

令和5年度（2023年度）
地域連携型学生研究制度

中間報告会 抄録集

次第

14:30～ 開会・学長挨拶

14:45～ ショートプレゼン

15:10～ ポスターセッション

15:35～ 表彰式・事務局長総括・閉会

※閉会后、全体の記念撮影を行います

令和5年(2023年)10月17日(火)・10月20日(金)

 熊本県立大学



発表プログラム

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

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

<留意点>

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

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

メンバー：中村広夢 市村隼太 竹口蒼梧 村上博紀 篠崎綾音

指導教官：宮園博光

連携先：一般財団法人 熊本県スポーツ振興事業団

グループ名：宮園ゼミすぽチーム

1 イン트로ダクション

1-1 研究の背景

まず研究の必要がある問題としては、熊本県内にある公共スポーツ施設の利用者低下が挙げられる。県内には様々な公共スポーツ施設が点在するが、多くの施設が空きスペースの活用に悩まされている。具体的には、藤崎台県営野球場の場合、オフシーズンである10月～3月の利活用の問題、運動公園の場合は平日昼間の利用者数の伸び悩みは永遠の課題となっている。

そこで今回私たちは、タイトルにもある「公共スポーツ施設」を「熊本県民総合運動公園」と定めた。ここは99ヘクタールも



の広大な施設の利活用を課題としており、この度熊本県スポーツ振興事業団の方と協力して活動を行っていくこととなった。

1-2 研究課題

研究課題としては、熊本県民総合運動公園の平日昼間の利用者数の少なさが挙げられる。土日の有料施設は利用者が多いものの、平日昼間の利用者数が少ないことが長

い間課題となっている。令和5年度熊本県民総合運動公園年間予約一覧の、9月から12月で施設を平日に使用している割合を調べてみると、28%という割合であった[1]。これは運動公園が抱える大きな課題である。

1-3 解決方法

私たちは、誰もが楽しむことができる「ニュースポーツ」を通じた「世代間交流」によって課題の解決が出来ないかと考えた。そこでまずは、平日昼間の利活用の少なさが課題ということで高齢者を対象として集客案を検討していくことにした。高齢者に来てもらう手段として、若い世代との関わりという世代間交流を活用していく。

具体的な方法としては、熊本県民総合運動公園でのニュースポーツイベントの開催である。私たち学生と振興事業団の方を中心として、イベントの企画・運営を行い、参加者にニュースポーツを通じた交流の提供を行う。このイベントでは、メインのターゲットを高齢者として、その他町内会や地域の方々の参加も想定している。

イベントに期待する効果は二つある。

第一に、参加者の交流による新たなコミュニティと生きがいの形成がある。高齢者、特に独居老人と呼ばれる方は、日常で関わる人が限られており、前述の通りQOLの低下にも影響している。そのため、ニュース

スポーツイベントを通して様々な人と触れ合い、コミュニティを形成する機会とし、「ニュースポーツ」を楽しむことを人生の楽しみの一つに加えてもらいたいと考えている。また学生や地域の方々との「世代間交流」が高齢者の方々に活力を与えることが出来ればと考える。

第二に期待する効果は、イベントの開催による熊本県民総合運動公園の利用促進である。現在、運動公園ではニュースポーツの用具が貸し出し可能であるが、そのことを知っている人は多くはない。

私たちはイベントを通して、ニュースポーツの魅力を参加者に知ってもらうと共に、それをきっかけとして運動公園でのニュースポーツを目的とした利用者数の増加に繋がると考える。特にイベントのメインターゲットである高齢者は比較的平日における活動の時間を取りやすいことが推測されるため、運動公園の平日利用促進の効果を期待する。



2 取組みについて

2-1 活動実績

これまでの活動実績としては、主に2つ挙げられる。

1つ目は、熊本県スポーツ振興事業団との5度のミーティングである。ミーティングでは、私たちが目的とする平日昼間の運動公園利用者数の増加に関して、熊本県スポ

ーツ振興事業団の方からアドバイスをいただきながら、今後の活動の方向性について話し合いを行った。具体的には、運動公園の利用可能な設備・場所を確認した上で、平日昼間の時間帯に比較的集まりやすいと考えられる高齢者にターゲットを絞った。運動公園のメリットの1つである豊富な用具を用いてどんな方であっても実力差がでにくく、公平に行うことができるニュースポーツのイベントを開催することを決定した。

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

2-2 今後の展開

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

【参考文献】

[1] 一般財団法人熊本県スポーツ振興事業団 えがお健康スタジアム

令和5年度熊本県民総合運動公園年間予約一覧

<https://www.kspa.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2023/05/R5nenkan.xlsx> (2023年9月22日参照)

バスを活用した現地誘導型の企業訪問の取組みに係る効果検証

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

1 インTRODクシヨソ

1.1 研究の背景

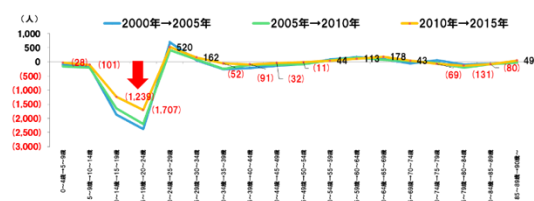
本研究グループでは、一昨年より天草市役所と連携し、若者に対して、天草地域の企業情報をより効果的に発信する方法、すなわち確実に若者に企業の魅力を届ける方法について考察する活動を行ってきた。今年度は、昨年度に引き続き、バスを活用した現地誘導型企業説明会を実施し、「デザイン思考」の観点から、より効果的な取り組みへと昇華させることを中心に、研究を進めた。

1.2 研究課題

多くの若者が進学や就職を契機に、地域を離れる「若者の地域間移動」は、日本全国において問題視されている。これは、天草市も例外ではなく、図1からもわかる通り、天草市の社会増減は、10代から20代において減少傾向がみられる。この人口移動は、進学や就職を契機に生じていると考えられるが、ここでさらに問題となるのが、上記の減少に比べて、その後の社会増減の増加が少ない傾向にあることである。つまり、天草市外に出た若者の多くが、その後に天草に戻っていない。これらの傾向は長期的にみられ、何の対策もしなければ将来的に続き、地域の雇用における人材不足や年齢構造の歪さをはじめ、地域活力の低下といった社会的課題を生じさせると考えられる。

会的課題を生じさせると考えられる。

図1 年齢階級別純移動数の時系列推移



(出典) RESAS (地域経済分析システム) より作成

1.3 解決方法

私たちは、これらの問題が生じている原因として、既存政策では、情報が十分に伝わっておらず、天草市の企業について知らない若者が多いのではないかと仮説を立てた。

そこで私たちは、一昨年からの情報伝達手段を検討したうえで、バスを活用して実際に企業を訪問して説明を受けるという方法を立案した。今年度は、座学中心ではなく、見学と体験を取り入れ、1泊2日で実施した。この方法の利点としては、3つ挙げられる。1つ目は、バスを活用して移動の手助けをすることで、熊本市内から2時間という距離的な弊害を除くことができる。2つ目は、直接企業に訪問することで、職場の雰囲気や、実際の業務の様子を見ることがで

きる。また、体験や見学を取り入れたことにより、記憶に残りやすい。3つ目は、1泊2日で行うことにより、企業への訪問時間をより多く確保できるという。特に、2つ目と3つ目に関しては、ここ数年で開催回数が増加しているオンライン企業説明会との差別化が可能である。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

今年度は、上記のバスを活用した現地誘導型企業訪問を企画することで、考えていたアイデアと現実のギャップを明らかにしながら、問題や課題を再設定していくために、4月から、定期的な天草市役所の担当者様との意見交換を進めてきた。そして、実際に9月に参加者を募り、9月25日、26日の1泊2日バスを活用した企業訪問を行った。その事前および事後には、参加者並びに企業に対してアンケート調査を実施した。

2.2 活動の成果

バスを活用した企業訪問では、参加の応募者12名と、訪問を受ける側である天草市役所を含む8つの企業・団体に協力いただいた。説明時間は、それぞれ約1時間とした。企業訪問前に行ったアンケートの結果の一部は以下の通りである。

- (1) 天草市の企業の知りたい情報は何か(3つまで回答)という問いに対して、「企業理念や経営者の人柄や魅力」と「人間関係等の職場の雰囲気」の回答が最も多かった(7票)。
- (2) どのような条件があれば、天草市で働きたいと思うか(3つまで回答)という問いに対しては、「働きがいがある(自分に合っている)」(10票)、

「職場の雰囲気、人間関係が良い」(8票)の回答が多かった。

- (3) 地方(地元)に就職する場合に、あなたが考える重要と思うものは何か(複数回答可)という問いに対して、「地域住民との関わり」が最も多い結果となった(9票)。

以上のことから、「参加者の天草市への印象」、「企業訪問で何を求めているのか」等の参加者のニーズを訪問企業に報告し、それに応じた説明を行っていただくことができた。これにより参加者の満足度も高まり、企業に対する一定の魅力を感じられるものになったのではないかと推察できる。他方で、企業訪問日が他大学では夏休み明けであったこともあり、参加者を広く集めることができず、他大学の行事予定を反映した訪問日の選定という課題も見られた。企業訪問後の、参加者への事後アンケート、訪問企業へのアンケートについては、現在アンケートの回収を行っているため、今後、結果を分析する予定である。

2.3 今後の展開

参加者に対する事前及び事後アンケートを比較し、二日間の活動を通して、天草や企業への関心がどのように変化したのか、更には本取組みの利点や課題等に関する意見に基づき、研究結果を分析していく。また、協力していただいた企業に対しても事後アンケートを行なっているため、今後の運営について企業側の意向を汲んだ取組みも検討する必要がある。

3 参考文献

地域経済分析システム「RESAS」
(<https://resas.go.jp/#/43/43203>)

デジタルネットワーク型のローカル・コミュニティの活用策

—地元志向の形成に与える影響分析を中心に（天草市）—

メンバー：緒續真椰 四藤愛梨 西村萌 山崎梨里子

指導教官：井寺美穂

連携先：天草市役所

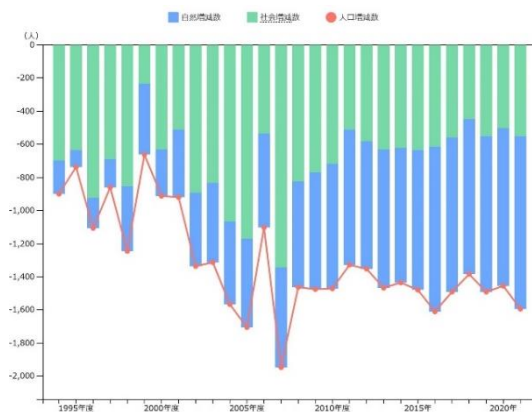
グループ名：Team Bears

1 インTRODクシヨN

1.1 研究の背景

以下の図表1から、少子高齢化の影響で出生数よりも死亡者数が多いことに加えて、人口の流出も増加していることにより人口減少が顕著に表れている。この現状を変えるためには、進学などで地元を離れた若者に戻ってきてもらうこと、子どもを産み育てる世代を増やすことが必要である。

図表1 天草市の人口—自然増減・社会増減—



(出典) 地域経済分析システム「RESAS」より

1.2 既存の取組み

現在、天草市ではUIJターン就職促進プロモーション動画の作成や合同企業就職説明会の開催、パンフレットの作成等に取り組んでいるが、その多くはプッシュ型の取り組みであり、地元を離れた若者と双方向でコミュニケーションがとれるような

場はない。

1.3 解決の方向性 - 取組内容 -

そのため、本研究では「同郷」や「天草好き」という共通点を保持したオンライン上のローカル・コミュニティを形成し、定期的に地元情報や企業情報を発信する活動を行うことで、若者の地元志向にどのような影響を与えるのか、地元志向の形成や強化、Uターンにつながる手法について考察したいと考えた。

デジタルネットワークとは、場所や時間の制約を取り払い、いつでも相手に情報を届けることができること、情報発信コストが低廉で、多様な情報が流通し多くの人々がこれを享受できること、情報の複製コストがかからず、同一の情報を多くの人で共有できることを特性とするデジタル上のつながりのことで、ローカル・コミュニティは「天草市出身者や天草に所縁のある若者、天草に愛着をもっている若者同士で形成するネットワーク」として使用する。

天草出身の若者が「懐かしい」と思える機会を増やすことで地元志向の形成を目指す。

また、類似の取組みとして、熊本県が令和6年3月に県内高校を卒業する若者を対象に、定期的に地元情報を発信し、Uタ

ーン等を目指す事業を展開する。私たちの取組みはその天草版にあたるであろう。

1.4 研究内容

利用する SNS は、LINE のオープンチャットとInstagram である。LINE のオープンチャットを選定した理由は、LINE のユーザーであれば誰でも参加でき、友だちになっていない人とトークや情報共有ができるという手軽さと、ニックネームで参加し、グループ内のメンバーとは個人的なやりとりができないという安全性の高さである。サイト内の情報提供者は、地元高校生や企業を想定し、オープンチャット内で得た情報をもとに、Instagram でさらに多くの人に情報を発信する。

更には、事前および事後にアンケート調査を実施し、地元志向の形成にどのような影響を与えたか考察する予定である。

2 取り組みについて

2.1 実施状況ー活動実績ー

研究コンセプトは、ローカル・コミュニティを形成することで地元を離れた若者が天草との「つながり」を感じることができるような場を提供することを目標とし、「Connection Amakusa」にした。LINE のオープンチャットとInstagram を開設し、地元高校生と地元企業の参加者を募り、令和5年8月17日から本格的に情報発信を行った。

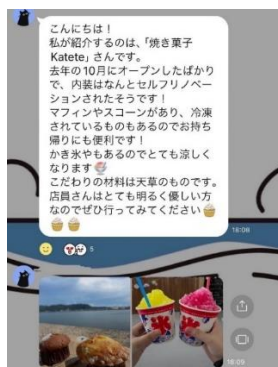
2.2 進捗状況ー活動の成果ー

【LINE オープンチャット】全体 54 名

【Instagram】フォロワー 220 名

以下の図表 2 は、地元高校生が投稿した情報である。その他、地元企業や市役所等による投稿もあり、10月1日時点で30件程度の投稿が行われている。

図表 2 オープンチャット



図表 3 Instagram



(出典) 図表 2・3 ともに、報告者運営サイトから抜粋
事前アンケートの結果として、以下の通り、天草への関心度は比較的に高く、情報発信についても前向きに捉える若者が多いことを確認することができた。

【事前アンケート】回答数 17 名

○天草に関する興味・関心度

非常に興味がある 64.7%

少し興味がある 35.3%

○天草の情報発信に興味がある

はい 82.4%

いいえ 17.6%

2.3 今後の展開

今後は、本取組みのターゲットである大学生等の地元を離れた若者の参加者の増大を目指す。具体的には、オープンチャット参加者合計 80 名、Instagram フォロワー 300 名、事後アンケート天草に対する興味・関心度 80%、天草の情報発信に対する興味 90% を目標に活動していきたい。

3 参考文献

◎総務省『平成 10 年版 通信白書』

(https://www.soumu.go.jp/johotsusintok/ei/whitepaper/ja/h10/pdf/H10_05_C2E81BECF.pdf : 2023.10.2 参照)

◎地域経済分析システム「RESAS」

(<https://resas.go.jp/#/43/43203>)

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

メンバー：木場純果 桐原天美 大塚優菜 松本健志 佐藤美琉 萩元秀丞

指導教官：宮園博光

連携先：熊本市国際交流振興事業団

グループ名：KIF チーム 2023

1 イントロダクション

1.1 研究の背景

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

1.2 研究課題

熊本市国際交流振興事業団が展開している国際事業における課題として、参加者のうち若年層、特に大学生の割合が少ないことが挙げられる。今後のグローバル社会を担う若年層の国際事業への積極的な参加・参画が、地域における国際化・多文化共生を推進していくうえで重要であると考えられる。

1.3 解決方法

大学生をターゲットとし、国際交流イベントを企画・実施することで国際交流事業への参加・参画を促す。継続した参加・参画を促すために、大学生と留学生が交流を行うイベントを定期的実施するほか、ゆくゆくは国際交流イベントの企画をプログラ

ム化して継続的に実施し、それらへの参加回数に応じて熊本市国際交流振興事業団が認定書を発行するといった仕組みづくりを行う。これにより、国際交流に関心のある大学生だけでなく、就職活動を控える大学生などに参加してもらうためのインセンティブとする。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

- ① 熊本市国際交流復興事業団に国際交流事業への若者層の参加状況など現状と課題のヒアリングを実施。
- ② 国際交流イベントの考案に際し「参加したいイベント」について、昨年度の本学生へアンケート調査に加え、熊本大学所属の留学生団体「KUMISA」にヒアリングを実施。
- ③ 昨年に引き続き和菓子店「天明堂」にご協力いただき、和菓子のワークショップの進め方などについてヒアリングを実施し、対話が生まれ、日本人も留学生も楽しめるイベントを考案。
- ④ 熊本県内の78の企業・法人・市町村役場等を対象に、国際化・グローバル人材等への意識調査アンケートを配布。

2.2 活動の成果

- ① 熊本市国際交流振興事業団へのヒアリングを通して、国際事業への若年層の参加の現状を知ることができた。熊本市国際交流振興事業団では、高校生を対象にボランティア参加の証明書を発行しており、大学受験を控えた高校生の参加が多く、参加枠が完全に埋まるほどであるという。上記を大学生向けにアレンジしたものである本イベント企画のプログラム化と証明書の発行は、就職活動を控えた大学生に同様のインセンティブを与え、学生の参加の促進の実現可能性を高めることが期待できる。
- ② 熊本大学所属の留学生団体「KUMISA」へのヒアリングでは、留学生が興味関心のあるイベントについて生の声聞くことができた。昨年本校日本人学生に行ったアンケート調査と同様に、「食」への関心が高かったことから、昨年に引き続き和菓子に関するイベントを開催することとした。
- ③ 和菓子店「天明堂」へのヒアリングやモナカ作り体験を通して、和菓子に関するイベントを具体化することができた。イベントの主な内容として、留学生・日本人大学生のグループを作り、参加者一人一人にモナカの皮を配布して卓上に並べた餡子や生クリーム、果物などを自由に挟んで食しながら留学生と日本人学生の対話や交流を図るというものを企画している。

留学生の交流イベントを開催する。そこで、イベント企画のプログラム化に向け、当イベントにおけるアイスブレイクの企画を大学生と留学生のグループに行ってもらおう。イベント開催後には、参加者・企画者それぞれを対象としたアンケートを実施する。参加者にはイベントの満足度や参加してみたいイベント内容、企画への関心の有無について調査する。企画者には企画前後にアンケートを行い、企画を経て身についた力などの変化を調査し、就職活動に繋がるプログラムの考案と構築を図る。

また、イベント開催時に参加者・スタッフが用いる言語をやさしい日本語とすることあたり、イベントスタッフ・アイスブレイク企画者はやさしい日本語講座を受講する。講座受講後は、受講者が留学生に向けてやさしい日本語講座を行う。

更に、熊本県内の78の企業・法人・市町村役場等を対象とした「国際化・グローバル人材等への意識調査アンケート」の結果から、県内企業等を取り巻く現状を調査し、イベント企画プログラムやその証明書のグローバル人材育成への効果を測っていく。

2.3 今後の展開

11月上旬にモナカ作りを通じた大学生と

公共スポーツ施設の有効活用等を含めた利用者増加策につ いての研究

メンバー：井村那緒 島崎拓馬 田中伶音 西千奈 原田愛子

指導教官：小菌和剛

連携先：熊本県スポーツ振興事業団

グループ名：小菌ゼミスポーツ班

1 イン트로ダクション

1.1 研究の背景

新型コロナウイルスの影響で以前より外出を控えるといった人々の生活スタイルに大きな変化が起こった。結果、今後の社会でさらに運動不足や生活習慣病、心身に悪影響をもたらすリスクが増加することが懸念される。

1.2 研究課題

県民が気軽に利用できる健康増進の場所としてさらに認知度や価値を上げるべく、利用者増加策として、スポーツのみならず文化や学問・産業などとも連携していき、空き施設・スペースの活用や閑散期の施設利用について様々な検討を進めていく必要がある。

1.3 解決方法

前述の課題を受けて、私たちはまず施設の利用者数を増加させたいと考えた。そこで、公共スポーツ施設の中でも「熊本県民総合運動公園(以下、運動公園)」の施設利用者数に注目し、利用者数増加の方法として、① SNS アカウントの運用、②「フォトコンテスト」の実施 の2点を考えた。詳細は以下の

通りである。

① 「SNS アカウントの運用」

連携先の運営している公式 SNS が存在しているが、そのフォロー数が少ないことから公式 SNS アカウントの認知度が低いことが分かった。情報を得る手段として SNS が用いられるようになってきている中、私たちは、公式 SNS アカウントの認知度を高めることが施設の認知度を高めることにも繋がると考えた。そこで、イベントや施設利用の様子を投稿するなどの広報的利用で、施設利用者数の増加を図ったり、私たち学生が実際に情報発信を様々な形態で実施することでよりよい発信方法を探し、連携先へお伝えすることで今後の SNS 運用の参考にして頂いたりすることを目的として、実施を検討している。

② 「『フォトコンテスト』の実施」

SNS の中でも Instagram を用いて、運動公園内にて撮られた写真で競うフォトコンテストを行うことを検討している。これは、写真を閲覧した人に運動以外にも気軽に利用できる印象を持たせることを目的としており、そこから運動公園へ何度も足を運んで貰うキッカケ作りを行うことでリピーター獲得へ発展させたいと考えている。また、

公式アカウントのフォローや、投稿へのハッシュタグ(#)記載を参加条件とすることで、コンテンツの拡散を図り、新規フォロワーの獲得を目的としている。

2 取り組みについて

2.2 活動実績

○5月11日

連携先との打合せを行い、運動公園の現状や課題、これまでの課題に対する対応、連携先の希望を伺った。

○5月25日～7月14日

運動公園の視察に行き、室内外様々な施設を実際に見学させて頂いたり、体験活動を行った。後日、施設利用者数を把握するために、メタリアライズ株式会社にご協力頂き、運動公園の人流調査を行った。調査を行う上で、先方と調査対象エリアの設定も行い、運動公園の西側エリアについて分析した。

○8月31日

施設利用促進のため、また新規利用者の増加を図るために SNS アカウント運用と、イベント(フォトコンテスト)の実施を提案し、運動公園の景観を生かしたフォトコンテストと、インスタグラムを利用したの告知を検討している旨を連携先へ伝えた。



図1：5月25日 施設見学の様子

2.2 活動の成果

打合せでは、施設の現状や問題点を聞くことができ、施設見学においては、活動の中で運動公園内の花壇や見晴らしの良い場所等を発見したり、施設内にて利用者が興味、関心があるものを把握することができた。

人流調査では、施設訪問者の年代・性別の割合や、曜日や時間帯ごとの来訪数を知ることができ、今後の活動においてターゲットにしていく年代の層やそのニーズについて班で検討することへと繋がった。

連携先への提案やその説明においては、イベントの実施や SNS アカウントの運用など、課題の解決案に対する施設側のご意見を頂戴し、現時点でさらに検討が必要な部分について知ることができた。



図2：5月11日 打合せの様子

2.3 今後の展開

今後は、今までの成果を基にフォトコンテストの中身の具体化をはじめ、充実化や安定した参加者の集客化を行うために、運動公園側と協議を行う。またイベントのターゲット層の明確化を行い、SNSをはじめとした告知が適合するか検討する。場合によってはターゲット層に向けてアンケート調査を行う予定である。

起業・スタートアップ支援を通じた地域活性化のための仕

組みと拠点づくりについて

メンバー：永谷優衣 田尻直己 原田彩名 林田佳 間淵笑美 三浦楓香

指導教官：飯島賢志

連携先：熊本日日新聞社

グループ名：どくだみちゃ

1. イントロダクション

1.1 研究の背景

2019年6月には全国のコワーキングスペースの施設数は799施設であったが、新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴い2021年12月には2042施設と急激に増加している。しかし、近年新型コロナウイルスの蔓延によるリモートワークの必要性が減少し、2022年の6月には2087施設、12月に2129施設とコワーキングスペースの増加数は低下し、年間増加率は4.3%となった。(三宅 博史 2022) また、「びふれすイノベーションスタジオ」でも利用者数の増加に伸び悩んでいることが現状である。そのため、「びふれすイノベーションスタジオ」での利用者増加に取り組んでいる。

1.2 研究課題

これまでの「びふれすイノベーションスタジオ」内にあるコワーキングスペースには、近隣の会社で働く会社員や熊本を拠点とする経営者の利用者が多く、かつ施設内の雰囲気が厳かである印象を受けた。また、コワーキングスペース内で開催されるイベントも学生向けというよりもスタートアップ事業を考えている経営者に向けたセミナー

や社会人向けのマナー講座等が多く開催されているように思われる。それらが原因となり、運営主体である熊本日日新聞社が求める学生の利用者増加に反して、学生が施設を利用しにくい現状が課題であると考えられる。加えて、学生の利用者増加を目的とした新たな活用方法を企画する必要があると考える。

1.3 解決方法

以上のような課題を踏まえ、我々は合同説明会型の企業と学生の交流会を実施し、学生に「びふれすイノベーションスタジオ」について知ってもらう機会を設けた。これから就職活動が本格化する大学2年生と3年生を対象に、「びふれすイノベーションスタジオ」内にあるコワーキングカフェ(飲食可能なスペース)を利用して交流を行えば問題を解決できるのではないかと考えた。そこで試しに、1企業に対し学生約3人ほどが集まり、企業の情報から就職活動に関わることまで、自由にやり取りができる時間をそれぞれ設けたイベントを企画した。

2. 取り組みについて

2.1 活動実績

熊本日日新聞社様と連携して「びふれすイノベーションスタジオ」内にあるワーキングカフェで企業と学生の交流会を9月19日、9月30日の2日間開催した。今回のイベントは小規模の開催であったため、某大手就職サイトの合同説明会よりも企業の方と近い距離で話すことができ、気軽に質問などがしやすい雰囲気となっていた。1回目の開催では、株式会社 大同リース(敬称略)、熊本市役所、ミュージズプランニング、株式会社 こさきの計4社。2回目は、熊本日日新聞社、株式会社 通宝、株式会社 三勢、株式会社 大寫屋、が参加して下さり2回の開催で計8つの企業が参加して下さった。また、イベント開催前にはくまもと森都心プラザにあるXROSSPOINTを見学し、企業や個人のスタートアップ支援施設についても学びを深めた。

2.2 活動の成果

9月19日と9月30日のイベント企画で計8企業にご参加いただき、学内メールやゼミメンバーの声掛けなどによって学年を問わず計12名の参加者をお招きした。イベント終了後にはご参加いただいた学生さんを対象としたアンケートを実施し、「今後このような企画が実施されるならば参加したい」という前向きなお声を多数いただいた。また企業の方からは、イベント中の自分たちの動きや実施形態など運営側の視点から貴重なご意見をいただき、今後の企画実施の際に役立てたいと考えている。

2.3 今後の展開

今回は私たちが主体となり、合同説明会型の交流会を9月19日と9月30日の2日

間で行ったが、今回はまだお試し段階である。今回、参加して下さった学生から意見を聴取したので、今後はそれらを基にさらにブラッシュアップした提案をしたいと考えている。また、今回のイベントの参加者募集を Outlook と知人等への呼びかけで行ったが、今後は「びふれすイノベーションスタジオ」が運営する Instagram や X、Facebook、YouTube といった SNS 媒体を使った宣伝やチラシ・ポスター等を使った宣伝を行い、より多くの人々の目に入る宣伝方法を考えていきたいと思う。

参考文献: 三宅 博史,2022,「日本のワーキングスペースの拡大」,大都市政策研究機構

<https://imp.or.jp/2023/03/10/report-6/>

観光資源の見える化と

玉名市型マイクロモビリティツーリズムの開発研究

メンバー：松本祐子 大山莉奈 稲田智哉 江崎美紀 坂本昂陽 竹下侑里

指導教官：津曲隆

連携先：一般社団法人玉名観光協会

グループ名：たま輪(りん)

1 イントロダクション

1.1 研究の背景

玉名市では、マイクロモビリティによる2次交通利便性向上を目的にE-bikeを導入した。玉名観光協会は、E-bikeを活用し、これまで課題であった玉名市内周遊についての解決方法を探っている。

1.2 研究課題

玉名観光協会は、2023年4月よりE-bikeレンタルを開始し、ポタリング(目的地を定めず、自転車で散歩するようにゆったりと走行すること)を推進している。課題としては、マイクロモビリティ(E-bike)の周知と利用者増加が挙げられている。我々のグループでは、他地域の事例を研究しつつ、玉名市でのマイクロモビリティツーリズム定着に向けた解決方法を検討する。

1.3 解決方法

我々は、第2期玉名市観光振興計画を熟読し、議論を重ねた。その結果、基本理念である「キラリかがやけ玉名」に注目し、観光で地域の独自色を出すには、そこで輝いている人を地域資源として重視すべきではないかとの結論に至った。このことを踏まえ、ポタリングの際に地域の人々への訪

問を誘導するという形の付加価値をつけた観光商品提供が利用者増加につながるものと考え、この方向での研究を進めることにした。誘導にはツールが必要である。優れた周遊マップをツールとして検討した。

2 活動実績

「玉名市型マイクロモビリティツーリズム」のためのマップ制作に向け、まず大学内での予備的研究を進めた。

5月から7月にかけて、熊本県立大学の学生をターゲットに、大学周辺(健軍川界限)の自然をテーマにしたマップ(図1)を数種類試作し、検証実験を行った。検証実験には研究室の別グループが被験者として参加し、マップへの意見を聴取した。



図1 周遊マップの試作品の一例

予備研究を踏まえ、玉名市型マイクロモ

ビリティーズリズムとして玉名の人を巡るポタリングに適した玉名市型マップ制作に着手した。予備研究の際には、アイデアと作品レベルの乖離が課題となったため、玉名市型マップではターゲットやコンセプトを更に絞って具体化した。

人と交流することを目的としたマップ「玉名人めぐりマップ」では、玉名市で働く人々に取材して、地域資源を知ってもらうだけでなく、お店や玉名市への想いをマップに掲載したいと考えている。現段階での案を図2に示す。

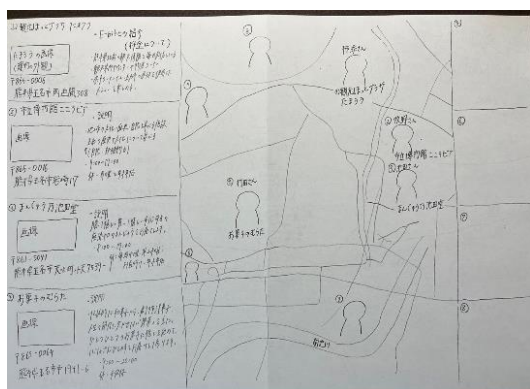


図2 玉名人めぐりマップ(案)

予備的研究及び玉名人めぐりマップ(案)の作成を終えた9月5日に、玉名観光協会と大学にて意見交換を行った(図3)。マップ(案)の具体化は解決する問題が多くあることを確認した。また、現在のE-bike利用者に向けた調査の実施が決定した。



図3 玉名観光協会との合同会議

3. 今後の展開

玉名市ではMaaSを推進するため、地域や顧客への認知度を上げる取り組みとして玉名駅・新玉名駅などの主要な交通結節点にE-bikeステーションが設置されている。

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

ポタリングでの周遊促進の課題に対して、現段階では人を巡るという付加価値をひとつの解決策として考えてきたが、もう少し視野を広げ、人以外の可能性も検討していきたいと考えている。

それらを整理した後、フィールドワークを通して玉名市のポタリングを体験し、アイデアを固めていきたい。

参考文献

- [1]玉名市 第2期玉名市観光振興計画(更新日:2023年4月4日)
<https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/118/25584.html>
- [2]玉名市 玉名市ブランド化戦略プラン(更新日:2013年8月13日)
<https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/508/1947.html>
- [3]玉名市 第2次玉名市総合計画(更新日:2022年6月8日)
<https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/506/8353.html>
- [4]藤本芳一,輪の国びわ湖推進協議会.サイクルツーリズムの進め方 自転車でつくる豊かな地域.学芸出版社.2019

地域における炭素排出量の視覚化と具体的対策の合同検証

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

1 イントロダクション

1.1 研究の背景

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

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

1.2 研究課題

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

1.3 解決方法

本年度の研究課題は以下の通り

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

2 取り組みについて

2.1 活動実績

- (1) ワークショップの開催による地域連携

1) 第1回WS

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

実施日：R5年5月29日

実施場所：芦北サテライト田浦

参加者数：7人



2) 第2回WS

内容：1.小規模集落の脱炭素化のための調査説明と「炭素排出量調査票」の配付、

2. SDGs と脱炭素化に関する学習会開催

実施日：R5年8月25日

実施場所：芦北町天月美里在宅支援事業所

参加者数：約30人



写真1. WS開催会場

3) 現地調査

調査地区：芦北町 告地区周辺

実施日：R5.10.4

2.2 活動の成果

30票の「炭素排出量調査票」を配付し、12票の回答を得た。

調査対象となる里山として芦北町告地区を選定し、現地調査を行い、CO₂排出量、吸収量の算定方法を検討した。



写真2 里山の生活



写真3 里山における森林と住居

表1 里山の暮らしと伝統

高齢化が進行しており、集落機能の低下が見受けられる。小売店が近隣に無いた



め、畑を所有するなどして自給自足率が高い。

高齢化・人口減少のな

か、神様の祀など伝統的な文化を守り続けている。

昔は、この祠の奥にある広場で、子供たちが遊んでいたが、今では、子供たちも大きくなり、遊ぶ人がいなくなった。

2.3 今後の展開

「炭素排出量調査票」を解析し、地域のCO₂排出量と、県林業統計から当該地域の森林の炭素固定量をもとめ、地域のカーボンバランスを明らかにする。また炭素排出量が多いと予想される事業所のエネルギー診断を行い、ゼロカーボン化のための対策を検討する。

これらを総合的に検討する事で、地域カーボンゼロ化の課題を検討する。この成果は地元でワークショップ等を開催し、地域住民に還元する。

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

メンバー：藤田美伊沙、上村和一郎、徳田さなえ、濱崎ゆきの、松岡美紘、安田朱花

指導教官：津曲隆

連携先：玉名市役所 観光物産課

グループ名：たまむすび

1 イン트로ダクション

1.1 研究の背景

玉名市役所観光物産課と連携し、公認マスコット「タマにゃん」の認知度向上と新たな観光商品の開発をテーマに研究を行っている。

1.2 研究課題

認知度向上のツールとして SNS を用いている。多くの人にタマにゃんを知ってもらうことや、玉名市の広報として使用するとき、SNS のフォロワーがいなければ広報としての意味をなさないため、より多くのフォロワー獲得が研究課題である。

玉名市に限らず、全国各地で人口が減っている。この点を考慮し、新たな観光商品としては関係人口増加を目的とする内容が地域においては重要であると考えられる。関係人口増加につなげる観光商品がもうひとつの私たちの研究課題である。

1.3 解決方法

「タマにゃんの知名度向上」については、フォロワーとの接触頻度を高めること、またフォロワーが反応したくなるような投稿を心掛けること等が重要であろう。この点を意識し、継続的に毎日投稿していき内

容の吟味、そして発信体制をグループ内で整えた。

「新たな観光商品開発」で関係人口増加を目指すのに、学生のフィールドワークに着目した。学生の、学びの場として地域は価値があり、学びの場を観光商品と見立てることにする。特に大人数の学生がフィールドワークできるかどうかは重要である。玉名市でそれが可能かどうかを実際に玉名市で私たちがフィールドワークして見つけていく。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

SNS 運用に関しては、昨年までは「X(旧: Twitter)」のみが使われていた。今回は「Instagram」「Threads」を加え、3つのSNSを利用し、タマにゃんの知名度向上と玉名市のPRを図った。Xは5月中旬に始動し、日常的な活動としては、投稿頻度の向上・トレンド等を取り入れた投稿をしている。Instagramは、8月初旬に始動し、週に1回タマにゃんの熊本弁講座を発信している(図1)。Threadsも同様に8月初旬から始動し、タマにゃんの画像掲載を行っている

る(図2)。



図1
Instagram 掲載
画像
(方言を紹介するタマ
にゃん)



図2 X、Threads
掲載画像
(警察モチーフのタマ
にゃん)

観光商品について、玉名市役所との話し合いの結果、玉名市での学生向けのフィールドワークに適切な地域として、過疎地域指定された玉名市天水が候補として挙げられた。実際、玉名市役所で玉名市天水の過疎対策を担当している職員を訪問し、天水地域の詳しい現状を聞き、意見交換を行う中で(図3)、学生がフィールドワークする場として適切なのではないかと考えられた。今後は、少人数グループでのフィールドワーク、大人数でのフィールドワークに対応できる学びの場を現地で詰めていく予定である。



図3 玉名市天水支所での意見交換

2.2 活動の成果

SNS 運用に関して X 運用開始から 8 月 31 日までの間でフォロワー55 人増加、いいねの平均数は 83 で昨年と比較し 19.9 増加した。Instagram は、運用開始から 8 月 31 日までの間でフォロワーを 9 人獲得した。Threads は、Instagram と合わせて運営を行い、開始からフォロワーを 2 人獲得している。

新たな観光商品開発に関して、玉名市役所と話し合いを進め、フィールドワークの舞台となるような事業団体の候補をいくつか紹介してもらい、フィールドワーク案の具体化を進めた。

2.3 今後の展開

SNS 運用の今後は以下の通りである。

—X は、高い投稿頻度を保ったまま 10 月には X 上のイベントを行い、新たなフォロワー獲得につなげる予定。数値目標としては、年末までに 2,650 人が目標。

—Instagram は、月 3 投稿を維持し、9 月中に総いいね数 30、フォロワー数 50 人が目標。

—Threads は、X・Instagram にて宣伝を行う予定。フォロワー目標は 20 人。

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

【参考文献】

吉本哲郎.地元学をはじめよう.岩波ジュニア新書.2008

後藤晴彦.景観まちづくり論.学芸出版社.2007

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

メンバー：佐藤なおと 谷水菜月 伊藤さくら 上田璃杏 島川大智

指導教官：小菌和剛

連携先：熊本日日新聞

グループ名：小菌ゼミ熊日班

1 イン트로ダクション

1.1 研究の背景

熊本県内の地域活性化、社会課題解決に向けた「これまでなかった新しいビジネスの創造」「既存の産業を生かす・結びつけることで生み出されるビジネス」を支援すること。私たちの研究の連携先である「びぶれすイノベーションスタジオ」(通称:Bスタ)は、上通の商業施設 New-s 内に併設されているコワーキングスペースである。

1.2 研究課題と目的

1.1 での背景を踏まえて B スタをその拠点とするには、B スタ自体の知名度が低いということが課題として挙げられる。研究目的としては、学生の起業支援をすること、大学などの教育機関と連携した仕組みや展開についても視野に入れて考える。また、「多様化する社会において B スタなどのコワーキングスペースを活用した新しい働き方を探ること」も挙げられる。

1.3 解決方法

研究課題の解決のための初期段階として私たちはまず B スタの利用者数の増加促進の施策が必要であると考えた。

その利用者数増加の課題解決のための方

法を4つのフェーズに分けて考えた。

また、今回の利用者増加のターゲットは大学生をはじめとした若者を中心に設定している。フェーズごとに分けた解決案は以下の通りである。

【フェーズ1】

まずは、ターゲット層である大学生を対象に B スタの認知度を上げることである。SNS を通じて B スタの認知度向上を行う。今回はターゲットが大学生をはじめとした若者であるため、主に Instagram や TikTok にて宣伝用のアカウントを新規作成し宣伝活動を行う。

また、施設のドロップインの割引クーポンを同封したポスターまたはパンフレットを配布する。

【フェーズ2】

次のフェーズは、大学生に B スタに来てもらうことである。

1つ目の案として、起業または企業就職説明会等のイベントを行うことで B スタに来てもらう機会を作る。

2つ目の案として資格勉強会を企画する。就職活動で有利な資格等を取得している B スタの利用者に協力してもらい、質問受け

を行ったり、同じ資格取得を目標としている人同士で質問会を行ったり、資格取得のための勉強会を企画する。この勉強会を通して資格勉強の自習にもBスタを活用できるためリピート利用に繋がると考えた。

【フェーズ3】

次のフェーズでは、大学生にBスタをリピートしてもらうことである。企業就職説明会が開催された後日に、企業の業界に合わせた面接練習やESの書き方講座などを複数回開催することで、説明会だけで終わらず、常用利用に繋げる。

資格勉強会、質問会を定期開催することで、資格取得の勉強の自習にBスタを活用することができるためリピート利用に繋がると考えた。

ポイントが貯まれば1時間利用無料などの特典がつくポイントカードを配布する。

【フェーズ4】

Bスタの会員の方の中には、起業をしている方もおられるため、大学生にリピートしてもらい、Bスタの会員の方々との交流の機会を増やしてあげることによって起業している方から、体験談を聞くことができる。また、それによりBスタ内で定期開催されている起業イベントへの参加のハードルが低くなることから、起業に興味を持ってもらえる人が増加するのではないかと考える。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

実際にBスタを見学し、どのような施設であるかを自分達の目で確かめた。それを元に当施設で、起業、スタートアップ支援のため、地域活性化の拠点づくりのための課題解決案の初期段階として、まずBスタの利用者を増加することに重点を置いた。そ

こで、「Bスタを知ってもらう」「Bスタに来てもらう」「Bスタをリピートしてもらう」「起業支援を行う」の4つのフェーズに分類し、ターゲットは大学生をはじめとした若者として、課題解決案を検討した。



2.2 活動の成果

4つのフェーズでそれぞれの案を検討し、先方へプレゼンを行い、4つのフェーズそれぞれの案を実行する許可を得ることができた。

2.3 今後の展開

Instagram、TikTok等のSNSによるBスタの宣伝活動、ポスター作成の準備を行っている。

InstagramやTikTokの宣伝は、どのような投稿をすれば大学生をはじめとした若者の目に留まるのか、趣向を凝らした投稿内容の検討を行う。

資格勉強会に関して、勉強会や質問受けを行う資格は、協力を依頼するBスタの会員の方やより多くの大学生がBスタへ足を運んでくれるような資格を検討中である。また、先方から、起業説明会は業界を絞ってより専門性の高いものにしたらどうかという提案をもとに、1月下旬頃に全国のIT企業を統括する業界団体である「ユーオス」様の協力のもと、IT業界の学生向けの合同就職説明会を行えないか先方と検討中である。

地域拠点「長嶺地区」における地域の将来像の検討に向けた

コミュニティづくりについて

- 「県大マルシェ」を通じて -

メンバー：大杉萌恵、田中七海、村上智江里、吉田亜矢、杉山大輝、渡邊彩加

指導教官：鄭一止

連携先：熊本市役所

グループ名：県大マルシェ

1 インTRODクシヨN

1.1 研究の背景と研究の目的

熊本県立大学（以下、県大）が位置する月出と長嶺は、熊本市立地適正化計画の15か地域拠点の一つである「長嶺地区」に含まれており、地域再生の主な対象となっている。そこで、去年より、地域住民へのニーズ調査のもと、地域と学生をつなぐ「県大マルシェ」を学内で実施中である。「長嶺地区」には、県大だけでなく、日赤病院、健軍川、長嶺公園など中型オープンスペースが複数存在する。その中で、通りに面していること、複数の予備プレイヤーが近くにいることより、県大を対象とする。

「県大マルシェ」は、学生主体のイベントであり、滞留を促す居心地の良い空間づくりを図りながら、トライアンドエラー式で問題点を見つけ、改善していく方式を取っている。今年は、地域の方々を巻き込んでいくことを意図として、会場を図書館前から西門あたりに広げた上で、居合わせを誘発するファニチャーのデザイン、そして居心地良さと安全性を両立した照明デザインを実施する。

1.2 実施方法

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

10/13の出店者は、学生による米農家のプロモーション、学生による地域活動のプロモーション、大学教職員による古着屋、食バラボ、地元飲食店などである。スタッフは、特に制限はかけていないものの、現在は鄭研究室のゼミ生をはじめ、居住環境学専攻の学生がつとめる。

2 取り組みについて

2.1 実験計画

まず、ファニチャーの実験としては、図書館前を販売と飲食スペースとして、立位もしくは座位のアクティビティを誘発するところとし、階段下の掲示板前を休憩スペースとして、座位と臥位のアクティビティを誘発するところとする。両方とも、見知らぬ人同士でも居られやすい、また人見知り同士では偶然見合わせする場づくりを図

る。横になったり、偶発的なすれ違いが起きたか、どうかなど、アクティビティ評価を行いながら、レイアウトを改善していく予定である。

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

2.2 実験と評価の着眼点

まず、ファニチャーの実験を通し、西門あたりにおけるもっとも適切かつ、多様な居合わせを生み出すファニチャーのレイア

ウトと種類を明らかにする。特に休憩スペースでは、一般的な椅子の高さである40cmよりも低いファニチャーで配置しながら、座位と臥位のアクティビティを誘発する要素について考察を行う。

一方、照明実験においては、県大通りにおいてもっとも相応しいかつ、安全面を考慮した照明計画を明らかにする。特に、複数の照明を組み合わせた上での適切な照度について考察を行う。

2.3 今後の展開

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



掲示板前での休憩スペースのイメージ



県大通りでの照明実験のイメージ



熊本市南区に新たなまちづくりの担い手の発掘及び育成手法の検討（仮）

メンバー：池松美陽 今村陽仁 後藤浩介 島名菜月 瀧内佑月 西溪光都

指導教官：柴田祐

連携先：熊本市南区

グループ名：みなみくん

1 インTRODクシヨN

1.1 研究の背景・課題

近年、地域社会が抱える諸課題を解決する上で、「まちづくり」は重要な役割を担っている。まちづくりに力を入れてきた熊本市南区は、宅地開発により新たに住宅が建ち、若い世代の住民が増加している地域である一方、過疎化、高齢化が進展する地域も抱えている。今後も、持続的なまちづくり活動を推進するため、自治会等の支援に取り組むことと合わせ、さらに、地域の活性化や「自分の住む町」の新たなコミュニティ形成を支援する様々な立場、職業、年代の多様な人材の発掘、育成が必要である。

1.2 解決方法

令和4年度の取組みを踏まえ、ヒアリング調査やワークショップを開催することで、まちづくりに関する想いを持った住民が参加するワークショップをさらに活発にする。また、新たなまちづくり活動の始動を支援し、担い手の育成を図る。

具体的には南区幸田地区で地域住民を対象として開催されている「まちづくりサロン」に参加し、まちづくりの活動の始動期の実態を把握することを目的とする。さらに、西区城山地区においても、まちづくりの新たな人材の発掘・育成を目的として「城山会議」が開催されている。この会議にも

参加し、両者を比較することで、新たなまちづくり活動の指導を支援し、担い手の育成を図るための方策を検討する。

1.2-1 南区について

熊本市南区は、面積は110.01平方キロメートルで、人口は平成7年以降増加傾向にあり、国勢調査では平成27年から令和2年にかけての人口増加率は熊本市5区の中では最も高くなっている。また、高齢化率は26.4パーセントと熊本市5区の中では3番目に高いが、年少人口比率は14.8パーセントと最も高くなっており、これからの発展が期待されている地区である。

「いきいき暮らしのまち 南区」を目指す区の姿とし、その実現に向けて区民、地域団体などと行政が協働で進めるまちづくりを目指している。

1.2-2 西区について

西区は、面積89.33平方キロメートルで、人口は平成7年以降減少傾向にあり、国勢調査では平成27年から令和2年にかけての人口増加率は熊本市5区の中では最も低くなっている。また、高齢化率は30.2パーセント、年少人口比率は11.9パーセントとなっている。

西区の魅力を形作る財産に磨きをかけて、それぞれが輝く西区にしたいとの思いを込

め、「金峰望む 華のある まち西区」を目指す区の姿としてまちづくりを進めている。

2. 取り組みについて

2.1 活動実績

南区の幸田まちづくりサロンと西区の城山会議の開催状況を表1に示している。幸田まちづくりサロンは昨年5月から活動が始まり、既に9回の会合と2回イベントを実施している。城山会議は今年3月から活動が始まり、これまで月に1回のペースで開催されている。

2.2 活動の成果

地域のワークショップに参加したことにより、まちづくりの新たな人材の発掘・育成という目標に向け取り組みを行われているものであることを再認識でき、会議の回数などのまちづくりの活発さが今後のまちづくりの方向性に影響を与えていることが把握できた。

城山地域ではこれまでに8回会議が開催されており、会議を重ねるごとに城山地域の方々とは新規住民との交流を重要視していることが明らかになった。そして現在、これを考慮したイベントが検討されるなど、まちづくりの方向性が固まりつつある。

一方で、幸田地域については、今年度から関わり始めたため、会議への参加が1度のみであり、十分にヒアリングが行えておらず、地域の現状を把握しきれていない。

2.3 今後の展開

両地区で行われる会議に引き続き参加し、ヒアリングやイベントを通して、住民の思いや地域の現状を把握する。また、引き続き

き新たなまちづくり活動の始動を支援し、新たな担い手の発掘や育成手法、特に現役世代のまちづくり参加に繋がる手法を検討していく。

表1 幸田まちづくりサロンと城山会議の開催状況

幸田地区A1:B12	城山地区
第1回 (R4年度5月) 地域人口のデータや 地域資源の整理	第1回 (R4年度3月) まちづくり会議の発足 に向けた意見交換
第2回 (7月) 住民がやってみたいこと のリストアップ	第2回 (R5年度4月) 住民がやってみたいこと のリストアップ
第3回 (8月) 勉強会「まちづくりに アートの視点を」	第3回 (5月) アイデアの 集約・整理
第4回 (9月) アイデアの 集約・整理	第4回 (6月) 事例紹介と 今後の流れの整理
第5回 (10月) 多様な視点から物事を 捉える体験学習	第5回 (6月) まちづくり活動を具体化 するための話し合い
第6回 (11月) 魅力ある場所をより 魅力的にするためには	第6回 (7月) 勉強会「まちづくりの 仕組みについて」
第7回 (12月) まちづくり活動を具体化 するための話し合い①	第7回 (8月) イベントの事例紹介と イベントのプラン検討
第8回 (1月) まちづくり活動を具体化 するための話し合い②	第8回 (10月)
第9回 (3月) まちづくりイベントの 企画会議	
第1回 (R5度4月) イベント・空間 作り大作戦	
第2回 (5月) 進行中の取り組み について	

今後の維持管理運営のため収益性のある施設としての 肥後民家村の活用について

メンバー：河野花鈴 大久保知己 緒方遥南 酒井貫多 濱崎杏莉 東紅羽
指導教官：飯島賢志
連携先：和水町役場
グループ名：みかんみん

1 インTRODakション

1.1 研究の背景

熊本県和水町にある「肥後民家村」は、旧河野家、旧布施家などの代表的な古民家
が移転復元された、昔ながらの暮らしを感じることができる野外博物館である。無料で入場
することができ、古民家の周りには、木工館やカフェ、食事処が設営されている。陶芸や
宿泊体験も実施しており、幅広い年代の方々が利用することができる。また、毎年行われ
る「戦国肥後国衆祭り」や「和水町古墳祭」では多くの地域住民で賑わいを見せている。

1.2 研究課題

肥後民家村の課題は、利用者数が少ないことである。現在の年間来場者数は約14000人
であり、要因は認知度が低いことが挙げられる。

1.3 解決方法

肥後民家村の年間利用者数をさらに10000人増加させることを目標に、定期的に
イベントを開催する。イベントを実施することで、肥後民家村を知ってもらう機会を増やす
ことが目的である。イベントの種類や宣伝方法等の統計分析を行い、より集客効果が高い
イベントを開催する。

私たちは「施設の認知度が低いと年間来場者数が少ない」という仮説を立て、肥後民家村
の認知度の向上を目指す。認知度を高めるための方法としては、イベント（食フェス）の
開催を提案する。直接的な来場者数増加が見込めるだけでなく、イベントによる肥後民家
村の認知度が高まれば、恒常的な来場者数の増加も期待できる。さらに、和水町には「ナ
ゴミカレーロード」があり、食フェスとの親和性が高いと考えら

れる。

2 取り組みについて

2.1 活動実績

①熊本県内で開催されたイベントの事例調査

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

②九州たこ焼きグランプリでのアンケート調査

今年9月に熊本県農業公園カントリーパークで行われた「たこ焼きグランプリ」で
アンケート調査を行い、イベントの効果的な広報等についても統計分析を行う。

③肥後民家村へ訪問し施設の活用法を考察

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

2.2 活動の成果

車の所要時間

～15分	17%
15～30分	38%
30～60分	34%
60分～	11%
合計（計577数）	100%

約9割が車で60分未満の場所から来場していることがわかる。

誰と来たのか

家族	81%
友人	8%
恋人	7%
1人	3%
その他	0.8%
未回答	0.2%
合計 (計 600 数)	100%

約8割が家族で来ていると答えた。大半が小学生未満の子供連れであったように見えた。

どこから来たか (上位8箇所)
(計 600 数)

東区	16%
北区	12%
南区	7%
中央区	6%
西区	5%
合志市	15%
菊陽町	5%
大津町	5%

熊本市内からの来場者が多く、他にも会場がある合志市が多かった。

イベントを知った情報源 (複数回答可)

インターネット	43%
知人からの情報	18%
ラジオ	15%
紙媒体	13%
テレビ	10%
その他	1%
合計 (計 711 数)	100%

インターネットが最も多くその中でもインスタグラム、ホームページから情報を得ている人が多くみられる。

2.3 今後の展開

熊本県内のイベントデータの統計分析を行い、10000人以上の来客が見込めるイベントの詳細を考察する。また、10/21-22に熊本県農業公園カントリーパークで開催予定の「第6回 KUMAMOTO カレー王座決定戦」でアンケート調査を実施する。これらの結果から、効果的なイベントの宣伝方法やメインターゲット等について検討する。

肥後民家村および和水町の課題をさらに深掘りし、イベント開催以外の施設改善や、資料館の跡地の活用方法について考察する。

マイクロツーリズムとしての

「宇土の小さな旅～uto small trip～」の開発

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

メンバー：島名菜月 瀧内佑月 後藤浩介 西溪光都 池松美陽 今村陽仁

指導教官：柴田祐

連携先：宇土市商工観光課

グループ名：宇土プロジェクト

1 イン트로ダクション

1.1 研究の背景

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

1.2 研究課題

本研究では、宇土市の子どもたちと共に地域資源の発掘と発信を行い、子ども目線のツーリズム「こどもツーリズム」の開発を行うことを目的とする。

1.3 解決方法

子ども目線の自由な発想と視点で宇土の地域資源の発掘を行うため、網田地区・花園地区を対象として、小学生と共に

うまち歩きを企画・実行する。さらに、まちあるきを振り返り、地域の認識を深めるため、発掘した地域資源を発信するPR動画の制作を後日、小学生と行う。

これらの取り組みによって、子ども目線の地域資源発掘とともに、子どもたちの地域愛着にも繋がると考えられる。

2. 取り組みについて

2.1 活動実績

今回の研究を行うにあたって、小学生と行うまち歩きのプレ調査として、対象とする2地区のまち歩きを8月、9月に実施した。

まず、8月24日(木)に網田地区、のまち歩きを行った。



写真1 網田地区のみかん畑

網田地区には、現存する県内最古の木造駅舎の網田駅があり、それを中心にプレ調査を実施した。調査の結果、網田地区は、海に面したみかん畑の広がる地区であることが分かった(写真1)。

次に、9月3日(日)に花園地区のまち歩きを行った。



写真2 花園地区の田んぼ道

花園地区には、大きな池を持つ立岡自然公園があり、そこを起点として、旧道に向かってプレ調査を実施した。調査の結果、花園地区は、池や田んぼが広がる自然が豊かな地区であることが分かった(写真2)。

2.2 活動の成果

プレ調査後、地域資源となり得るポイントを踏まえたまち歩きのコースの検討を行った。その後、小学生がまち歩きを楽しめるような分かりやすく、親しみやすいデザインのまち歩きマップを作成した。

また、イベント実施に向けて、宇土市役所と打ち合わせを重ね、2日間のイベントを企画した。

1日目では、「まち歩きビンゴ」を行う。まち歩きビンゴでは、両地区の小学生が自分たちの校区をまち歩き

し、地域資源と感じた物の写真を撮影していく。その後、撮影した写真をもとにビンゴカードを作成し、校区を入れ替えてまち歩きを再度行う。2回目のまち歩きでは、ビンゴカードの写真を見つけながら相手地区の魅力を感じてもらうことを目的とする。

2日目では、1日目の振り返りを行いつつ、PR動画を制作する。PR動画を制作することで、自分たちの地域の魅力を再認識するとともに、こどもツーリズムの開発に繋がると考えられる。

当初は、9月30日(土)と10月7日(土)に実施予定であったが、募集期間が短かったことや小学校の行事を考慮していなかったことが原因で参加者が集まらず、延期することになった。

広報活動としてチラシを作成したが、今後、改めて広報について検討を進めていく予定である。

2.3 今後の展開

今後は、参加する小学生の募集を再度行い、イベントを実施する予定である。また、実施したイベントでは、参加した小学生を対象に、まち歩きや発掘した地域資源に関するアンケート調査を行う。その調査の結果から、今回のこどもツーリズムの評価が得られると考えられる。