅山跡の保存活用

地域名　日光市足尾地域（史跡足尾銅山跡）
パートナー名　日光市　教育委員会事務局文化財課

14班　コミュニティデザイン学科　須藤和　木村旭陽
建築都市デザイン学科　近藤春樹　山下昂大　明石一乃
社会基盤デザイン学科　早坂ゆいな
グループ指導教員　藤原浩巳　青木達也

01 背景：地域課題

足尾地域では、1920年代をピークに人口が減少し続けており2020年時点でその人口は1772人にまで減少している。この状況に加えて、少子高齢化も深刻な課題となっており、地域の持続可能性が危ぶまれている。また、足尾の歴史は複雑であるため、初めて訪れる人にとってはその全貌を理解するのが難しく、足尾に訪れたすべての人が観光を十分に楽しめているとは言えない状況が見られる。

02 プロジェクトの概要と目的

私たちは実際に足尾に赴き、現状の把握を行った。その上でステークホルダーや地元の高校生に聞き取り調査を行い、足尾の課題に沿った提案を考え作成した。私たちのプロジェクトでは足尾の資源活用や集客の方法を提案し、若者にも足尾の魅力が伝わることを目的としている。それを踏まえ史跡足尾銅山跡の新しい保存活用につなげることを目指している。加えて複数のステークホルダーや次世代の参入・連携を促進することをねらいとしている。

03 分析方法

図1　クラウドファンディングを想定した提案作成

《1stサイクル》
①現地調査
産業遺産を始め、街並み・地勢など現在の状況の調査を行った。
②ステークホルダーとの意見交換（足尾観光課・足尾に緑を育てる会・足尾銅山の世界遺産登録を推進する会など）
足尾が抱える問題や1番に見せたい足尾の魅力の聞き取りを行った。
③クラウドファンディングを想定した提案作成
クラウドファンディングを行う際の説明フローに沿って、班員が1人1つずつ4回の改良を重ねて、足尾活性化の提案を作成した。

《2ndサイクル》
④古河機械金属（企業）との意見交換会
1stサイクルを経て、班で1つの提案を作り、発表を行いフィードバックをいただいた。
⑤日光明峰高校の生徒への聞き取り調査
足尾銅山について学んでいる生徒たちから、足尾に対する考えや自分たちの提案に対する意見や感想を伺い、自分たちの提案を精査した。

04 分析結果：各活動での成果

Ⅰ　03の①の活動から

地域パートナー
鉱害克服、森林再生の技術や、足尾特有の鉱山文化などの歴史を伝えていくことの価値を明らかにしたい。

訪れたすべての人に足尾の普遍的価値を実感してもらう。

Ⅱ　03の②の活動から

各ステークホルダーの活動が独立的で、それぞれの押し出したいスポットにばらつきがある。

複数の箇所を対象にテーマを持たせ、関係者を巻き込み一体となって足尾を盛り上げる意識の醸成に繋げる。

Ⅲ　03の①・②の活動から

銅産業の技術、鉱害と緑化の歴史は膨大で難解であり、立ち入り可能な産業遺産が少ない。

活用可能な産業遺産の中で、足尾銅山に関わる事実・歴史を正しく多くの人に伝える方法を生み出す必要がある。

《古河機械金属との意見交換会の結果》

- リピート率アップにつながる宇大生らしさを出す必要がある。
- 法的制約のある鉱山施設において、デジタル技術を用いた保存と活用は効果的。
- 観光分野において、企業と地域の人との関わりが一部に限られることが現状の課題。

《日光明峰高校での聞き取り調査の結果》

日光明峰高校の生徒の皆様

～観光客の視点～	～スタッフの視点～
Q. 没入体験でどんな映像があるといい？	Q. 足尾を盛り上げるために一緒に活動してみたい人は？
A. 江戸村のような空間再現、人が話しかけてくる、ドラマ風	A. 飲食店、栃木県出身のインフルエンサー、栃木を好きな人
Q. 何があったらさらに行ってみたくなる？	Q. スタッフになる時にどんな見返りがあると参加したい？
A. テーマ性のある施設、お店、インスタ映えする食べ物、キスゲ平園地のような圧倒される景色、手ごろなバス料金	A. 人を楽しませる充実感、謝金、交通料金の割引、お客さんからの感謝が見える

図2　日光明峰高校の生徒への聞き取り

05 最終提案

《概要》

■ 以下三か所のスポットに没入型映像体験(プロジェクターで空間に映像を投影し、観客が映像の中に入り込むような「没入感」を楽しむ体験)で歴史や文化を学べる施設を設置する。

i 通洞坑	→足尾銅山観光の過去使われた坑道の入り口
ii 古河掛水倶楽部	→迎賓館として建てられた洋館
iii 環境学習センター	→自然の大切さと環境問題が学べる施設

■ 期間限定で実際の役者×映像のイマーシブイベントを開催
（イマーシブイベントとは観客自身が登場人物として別世界に没入できるような体験を提供するイベントのこと）

《狙い》

複数のスポットに設置することで、足尾について様々な視点から学んでもらう。また、イベントを定期的に企画しリピーターを増やす。

図3　没入映像体験施設の視察

《没入体験のメリット》

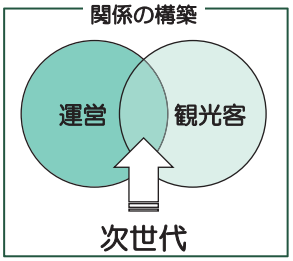
複雑な足尾についての説明を体感的に理解することができる。また、立ち入り可能な遺産は少ないが、映像体験やイマーシブイベントによって没入感を高めることでその点を補う。

《人々の協力関係》

■ 地域の様々なステークホルダー×地域の住民×大学
→共同で没入体験映像の内容・演出を監修
■ 地元の高校生を始めとした地域の住民×大学
→役者として参加するなど、イマーシブイベントを共に企画・実施。
■ 飲食店×没入映像体験施設
→飲食店を施設に併設し、観光業と飲食業の相乗効果を図る。

06 今後の展望

今回の提案では、大学生や地域の児童・生徒など「次世代」をターゲットとして、観光に引き込むことを目指した。この提案は、次世代の人々が持つ、運営側・観光客側の両視点からの発想を取り入れる関係を構築することが課題である。今後の展望として、次世代とステークホルダーをつなぎ、主体的に地域に関係したくなるようなきっかけ作りが必要である。



親しみやすい生涯学習センターづくり

地域名　小山市
地域パートナー　小山市教育委員会 生涯学習課 生涯学習係

15班　コミュニティデザイン学科　釜井菜央花　池田和花
建築都市デザイン学科　渡邉万結　神谷圭哉
新田みのり 菅原直樹
社会基盤デザイン学科　守谷柊我
グループ指導教員　白石智子

地域の背景・課題

小山市立生涯学習センターは、小山市の生涯学習の中心施設として市内の公民館や民間施設と共に、市民が学び集う場として運営されていた。しかし、住民のニーズの変化や社会情勢の変化などの要因により施設に求められているものが変化している。学生向け自習室を含め施設全体の利用者と稼働率はコロナ前の水準に戻っていないほか、自習目的以外での学生の施設利用もごく僅かである。将来を担う人材としての成長が期待される若者・学生の利用が停滞していることは早急に改善を要する課題である。

プロジェクトの目的

若者・学生の利用者を増やす

昨年度の取り組み

昨年度の活動では、1.生涯学習センターの情報発信、2.現体制の改善、3.ニーズに合わせた企画という3つの提案がなされた。今回は、1･2に着目をして活動を進めた。

調査の目的

1st cycle
・施設の現状を知る
・施設の取り組みを知る

・若者向けの取り組みについて知る

2nd cycle

・施設利用者のニーズを明らかにする
・高校生のニーズを明らかにする

調査の方法

〇現地調査
〇小山市立生涯学習センター主催のWSへの参加

〇他の地域の取り組み調査

〇アンケート調査
自分たちの提案の実現可能性を調査するために県内の高校2校(小山高校・栃木高校2年生 計419名)と施設利用者にアンケート調査を実施

〇アンケート内容
・学習空間への要望
・相談相手の有無
・相談したい内容
・当該施設の認知度チェック
・新しい空間へ求める要素　など

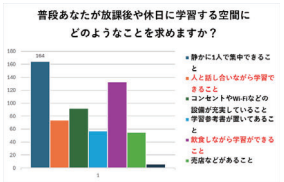
結果

地域の方々と共に当該施設が抱える課題解決のアイデア出しや、老若男女に親しみを覚えてもらうために当該施設の新しい愛称の選定を行った

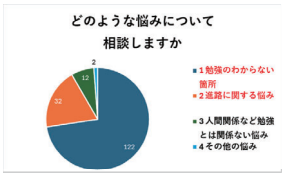
他の地域の取り組み事例のうち、学生を活用したチューターによる学習支援活動に注目した

学習に関するアンケート

学習空間への要望について、1人で集中できる以外にも、設備の充実や飲食可、交流可といったさまざまなニーズが存在



相談したい内容について、学習だけでなく、進路についての相談のニーズも一定数あることが判明



・表 1　新たな空きスペースにどのようなものや設備があったらうれしいですか。

名前	スコア	出現頻度
購買	562.99	99
スペース	108.33	60
机	12.61	29
電子レンジ	87.25	26
電源	26.04	22
図書館	29.18	20
勉強	2.49	17
自習	51.24	16
イス	36.52	16
コンセント	35.31	16
自販機	22.03	16
wifi	34.28	14
椅子	2.83	13
参考書	26.79	13
飲食	17.01	12

新しい空間に関するアンケート

新たな空間に求めるモノ・設備について、購買や電子レンジなど飲食に関する解答が多かった一方、図書館や勉強など学習に関する回答も多かった

提案

「高校生向けの相談イベント開催」

アンケート調査から、新たなニーズに応えるために、飲食可能な交流型の学習と学習や進路相談の要望に着目し、交流型の相談イベントを開催した。
またイベントの継続性を図るために、運営役を外部から募集するとともに彼らの要望も調査した。

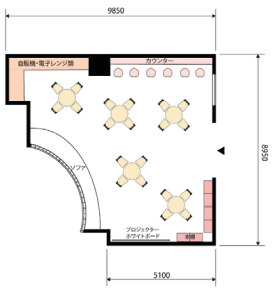
日時:
2024年 12月21日
13 時～16 時 30 分
内容:
事前に募集した大学生の相談員が、高校生の学習における悩みや大学生活などの相談を、お菓子や飲料を囲んで受けた。
その他:
事前の広報として小山高校と栃木高校、宇都宮大学にポスターの設置を申請した。

結果

応募の運営役は3名、高校生の参加者は9名であり、高校生の参加人数は想定よりも大幅に少ない結果となった。
内容としては、大学進学に関する相談が多かった。事後アンケートにおいては概ね満足しているという結果が得られた。
改善点としては、開催時間における来場者への配慮や当日の環境整備などが挙げられた。

「第３セミナー室の改装・イベント提案」

レイアウト提案
アンケート調査から、学習のニーズもそれ以外も両方高かった。しかし学習スペースは既に設けられているため、飲食可能な憩いの場を作ることとした。飲食スペースとくつろぎスペースに機能を分けた。



イベントの提案
レイアウトの提案に合わせ、若者に限らず、年齢に関係なく楽しめるイベントを提案する。
・クリスマスパーティ、夏祭り、お月見
・クイズ大会、映画鑑賞

食品ロスを減らすために、私たちにできることは？

地域名　栃木県小山市
パートナー名　小山市環境課

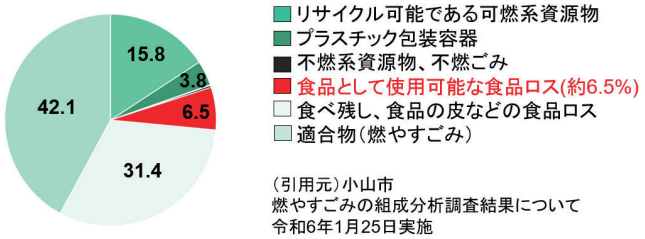
16班　コミュニティデザイン学科　鈴木利惟　樋口美穂
建築都市デザイン学科　小島花凛
社会基盤デザイン学科　牧野塁　野村廉次朗　住谷竜也
グループ指導教員　大森玲子

背景

「食品ロス」とは、本来食べられる食品が様々な理由から廃棄されることであり、社会全体で環境負荷や資源の無駄使いなどの問題を招く。
小山市では、令和6年度の市内家庭ごみ調査の結果から、燃やすごみとして廃棄されたうち、**約6.5%がまだ食べられる状態で捨てられた食品ロス**であることが判明した（図1）。

目的

食品ロスが多く発生している現状を踏まえ、**食品ロスを削減するための取り組み**を学生らしい視点から考案し、**市民の意識・行動変容を促す一助となる取り組み**を実践する。



（引用元）小山市
燃やすごみの組成分析調査結果について
令和6年1月25日実施

図1　小山市内の可燃ごみの内訳(%)

1st Cycle

①実態調査

生産	流通	消費
・規格外商品の発生	・返品 ・納品切れの商品	・食べ残し ・調理過程でのロス

【生産】
株式会社 新日本農業
→規格外商品から商品製造

【生産・消費】
Sunフーズ株式会社
→古米からクラフトビール製造

【流通・消費】
宇都宮大学生協
→食品ロス排出量の管理

【流通・消費】
子どもの居場所「おひさま」
→フードドライブ事業

②課題の発見

・食品ロスは**様々な過程で発生する**
・問題の**規模が大きい**
・食品ロスに関する様々な施策が行われているが、**市民の認知が低い**

③2nd Cycleに向けての目的設定

学生らしい視点＝「学生の1st Cycleの学びを取り組みに反映させる」
【2nd Cycleの目標】
→食品ロス発生の過程や問題について学生自ら率直に考えたこと・感じたことを伝え、市民の**意識・行動変容を促す**

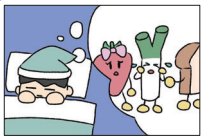
2nd Cycle

①対象・製作物の検討

・子どもは**率直に受け入れてくれる**
・保護者への**波及効果**
→　対象：**「子ども（幼児～小学校低学年）」**

→ 子どもたちに食品ロスをわかりやすく伝える**「絵本」の制作**

②絵本制作

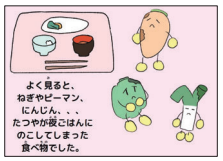


1.シナリオ、絵を製作
ストーリーの軸：
「食品ロスが様々な理由で生まれている」
「食べ残しを減らし、食べ物を大切にしよう」

2.参考資料の製作
親子で食品ロスに対する理解を深めてもらうため、**食品廃棄の流れや取り組みを伝える参考資料**を制作

3.子どもたちからのフィードバック
子どもの居場所「おひさま」を利用する**子どもたちに読み聞かせ**を行い、**絵本の内容や表記に関する改善点のフィードバックを得た**

4.絵本の修正・仕上げ
子どもたちからのフィードバックを基に絵本部分の修正を行い、参考資料とともに編集した
例）1ページあたりの場面展開を抑える、平仮名標記の設定



修正前　　修正後：ページ、イラストを追加

効果の検証

読み聞かせのアンケート調査

目的：絵本の読み聞かせを通して子どもたちに意識変容が起こったかどうか検証する
対象：小山市立小学校の学童保育を利用する小学生46名
（内訳：1年生12名、2年生13名、3年生15名、4~6年生6名）

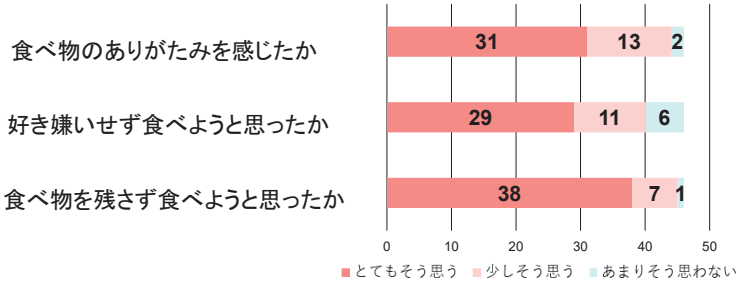


図2　読み聞かせのアンケート調査(人)

→ **絵本を読んで食べ物に対する前向きな認識が生まれた**

今後に向けた課題・提案

絵本・参考資料の効果アップに向けた課題

・子どもたちの興味を引き付ける誘導・仕掛けづくり
・絵本として読む場合と読み聞かせをする場合の受け止めの差異を踏まえ、それぞれで効果のある利用法を提案する

絵本の利用場面・使い方の提案

・食育関係の授業にて絵本の読み聞かせを行うとともに、実践を伴った食品ロスに関する知識・スキルを身に着ける
・市のホームページ等に公開し、家族で絵本を読んでもらう

謝辞

調査・取り組みの実践に多大なるご協力をいただきました小山市環境課様、ならびに調査にご協力いただきました団体・企業の皆様に御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

「新しい時代の社会教育を、体験活動から」プロジェクト

地域名　那須塩原市
パートナー名　那須塩原市教育部 生涯学習課

17班　コミュニティデザイン学科　長岡慎汰郎　長瀧みなみ　水野悠生
建築都市デザイン学科　五十嵐暖　上本真理子
社会基盤デザイン学科　渡邊葵生
グループ指導教員　大嶽陽徳

1. 背景

那須塩原市生涯学習課は、令和5年度から社会教育事業「那須塩原子どもカレッジ」を開始した。この事業は、コロナ禍等の影響で減少した人との関わりや多様な体験の機会を補うものである。また、那須塩原市が賛同する「子供の体験活動推進宣言」にも沿うものである。
※「子供の体験活動推進宣言」とは……
文部科学省が公表した、企業等と連携した子どものリアルな体験活動を推進する宣言。

2. 目的

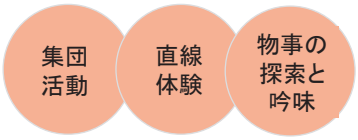
○令和7年度以降の子どもカレッジに向けた課題抽出
・理想の体験活動と現実の事業のギャップから、子どもカレッジの課題を見つける。
・庁外の立場で企画・運営を経験し、次年度以降の課題を提案する。

3. 事前調査

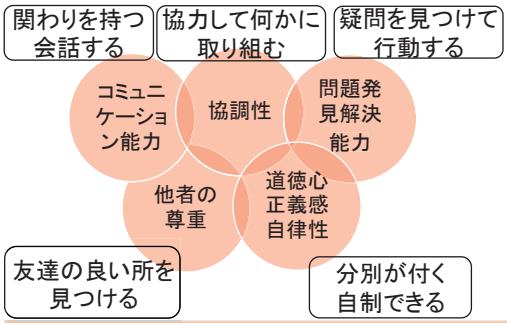
3-1 体験活動とは

提供する側 ／ 受け手側
直接自然や人と関わる活動
意図的、計画的に活動を提供する → 体験活動 ← 意図的かどうかを問わず、活動から五感を使って何かを感じて、学びとる

3-2 体験活動の意義



3-3 体験活動の理想



4. 方法

4-1 子どもカレッジの企画に参加

・第1回　オリジナルのピザ作り体験
　@ボーイスカウト日本連盟那須野営場
・第2回　沢遊び体験＆クワガタ教室
　@箱の森プレイパーク
・第3回　自然観察会、バーベキュー
　@奥那須大正村　幸乃湯温泉

＊振り返り方法の提案　−ポイント制での実施−

友達の良いところを見つける 1つにつき1ポイント
ポイント累計の第1位を最終発表・表彰

＜体験活動の理想を含むプログラム＞

設計　制作　配置

図1：話し合い中の様子　図2：制作中の様子　図3：配置時の様子
＜コミュニケーション能力＞　＜道徳心＞　＜問題解決＞

昼食　完成

図4：昼食時の様子　図5、6：完成模型写真

＊ポイント制　〈他者の尊重〉
友達の良いところを1つ見つけると1ポイント
1ポイントにつき1つの飾り（木・車）をプレゼント
→友達の良いところを見つけるよう誘導

4-2 第4回子どもカレッジの企画・運営

企画内容　「理想の那須塩原駅前をつくろう」
子どもたちが考える理想のまちを制作
〈協調性〉を重視した企画内容の設定

5. 分析

5-1 全4回の企画評価

表1：全4回の企画評価

	他者の尊重	問題発見 問題解決	協調性	コミュニケーション能力	道徳心 正義感 自律性
第1回	△	—	○	△	△
第2回	○	—	×	△	○
第3回	◎	○	△	○	○
第4回	🌸	○	△	△	○

○、◎、🌸：子どもたちの能力が発揮できていた
△：能力の発揮はまちまち（活動によって差がある）
×：発揮できていなかった
—：そもそも発揮できる機会がなかった
（授業型の活動であるため、などの理由で）

我々は子どもカレッジ全4回の活動を、事前調査に基づいて表1の通り評価した。

他者の尊重、コミュニケーション能力などは、同じメンバーで「継続的」に活動することで成長が望めることが分かった。

一方で問題解決能力、協調性などは「プログラム内容」にそれぞれの能力が発揮できる活動が組み込まれていることが重要であることも分かった。

5-2 参加者へのアンケート結果(回答数18)

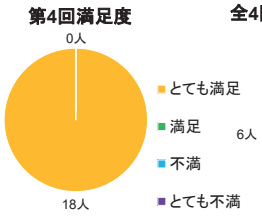


図7：第4回満足度

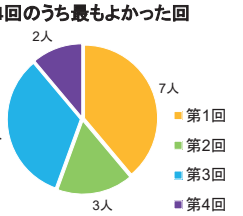


図8：全4回の満足度

第4回の満足度に対し、全4回を比較すると食をメインとした第1回、第3回が参加者に好まれる結果となった。

5-3 振り返り

今年度の子どもカレッジでは「友達のいいところを見つけられる自分になる」という目標のもと、活動後に友達のいいところをスクラップブックに書く、振り返りの時間を設けた。

「元気だった」
→「協力して発表頑張っていた」

「真面目だった」
→「自分から片づけをしていた」

回数を重ねるごとに「どの場面で、どんなところが良かったのか」をより具体的に見つけることができるようになっていった。これは5-1「他者の尊重」の評価にもつながる。

6.課題抽出・提案

6-1 継続性による成長について(運営体制の課題抽出)

①課題
・1回の体験活動では理想に掲げた能力すべての成長を意図することが困難である。
②改善の方向
・「那須塩原子どもカレッジ」の参加者に、年間の体験活動へ、継続して参加してもらう。
③改善に向けた提案
・参加者や参加者の保護者にとって、参加しやすい(させやすい)条件を整える。(例：開始時間を遅らせる、学校行事との同日開催を避ける)
・連続して出席した参加者に対し、特典等を与える。
(例：学生企画に先立つ座談会(右記)への出席)

6-2 プログラム内容による成長について(体験企画の課題抽出)

①課題
・～第3回：プログラム内容と体験活動の意義や理想の間でミスマッチが生じた。
・第4回：プログラム内容と参加者の興味関心の間でミスマッチが生じた。
②改善の方向
・意義に適い、学びのある企画となることを意図しながら、子どもの関心や楽しみに沿った要素も取り入れる。
③改善に向けた提案
・第3回までの実施主体と目的意識の統一を密にし、事業の意義やその年のテーマに沿った内容となるよう連携する。
・第4回企画について、学生や参加者による座談会を開催し、子ども達のニーズを調査する。

森林に秘める魅力と可能性

地域名：那須塩原市
パートナー名：那須塩原市産業観光部農務畜産課

18班　コミュニティデザイン学科　三森岳　熊谷咲耶
建築都市デザイン学科　後藤愛尊　竹内沙爽
社会基盤デザイン学科　唐澤月寧　齊藤有唯
グループ指導教員　近藤伸也

背景

塩原地区では、地域住民と観光客に安らぎを与えるような林内整備を図るとともに、景観を維持しつつ山地災害の防止を図ることも求められている。
健全な森林サイクルの構築・林業従事者の育成・確保・森林や林業の普及啓発活動の促進が課題として挙げられる。また令和6年度から那須塩原市で森林環境税及び森林環境譲与税の徴収が始まったが、市民の認知割合は低いと考えられ、多くの市民への周知・PR活動が重要となっている。

目的

市民一人一人が森林の重要性や課題を認識し、関わりを持ってもらえるような周知・PR方法を社会実験を通じて提案する。また、それに合わせて森林環境税・森林環境譲与税についても周知・PRの方法を探る。

方法

＜1st cycle＞
・現地調査
①那須塩原市森林組合を訪問
目的：森林の現状・課題を明確にする。
成果：間伐の重要さ⇨間伐の有無で明るさが異なる。

②森林啓発を行う民間団体さんとフィールドワーク
目的：10月にイベント開催が決定→開催場所の森林を訪問し、イベントについて見通しを立てる。
成果：・森林保全の重要さ
・一般人でも森林と関わることはできる。

③高校生へのアンケートの実施
目的：自然に対する意識やイベントへのニーズの確認

＜2nd cycle＞
①イベントの企画・広報
青空プロジェクト THE DAYさん協力のもと、森林での体験型イベントを企画

②Instagramでの投稿やポスターの作成などによる広報
・イベントの実施
・森林環境税に関するポスターの作成
・利用者への聞き取り
→市民向けと企業・団体向けの2つのパターンを作成

【イベントの概要】
「親子で・IDAY森林体験in那須塩原」
森林に興味を持ち、継続的に関わるための第一歩として、参加者が自分なりの魅力を見つけられる体験を提案する。
場所：那須塩原市中塩原
日時：10月19日（土）9：00～14：00
参加者数：41名

分析結果

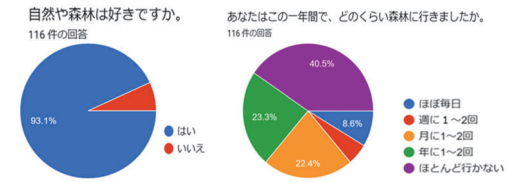
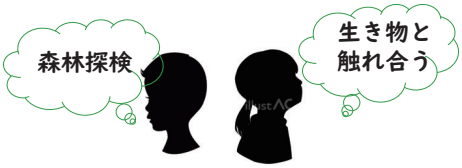


図1　那須拓陽高校1年生へのアンケート

図1より、自然や森林は好きだが、定期的な関係を持つことができずにいることが分かる。このことから自然と関わりを持つ機会が不足している可能性があると考えた。



Q. どのようなイベントだったら参加したいか？

このことから森林でイベントを開催する際は体験型のものが有効ではないかと考えた。

○大人へのアンケート結果

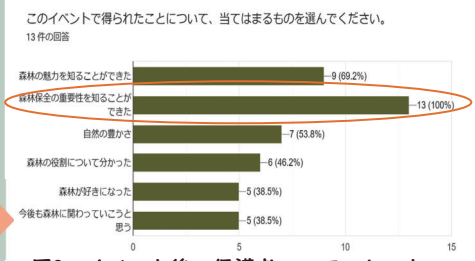


図2　イベント後の保護者へのアンケート

図2から、「森林保全の重要性を知ることができた」と答えた保護者が100%であることが分かる。イベントは森林管理を行う立場の大人の意識も高める効果があったといえる。これは実際に森林の様子を見ながら学んだためだと考えられる。このようなイベントを繰り返し行うことで、森林管理に関する現状を改善することができると考える。

○子どもへのアンケート結果

・イベント内で見つけた森林の良いところについて記述してもらったところ、多様な回答が見られた。これは、ミッション形式にして様々な体験ができるようにしたことが要因だと考えられる。また、得られた回答は森林の機能の各項目に該当していた。

図3　森林の機能（日本学術会議答申）

提案

定期的にイベントを開催し、森林と関わるきっかけを作ることで継続的に森林に関わってもらうことを目指す。

⇨今回できなかったこと＋好評だったものを組み合わせる
①体験型のアクティビティを行う
②森林の危ない面・整備を行う重要性を伝える
③継続的な参加のための仕組み作り
④さまざまな世代の方にアプローチ

(1)職業体験で森林と触れ合う
対象：中～高校生
研究職系と林業従事者の2つのコースに分かれて実施。専門家や関係者のもと、森林整備・伐採や生き物観察などを行う。森林に関わる仕事を体験してもらうことで、林業従事者育成と森林理解を深めるきっかけを作る。

(2)模擬災害ワークショップ
対象：小学生の親子・家族
森林に関わる災害のメカニズムを体系的に学ぶ。実験形式で、森林伐採と災害や、森林と河川系の関係など森林保全活動を行うことで自然災害を防ぐことに繋がることを理解してもらう。

◎中高年世代のイベント参加
対象：地域の大人
(1)や(2)のようなイベントにサポーターとして参加する。地域特有の知識を次の世代へつなげる。

◎木製コインの活用
イベント開催毎に木製のコインを通貨として配布し、規定数集めると有料イベントに無料で参加できるようにすることで、継続的に参加してもらえるようにする。

○森林環境税・森林環境譲与税について広報の目的によって内容、掲載方法を変える
【市民向け】税金の存在を知ってもらう
・簡潔な説明、補助金を活用したイベントの写真
・図書館など公共施設やHPでの掲載
【企業向け】企業団体に利用してもらう
・金額や対象など利用を検討してもらえるような内容
・市民活動センター等でのポスター掲載

花と緑を取り入れた生活の推進

地域名　栃木県さくら市　**19班**　コミュニティデザイン学科　湯浅咲菜　荷見真衣
パートナー　さくら市都市整備課　建築都市デザイン学科　小原莞織　小澤秀活　清水翌花
社会基盤デザイン学科　西澤明人夢
グループ指導教員　中川崇章

1. 背景

〇植物の効果
植物を生活に取り入れることで様々なメリットがある

ストレス軽減	空気清浄	視覚疲労緩和	温熱環境調整	快適性向上

〇さくら市の政策
花と緑に関する条例が制定(令和4年度)

［目的］桜と花と緑で彩られた街づくりを推進し市民が生涯にわたり生活を楽しむことができる社会を実現する

［手法］市民主体の花や緑の推進とその働きかけ
→市民が花や緑の推進に積極的な役割を果たす

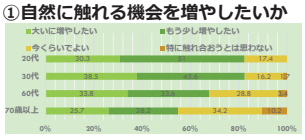
2. 目的決定に至る背景

1st cycleの活動方針

年代ごとの興味関心を調査 → ターゲット決定 → アプローチ方法の模索

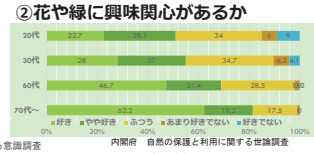
<先行研究調査>

①自然に触れる機会を増やしたいか



意識調査FromプラネットVol.177 園芸・花や緑のある生活に関する意識調査

②花や緑に興味関心があるか



内閣府　自然の保護と利用に関する世論調査

⇒若者は花や緑へ触れる機会が少なく、興味関心も低いが、機会を増やしたいと思っている人は多い。
⇒機会が増えれば興味関心も高まるのではないか。

3. 目的

生活の中に花と緑があふれるさくら市を目指して

花と緑に興味関心が低く、植物にふれる機会が少ない若者をターゲットとし、さくら市の若者の花や緑への興味関心を向上させる。未来を担う若者が花や緑に興味を持ち、植物に触れ、育てることが日常になることで、これからのさくら市で暮らす人々の生活を花と緑で豊かにしたい。

①どうすればきっかけができるか→ヒアリング・アンケートから
②どのように継続性を持たせるか→イベントの実施から

若者に花と緑に興味を持ってもらい
より花と緑で豊かなさくら市を目指す

4. 調査結果(ヒアリングとアンケート)

さくら市の桜保護団体の大人の方(6名、19/30名)

ヒアリング・アンケート調査(6/18)
①花や緑に興味を持つようになったきっかけ（両方）
②若者に花や緑に興味を持ってもらう方法　(ヒアリング)
③花や緑を育てる楽しさはどんなところか(アンケート)

結果
①時間に余裕ができてから、育てるやりがいを知ってから
②花が咲く、実がなるなどの感動体験・楽しい経験が大事
③達成感や感動体験を得られるところ

意見を踏まえて活動案を提示

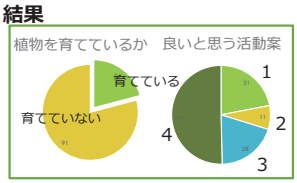
【アプローチの方法】

〔活動案〕
1 苔玉・多肉植物のアレンジワークショップ ←個人
2 花瓶やプランターのフリマ ←個人
3 駅前プランターの設置 ←全体
4 自然を感じられるテラスの設置 ←全体

さくら清修高校(6名、115/236名)

ヒアリング・アンケート調査(7/2)
❶植物を育てたきっかけ、育てていない理由
❷活動案についてどう思うか、惹かれる点/惹かれない点など

結果



❶育てたきっかけ：親の影響
育てない理由：場所・時間・興味
❷
1と2：参加までのハードルが高い
3と4：共有は参加する人が偏る、直接的なきっかけになりにくい

考察
若者の意見：個人で行えるものが良い
大人の意見：感動体験があるものが良い
→個人で行える＋育てることに感動体験や達成感を持たせる
身近な人の影響力→身近なイベントで植物に触れる→受動的に機会を得られる

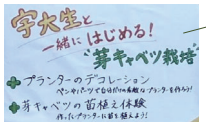
ゆめ！さくら博への出展

イベントの工夫ポイント

・変化が大きく**感動体験**○、時期○、水やりの頻度が低く**簡単**　→芽キャベツ
・オリジナルの鉢で**愛着**を持たせる
・視覚的にわかりやすい**ポスターと見本**の作成
・**パンフレット**にお世話のポイントを記載
・直後と2か月後の**アンケート**でイベント自体の評価と興味関心が醸成できたか把握
・**公式LINE**で継続的な発信と個々へのアドバイスを行う

5. イベントの実施

〇概要
「第20回　ゆめ！さくら博＆福祉まつり」（10/20 10:00~13:00)
内容：芽キャベツ鉢植え体験＆鉢植えデコレーション
〇イベントの趣旨
①植物を育てるきっかけにする
②オリジナルの鉢で愛着を持たせる　→　継続して植物を育てる
③植物を家で育ててもらう　→　手軽さを知る＋植物への興味関心を高める
〇参加者のデータ
10組〔親子 1組, 30~40代 3組,　50~60代 3組, 70代 3組〕＋苗配布5組



ボードにイベント内容に関する説明を提示

パンフレットを作成して配布

鉢にペンやシールでデコレーション☆

苗植え体験中☆

○イベントの振り返り(アンケート結果を踏まえて)

<良かった点>
・体験と知識の結びつき(苗を植えながら水やりの説明などの反応◎)
・"収穫"を楽しみにしてくれる人が多い→枯らす＜食べられる　に意識が向いた
・自分の鉢への満足感から育てるワクワク感がプラスされた

<反省点・改善点>
・若者や育てたことがない人の集客が不十分→対象者を絞った募集やそのための掲示物の用意＋通行人へのアピール
・植物への理解を深められる経験の提示不足→掲示物を増やし視覚的な学習効果を高める
・鉢のサイズ感から敷居が高まった→イベント時期・主旨に合う植物が大きい鉢が必要であった→より良い時期での実施

6. 事後アンケートとその結果

イベント実施前のアンケート：「植物育てたことない」(5/15人)
事後アンケート：「他の植物も育ててみたい」(15/15)

植物を育て続けたい人増加！

アンケート結果
・経験者・未経験者ともに満足度が高かった
・オリジナルの鉢により愛着を持ち育てられた
・食べられる植物であることに好感触
・パンフレットを活用した参加者が多かった

考察
・植物に関する関心が高まった
・愛着を持ってもらうために自作の鉢は有効
・感動体験・達成感を感じることは重要
・主催者側からの情報提供は重要

〈反省点・改善点〉
・育てている間、生育状態に不安を感じる人が多かった
→主催者と参加者・参加者同士のつながりを作る必要がある

7. 最終提案

イベントの工夫
・掲示物を活用し、ターゲットとする若者への視覚的なアプローチ
・収穫できる植物にすることで期待感や成果を得られるように
・主催者と参加者の関係だけでなく参加者間の相互的なつながりを作る

参加者同士のつながりの構築

植物を継続的に育てること、興味を持っていない人へ影響を与えることに繋がる
ネット上のつながりと対面のつながりから

現在	今後	
主催者　参加者	参加者　参加者	
LINE公式アカウント LINEの公式アカウントを作成し、芽キャベツの生育状況や情報を共有。	**LINEオープンチャット** 参加者同士のつながりが続くため、情報共有を行いながら植物を継続的に育てることができる。	**共有花壇・テラスの設置** 地域の人々が自由に植物を持ち寄り共同で育てる。誰でも自由に利用できるテラスで植物を通したつながりが広がる。
	ネット上のつながり	対面のつながり

市民団体と行政、地元農商工福のえんむすび

地域名　さくら市
地域パートナー　さくら市総合政策課政策推進室市民活躍推進係
さくら市市民活動支援センターさくらいふ
グループ指導教員　阪田和哉 先生

20班　コミュニティデザイン学科　岡晴菜　細井真加
建築都市デザイン学科　植松亮太　中嶋恒仁　森重佑太
社会基盤デザイン学科　加賀屋瑠生

背景

さくら市：人口約４万人。流入人口が多く「県内１子供が多い」自治体。

さくら市 市民活動支援センター さくらいふ

市民活動をしたい、市民活動をする団体を作りたいといった市民への支援を行うセンター

情報提供	相談対応（団体立ち上げなど）	市民活動の普及啓発	場の提供	「つながり」のためのコミュニケーションの促進

現在5年目ではあるが、コロナ禍でのオープンだったため、充実した業務はこれから

目的

さくら市において**「結ぶ・繋がる」**を重点に、**市民活動が盛り上がり、さくら市が元気になる仕掛け**を考える。

また、その仕掛けや活動の結果として、さくら市市民活動支援センター「さくらいふ」の**知名度向上や登録団体の増加**を目指していく。

1st cycle

方法

〇アイデアコンペ会
⇒学生が１人一案ずつアイデアを持ち寄り提案。
〇ワークショップ
⇒さくらいふ職員の方々と今後の方針についてのワークショップを実行。

結果

アイデアコンペ会・ワークショップを経て、以下の３案が生まれた。

①中高生の居場所づくり
②外に出る交流
③多世代交流サードプレイス

2nd cycleの方針

〇調査提案型
大きく分けて２つの調査

・中高生を対象としたボランティアプログラム

・市役所とさくらいふの連携強化

2nd cycle

ボランティアプログラム

《調査方法》
・さくらユースボランティアに関わった事のある中高生へGoogle Formを利用したオンラインアンケート
・ボランティア受入団体へヒアリング調査

《調査目的》
以下の二つを明らかにする

さくらユース ボランティアの現状 → ・学生の満足度は非常に高い
・ボランティア活動の**入り口**として機能している
・**子どもを育む大人を**地域に増やす目的も

学生が持つ ボランティアのニーズ → ・地域の人との交流を重視
・進学、就職に活かせるような活動証明書等の発行も希望

《調査結果より考察》

《提案の方向性》
さくらユースボランティアで「きっかけ」を持った学生たちがさらに主体的に、深く地域と関われるプログラムの考案

市役所

《調査方法》
市役所各課へのヒアリング調査

《調査目的》

さくらいふの現状を外から知る

↓

・さくらいふの改善
・市役所との連携強化 → さくら市全体で市民活動の活性化

《調査結果より考察》

・市民ニーズに応じた学習機会や地域資源（歴史、文化、自然）を活用した学習が少ない。
また、若年層や働き世代へのアプローチはしているものの、参加が目立たない。
・職員数や予算の都合で、事業の規模や頻度に制約がある。
・行政としてやれることに限りがある。
・市役所内でのさくらいふの認知度が低い。

提案

【提案①　会いに行くボランティアプログラム】

地域の人に会いに行き、関わりあう中で、様々なことを学び取るプログラム。
農作業や団体活動などをお手伝いしながら参加してもらうが、
“話すこと”“聞く事”がメインになるようにする。

《学びの木ワークシート》
目的：いつでも自分の学びが見返せるようにすること。
複数回に渡って開催されるボランティア活動において、毎回「葉っぱのメモ」に気付きや感想を記入してもらい、発表をしてもらう。枯れ木のイラストに貼り付けて、最終の振り返りに活かす。（最終振り返りでは、“花（さくら）”を咲かせて、全体の学びをまとめる。）
⇐進学・就職の際に“学生の間に学んだこと”として活かすことが可能

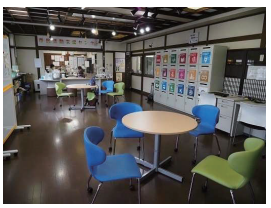
“さくらいふ”と学生、地域の人との**えんむすび**を達成

居心地のよい空間やコミュニティを整えていくことからはじめる。

【提案②　市役所×さくらいふ】
・健康増進課 × 健康づくり・福祉団体
例 :ウォーキングイベントや体操教室を通じた健康づくり 、健康相談会や栄養教室による市民へのサポート
・生涯学習課 × 学びやスポーツを推進する団体
例:健康づくり教室や市民スポーツイベントの開催（歴史、環境、防災など）、市民向け学習講座の実施

市役所とさくらいふが協働することで、地域のさらなる発展と、**“市民の生活向上”**が実現される。

【提案③　サードプレイス】
駅前という立地を生かし、駅の利用者や、散歩をしている人などが立ち寄れる、サードプレイスにする。
様々な人達と交流し、市民同士や、市民とさくらいふの**“つながり”**を強くする。



【提案④　民間委託】
住民のニーズに、より柔軟に対応できるようにする。
InstagramやX等のSNSの活用をより大きくする。
気軽さや楽しさをアピールする。

「道の駅みぶ」の活性化

地域名：壬生町　道の駅みぶ
地域パートナー：壬生町役場 商工観光課様

21班　コミュニティデザイン学科　君島愛里　小松夏海
建築都市デザイン学科　五木田紗実　田村咲綺　星野秀輔
社会基盤デザイン学科　増田礼央　今野涼太
グループ指導教員　横尾昇剛

1. 背景

本テーマの背景には道の駅みぶは来場者数が多いにもかかわらず、客単価が低い課題があったことが挙げられる。また現在道の駅みぶは全面リニューアル工事中で、その完成に合わせて道の駅の空間デザインや商品開発を進めており、町の魅力発信拠点として道の駅を強化することで、町全体の活性化を狙っている。同プロジェクトや壬生のいちごのブランディングが進行する中で、壬生のいちごを使った道の駅の看板商品を作りたいという想いから、昨年度より商品開発が始まった。

商品のターゲットには子ども連れの家族、30代～50代の大人の女性が設定されており、昨年度ではターゲットへのインタビュー調査をもとに、いちごのスプーン型クッキー、いちごミルク、小さめのいちごマカロンの商品案が作成された。私たちは道の駅みぶのさらなる調査を踏まえ、これらの商品案のブラッシュアップと商品化へ向けた検証を行う。

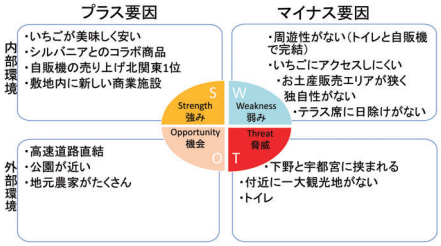
3. 目的

調査をもとに、商品に壬生産のとちあいかを使用することを新たな目的の一部に据えた。ただ奇抜でユニークな商品を開発するのではなく、客単価を上げられる「実際に購入してもらえる本当によいもの」の完成を目指す。

また道の駅みぶは地域に密着した施設であるとともに、2025年完了予定のリニューアル工事により地元のいちごを使用した商品販売スペースが必要になることから、商品を買いたくなるような魅力的な空間かつ落ち着いていてリラックスできるような場所となるよう空間デザイン案を提案する。

2. 調査

現地訪問後に道の駅みぶについてSWOT分析を行った。



調査と分析により高速道路利用者だけでなく地域住民にも愛される施設であることが分かった。一方で美味しいいちごが販売されているもののそれを手にしづらい売り場や導線の状況であることや、道の駅限定商品のような独自性がないこと、お土産販売エリアに統一感や明るい雰囲気がないことが明らかとなった。

JAみぶの職員さんに対し行ったインタビューでは、壬生町で生産されるいちごのほとんどが地産地消されず、高値で取引される東京へと出荷されている現状が明らかとなった。またいちごの中でも「とちあいか」の品種が壬生町の主力商品であり、これを使用した商品が求められていることが分かった。

4. 方法

(1)イチゴを使った商品の試作と試食

第1回試作会で昨年度の学生が提案したいちごスイーツのレシピを再現し、明らかになったよい点と悪い点をもとに、改めて今年度開発していく商品の大まかな原案を作成した。その後2回の試作を繰り返し、最終的にモニターに試食してもらうレシピを完成させた。

また完成したレシピをもとに原価計算を行い、モニターの商品満足度と価格の整合性を調べる材料とするとともに、さらなるレシピの改善を行った。

第1回試作会
・いちごのクッキーの味が悪く成形が困難
・いちごミルクの素になるいちごのシロップがおいしい

→

第2回試作会
・マカロンはメレンゲクッキーで作る
・いちごのシロップをメインに据える
・生のいちごを使用

→

第3回試作会
・マカロンの形を大きくする
・マカロンの飾り付けをアラザンと葉っぱの形のチョコで行う

→ レシピ完成

(2)元会議室の空間デザイン案を作成

現在道の駅みぶにある会議室は、2025年の道の駅リニューアルに伴い、物販スペースを含んだクレープを販売する部屋へ生まれ変わる予定である。そこでこの部屋のリニューアル後の空間デザイン案を、建築学科の学生を中心に考えた。

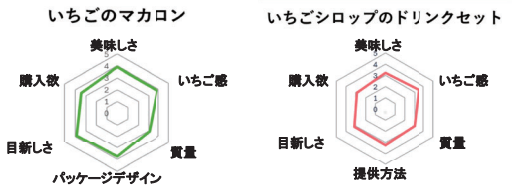
新しい道の駅の洗練されたイメージに合わせたシンプルで落ち着く空間の中に、いちごカラーの派手なソファを設置することで、かわいらしい空間となるよう演出した。

物販スペースにある棚は、別の場所でも再利用できるようシンプルなものとし、飾りやクロスで装飾している。

5. 分析結果

試食会

12月17日に壬生町役場にて、20~60代の男女20人に商品を試食してもらい、アンケートによる調査を行った。
（20代：女性3人　30代：女性11人　40代女性2人　50代女性1人男性1人　60代男性1人　不明1人）



・いちごマカロンの評価

美味しさと目新しさの評価は比較的高かった。しかし、マカロン生地の食べにくさと不揃いな見た目が評価されず、「購入したい」という意見が少なかった。ハンバーガーのように食べられるアイデアは斬新でインパクトがあるという評価が多かった。

・いちごシロップのドリンクセットの評価

シロップに組み合わせるドリンクの種類によって評価が分かれた。牛乳と飲むヨーグルトは比較的好評だったが、紅茶は酸味が強く、ソーダは甘さが足りないという意見が多かった。いちごの果肉が大きいため、ストローで吸いやすいように工夫が必要だという意見もあった。

[商品の名称]

そばチップスを使用しているセットでは、アレルギーなどを考慮し「そば」という単語が入っていた方がよいという意見が出た。

マカロン名
1位（7票）3、みぶろん
1位（7票）5、みぶとちあいかマカロン
3位（3票）4、みぶの実
4位（2票）1、とちあいかのおくりもの
5位（1票）2、とちあいかの宝石

セット名
1位(6票)　4、とちあいか満喫セット
2位(5票)　3、とちあいか贅沢セット
3位(4票)　1、いちごとそばの緑
4位(4票)　5、壬生とちあいかドリンクセット
5位(1票)2、いちご満彩セット

[商品の価格]

自分たちで計算した原価はマカロン一個約512円、セットが約1294円であったため、原価と消費者希望価格の乖離が問題であると分かる。

マカロン価格
1位(10票)　4、400～600円
2位(8票)　5、200～400円
3位(1票)　3、600～800円
－(0票)　1、1000～1200円
－(0票)　2、800～1000円

セット価格
1位(13票)　5、600～800円
2位(5票)　4、800～1000円
－(0票)　1、1400～1600円
－(0票)　2、1200～1400円
－(0票)　3、1000～1200円

6. 提案

試作会でのアンケート結果を整理し仮説を立て、次年度に引き継ぐ新しい商品案とする。

[マカロンについて]

大きいから食べづらい、量が多すぎるというわけではなく生地に問題がある。よって生地の食感を改善することによって食べづらさを改善できる。

生地に挟むクリームやヘタ代わりのチョコなどに市販のものをうまく取り入れたり最適な絞り口金を模索したりして、商品の甘さを調節するとともに質や見た目を統一させる。またそれによって手間を軽減させ人件費の削減を図る。

[いちごシロップのドリンクセット]

糖度計を使用しドリンクの種類やいちごシロップの甘さを調節し、どのドリンクを選択しても同一の質で美味しく飲めるようにする。

器のかわいらしさや食べやすさに注目し、味だけでなく見た目も追及する。

今年度の商品開発はほとんど自分たちのみで行ってきたため、今後は実際にターゲットとする人に試食してもらいながら商品を改善していくことが必要である。

またリニューアルされる道の駅のコンセプトに合わせた商品の見た目や売り場の雰囲気づくり、そして商品を購入してもらうためのプロモーション方法の検討も必要である。

最後に、現在開発中の商品を実際に販売するためには材料やその調達先、調理方法、商品名称、販売場所と方法、価格設定など細部まで具体的に決定する必要がある。とりわけ価格設定については現段階で課題となることが明らかである。よって今後は商品の改善だけでなく販売に向けた取り組みも進めなければならない。

高齢者のデジタルデバイド対策

栃木県塩谷郡塩谷町
塩谷町役場企画調整課　松澤　一美

22班　コミュニティデザイン学科　岸明日花　内山桜子
建築都市デザイン学科　最上楓雅
社会基盤デザイン学科　内山颯太　西村成央
グループ指導教員　佐藤栄治

01 背景

塩谷町は高齢化が進む中で、デジタル対応が課題である。今後はデジタル化による利便性の高いサービスを提供することを目指しているが、高齢者がデジタル化に対応できていない現状が課題である。

02 目的

これからの自治体にはデジタル化を進めていくことが求められているため、塩谷町の住民のスマートフォン普及率や使用方法等について把握し、これを通じて高齢者のスマートフォン利用を促進する仕掛けについて検討し実践することを目的とする。

03 方法

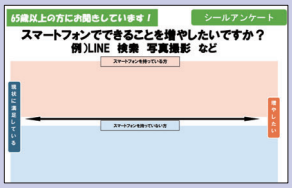
①シールアンケート調査
高齢者のスマートフォンの使用率と意識調査をするために、スマホの有無と「スマートフォンでできることを増やしたいですか？」という項目を設定して、役場など住民がよく利用する施設に設置する。

②ヒアリング調査
高齢者の生の声を聞くために、地域サロンやドコモのスマホ教室に参加して対話を通してスマートフォン利用の実情を把握した。

③スマホ相談会
シールアンケート調査・ヒアリング調査の結果からスマートフォン利用促進・デジタルデバイド対策のためスマホ相談会を実施する。

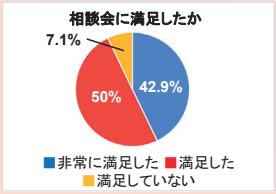
04 調査・分析結果

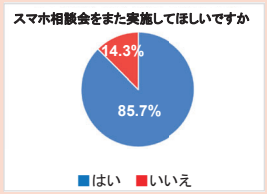
①シールアンケート調査
〇調査概要
地域のコミュニティセンターと塩谷町役場の計4か所に65歳以上の高齢者を対象にシールアンケートを7月10日から11月30日の期間、設置した。
〇調査結果
265人（うち60歳以上176人）の回答が集まった。
〇分析結果
・コミュニティセンターでは、活動に積極的な人が集まっていたため、できることを増やしたい人が多かったのではないか。
・それと比べて役場は様々な人が来るため、意見が分かれたと考えられる。

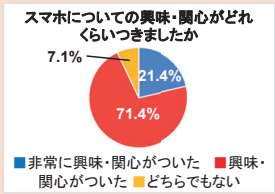


③スマホ相談会
〇調査概要
11月30日（土）に、しおや60周年感謝まつりにてスマホ相談会を開催

〇調査・分析結果
・メニューを作成したが、メニューはあまり選ばれない
・個人の悩みの相談が多くなり、全体の9割が相談会に満足していた
→スマホ教室ではなくスマホ相談会の需要がある
・スマホ未所持者のメニューも用意したが、スマホ未所持者は来なかった
→スマホを持っていない人に対しては更なる効果的なアプローチが必要







②ヒアリング調査
〇スマホを所持している人は色々な機能を使いこなす人から，家族からの連絡を待つだけの人まで、幅広い利用状況が見られた。
〇便利だと思うが、お金がかかりそうなどの理由でスマホを持たない人もいた。
〇困っていること，願望等
➡多種多様な意見があり一人ひとりに対応することが求められるため、スマホ相談会を開催
いつでも使い方が聞けるといい / 分からないことが分からない / 基本がわからないまま使っている / 最低限はスマホを使えるようになりたい / LINEはもっと使えるようになりたい

05 提案

〈スマホ所持者に向けて〉　〈スマホ未所持者に向けて〉

役場にスマホ相談窓口設置	スマホ相談会の定期開催	地域サロンで発展的なスマホ教室の開催	若い世代のボランティア講師としての参加	紙媒体で情報発信
・予約不要で誰でも立ち寄れる地域の相談場所の設置。 ・役場と事業者が連携し、住民への相談の場を設ける。	・調査結果から個人の悩みを持つ人が多かったため、一人ひとりに寄り添った相談会を開催する。 ・定期開催することで、継続的に住民が利用できるサポート体制を構築する。	・調査結果から社会教育活動の参加者は、できることを増やしたいことが多かった。 ・スマホの技能をより身に付けることができる。	・調査結果から子どもに操作を教えてもらっていた人が多かった。 ・若い世代のボランティア参加により気軽に相談できる環境、そして世代間の交流の場をつくる。	・調査結果からスマホ未所持者に直接届くような取り組みが必要。 ・多くの人の目に触れるような広報誌などでスマホのメリットを掲載。

高根沢町における
子育て世帯の居場所づくり

地域名：高根沢町
パートナー名：高根沢町企画課

23班　コミュニティデザイン　丸山琉貴　古川千紘
建築都市デザイン　竹原明子　法月匠海　小島陽太
社会基盤デザイン　西村知佳　大嵜紀明
グループ指導教員　大森宣暁先生

地域の背景

高根沢町は宇都宮市の東側に位置する人口約29000人のまち。ホンダ関連企業への就職を機に流入してくる若者が多く、20～30代の人口割合＆婚姻率が県内1位である。

工業団地のベッドタウン

課題・目的

・結婚や出産を機に、町外へ転出する人が多い
・子育て世帯がゆっくりと過ごせるような居場所が少ない

・子育てしやすいまちづくりによって、長く住み続けられるまちを目指す
・子育て世帯が高根沢での暮らしに「居場所」を感じることのできる機会を創る

ヒアリング調査①

目的：高根沢町における子育ての現状を知るため、町内で子育てに関わる方を対象に調査を行う。
仮説：イベント実施により子育て世帯の居場所を作ることができるのではないか。

	①子育て当事者（児童館きのこのもりにて）	②The Creators Department（宝積寺駅前のお試し創業支援施設）	③町の子育て情報シェアサイトMaiMachiの運営者
結果	・児童館は子ども同士、親同士の交流の場 ・イベントへのニーズがある ・児童館職員から、大人にボランティアが集まらないという声	・宝積寺駅前で定期的にイベントを主催している施設の方に、イベントの実施について相談 ・8月開催予定のイベントでブースを頂けることとなった	・他県からの転入者が多く町内でで孤立してしまう親の存在を知る ・高根沢町の親の個人的なニーズを拾い上げるイベント内容にする

調査を踏まえた目標設定

子育て世帯の思いを反映させたイベント実施
＝親一人一人に目を向ける

子育て世帯の居場所を作る

イベント/ヒアリング調査②

目的
・子ども向けのイベントの感覚を掴む
・子育て世帯のニーズを把握し、今後のイベントにつなげる

方法
・The Creators Department主催のイベントに子ども向けブースを出展（ちぎり絵・射的）
・イベントに訪れた保護者の方へのヒアリング調査

結果
・ちぎり絵は、多くの子どもたちに参加していただけた
・「子どもの遊び場の充実」「自然の中でのアクティビティ」「様々な習い事を経験できるようなイベント」などのニーズ
・イベントに積極的に参加しない人や、子育てをしていない人の意見は得られなかった

ヒアリング調査③

目的
・ヒアリング②を踏まえ、支援する側の意見を知り、子育て世帯の暮らしを多角的に捉える

対象
・児童館きのこのもり・子育て支援センターれんげそうの職員の方、利用者の方
・こどもみらい課・生涯学習課・保健センターの職員の方

結果
〈きのこのもり・れんげそう〉
・町内には児童館等親子で遊べる場所が多く、対象年齢も幅広い
・他の保護者や職員と仲良くなり、ストレス発散の場になっている
〈行政〉
・子育て支援計画に基づき、行政のサポート制度が手厚く行われている
・母子手帳アプリ「母子モ」で育児に関するサポートを行っている
・行政のサポートは自発的に受け取りにくる人にしか提供できない

最終活動

これまでの活動を踏まえて

子育て中の親子の居場所となりうる場所や、行政によるサポートは一定水準整っており、私達大学生の立場からは、**子育て世帯への直接的なアプローチではなく、まちの一人一人が子育て世帯を思いやる空気感をつくるのがよいのではないだろうか。**

最終活動①　子育てアプリ「母子モ」でのアンケート調査
・「子育て世帯のまちでのほっこりエピソード」の調査
→調査期間　12月9日～12月31日
→調査対象　高根沢町の子育て世帯

最終活動②　子育て世帯のほっこりエピソードポスターの作成・掲載
・関わりの深さに関係なく、子育て世帯とまちの人がどのように関わっているか知ってもらう
・子どもと関わる機会が少ない人の子育てへの興味関心向上

寄せられたエピソード
・スーパーで店員さんが買い物後のかごを荷物詰め場まで持っていってくれた
・ベビーカーで散歩していると、犬の散歩中の人などがにこやかに声をかけてくれたり、「お疲れ様」などねぎらう言葉をくれたりした
・ホテルのロビーでピアノを弾いていた従業員の方が、娘が近づくと「一緒に弾こう」と言って、娘の好きな曲をたくさん弾いてくれた

今後への提案　「親が自分の子どもを見守る」→「まちが子どもたちを見守る」へと、見守りの概念を拡大する

・多様なテーマでのヒアリングの継続・対象拡大
→子どもにあたたかいまち高根沢の実現
→高根沢特有のつながりの深いコミュニティ形成を子育てに最大限生かす
→イベント開催時の参加者の増加

・掲示板など、ポスターに関するリアクションができる仕組みづくり

栗林荘と考える

地域に開く高齢者施設の在り方

パートナー名　特別養護老人ホーム　栗林荘

２４班
コミュニティデザイン学科　舘野莉奈　水嶋遥菜
建築都市デザイン学科　荒竜馬　佐藤禅　小保方美斗
社会基盤デザイン学科　鈴木晴喬
グループ指導教員　古賀誉章

01 背景・課題

高齢者施設の現状として**暗い、清潔感が無いといったイメージ**（図1参照）がついていたり、**利用者の「主体性」が失われがち**であったり、地域が本来持っていた**互恵互助の機能が解体され委託化**が進んでいる。そこで栗林荘は**地域の互助機能を補完**する役割を持つ、**「地域に開いた高齢者施設」「地域の一部」**の実現を目指し、利用者一人ひとりが輝ける環境づくりを行っている。

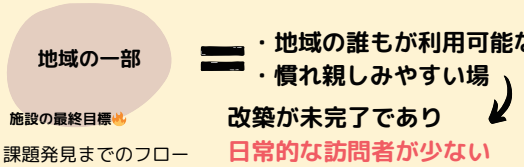


図2　課題発見までのフロー

事前調査

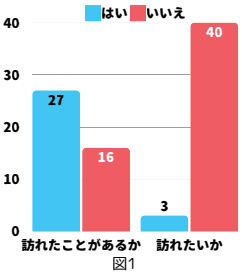


図1
高齢者施設についてのアンケート

高齢者施設についてのアンケート
対象者　宇都宮大学地域デザイン科学部三学年
配布方法　Google form　回答数　43件

明らかになったこと

・高齢者施設に訪れたことがあってもなくても訪れたくない人が9割を超えた。
・訪れたことがなく今後も訪れたくないという回答が一定数おり、高齢者施設に対する悪いバイアスが存在する。

02 目的

継続的に人が訪れるような場所にするために、

●栗林荘の知名度を高める。

人の出入りを増やす。実際に足を運んでもらい、訪問者自身で栗林荘という場所の魅力を知ってもらう。高齢者施設がもつ暗いイメージを改善し、また来たいと思えるような場所を目指す。

●訪問者について調査する。

訪問者がどの地域から来たのかや交通手段、年代、どのような点を魅力に感じているのかなどを調査し、継続的に人が訪れる条件を調べ、次年度の活動に向けて提案する。

03 実践1　納涼祭　2024年9月21日

コロナの影響で無くなっていた納涼祭を復活させようと提案し、**一般の地域住民も参加できる**ようにした。目的として、施設内を見てもらい魅力を発信すると共に、**認知度を高める。**アンケートやヒアリングを通して**どのような人が栗林荘に来るのかを調査する。**

▲納涼祭ガイドマップ
施設内を巡るスタンプラリー付き

◀小山テレビ取材

実施結果

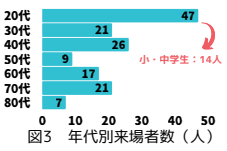


図3　年代別来場者数（人）

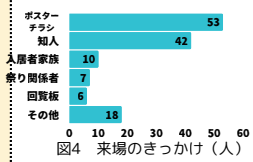


図4　来場のきっかけ（人）

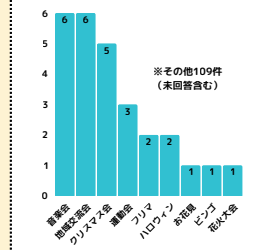


図5　イベント希望調査（人）

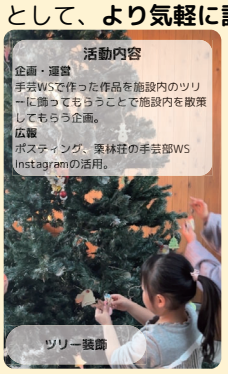
栗林荘についてのアンケート
対象者 納涼祭に訪れた人　回答数 136件
配布方法 手渡し筆記アンケート

明らかになったこと

・小・中学生が多く(図3)**家族連れが楽しめるイベントの需要**がある。ポスティングやチラシ配布は効果があり(図4)、今回手が回らなかった**SNS運用にも力を入れる**べき。
・全体の約17%（24名）が納涼祭がきっかけで栗林荘を知ってもらえた。満足度の設問では全員がまた来たいと回答しており、ヒアリング調査においてはスタンプラリーのおかげで施設内を見学でき、広く綺麗だったなど、来場者の満足度は高かった。また、**クリスマス会や音楽会、地域交流の場を設けてほしい(図5)**といった声が多数寄せられた。

04 実践2　クリスマスWS　2024年11月30日

納涼祭で得た結果から、毎月施設で行っている手芸部WSの場をお借りして、一般の地域住民を招きクリスマス手芸WSを開催。目的として、**より気軽に訪れやすい施設であることを知ってもらう。**



RITSURIN_EVENT

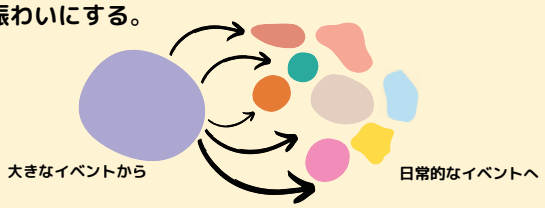
◀栗林荘
イベント用
Instagram

実施結果

大人と子ども合わせて**15名程度来場**した。ポスターやInstagramをきっかけに来場した方がおり、今後の広報活動に効果が期待できる。**施設内外の交流を深められた。**

05 提案

小さなイベントや地域の交流の場を継続的に行うことで地域に開かれた施設を作っていく。納涼祭のような季節のイベントを行い**知名度を高め**、手芸部のような定期的に開催する**日常的なイベントを繋げ普段の賑わいにする。**



感心を持ってもらう為には**広報活動が必須。**効果が見込める**ポスティング**を中心に手芸部WSの**Instagram**も活用し、イベントや施設の変化を発信していく。

06 展望

3月に開催される『ホワイトリボンラン』イベントに向けて活動中。JOICFPが運営の全国企画であり、小山拠点は栗林荘で開催！SRHR・栗林荘と合同でInstagramでのSNS運用ポスティング活動などの広報活動を行なう予定。