

チャレンジ！！オープンガバナンス 2019 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No.	タイトル	自治体名
	2_2/3_3	八戸まちなか広場「マチニワ」の活用	八戸市
アイデア名(注2) (公開)	マチニワティーンズプロジェクト		

(注1) 地域課題タイトルは、COG2019 サイトの中に記載してあるエントリー自治体(連合)が掲げる地域課題を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームが応募されるアイデアにつけるものです。アイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報

チーム名(公開)	MATINIWA クラブ		
チーム属性(公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム	<input checked="" type="radio"/> 2. 学生によるチーム	<input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム
メンバー数(公開)	6名		
代表者情報	向井 伊積		
メンバー情報	後村 大輔		
	前田 涼輔		
	木村 彩乃		
	古川 楓		
	岩崎 陽菜		

(注意書き) ※ 必ず応募前にご一読ください。

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2019_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2019 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2019@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：

「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示-非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
5. この応募内容のうち、「3. 自治体との連携」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあり得ます。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様でお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。（2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。）

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、課題解決のために、何をやる社会的なサービス（活動）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したり、活用したくなる、そしてその結果として、課題が解決される、そんなワクワク感のあるアイデアを期待します。2ページ以内でご記入ください。

<応募チームとして解決したい課題>

今回、私たちは八戸市にある施設まちなか広場(市民の愛称「マチニワ」。以下市民の愛称である「マチニワ」と表記)の活用という地域課題から、私たちを含めた若い人のマチニワの利用者が少ないという課題に着目しました。

今までにも様々なイベントが開催されてはいるものの、若い人の参加者が少ないのは、イベント情報が多くの人に知られていないと考えました。

<解決アイデアの内容>

【1】若い人を集めるイベントの開催

① 「フリーマーケット」

フリーマーケットは、八戸では手に入らない服やコスメなど10代～20代に人気のある商品を考えています。また、ネットでは商品を実際に見たり触ったりできないというデメリットに目をつけて、実際にサンプルを利用することで人もたくさん来るのではないかと考えました。

② 「体験型のイベント」

体験型のイベントは、女性を対象に、メイクを実際にしてもらえたり、髪をアレンジしてもらったりなど。また、男性を対象に、髪のアレンジをしてもらえるイベント、今、全国各地で流行っている大声コンテストやコスプレなど友達と一緒に参加できたり、カップルで来たりするのもいいかと考えました。



pixta.jp - 54150701

<https://images.app.goo.gl/WjrG3AbNaz3VMgd1A> 上記の画像<出典元：いらすとや>

<https://images.app.goo.gl/KYrxkh8LB53KMSdK9>

③ 「パブリックビューイング」

地元青森を代表するスポーツチームのフリーブレイズ（ホッケー）や青森ワッツ（バスケット）、ヴァンラーレ（サッカー）などの白熱する試合をマチニワで放映することで地元の人みんなで盛り上がるのではないかと考えました。

④ 「全国のスイーツや食べ物を試食しつつ買えるイベント」

全国のスイーツや食べ物を試食しつつ買えるイベントについては、「さくら野」「三春屋」などの地元百貨店で行っている「全国おいしいもの店」にプラス、若い人に目を向けた、InstagramやTwitterでの「インスタ映え」という要素を加え、八戸で食べることでできないスイーツやお菓子、ご飯などの試食および購入ができるイベントを考えました。

【2】SNS での情報拡散について

次に、人が来ないのはそのイベントが利用者に届いてないと思いました。私たちは、Twitter や Instagram などの 10 代～20 代が多く閲覧すると思われる SNS にイベント情報を書き込み発信すればもっと若者が来てくれるのではないかと考えました。

(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの資料や関連の計画、既存の施策などの定性データのことを総称します。データは出所を明らかにしてください。

・今回複数の企画を挙げたのは、私たちを含めた10代～20代の若い人が八戸の中心街に足を運ぶとなった時に飲食店はたくさんあるものの、お金がないと時間を過ごせない場所が多い。そのため、お金を使わなくても楽しい時間を過ごせるスペースとしてマチニワを活用することで若い人が集まり、八戸中心街の活性化にもつながると考え、イベントの開催と情報発信について提案しました。



マチニワ外観



マチニワ内観

<https://hacchi.jp/machiniwa/blog/2018/05/e002351.html>

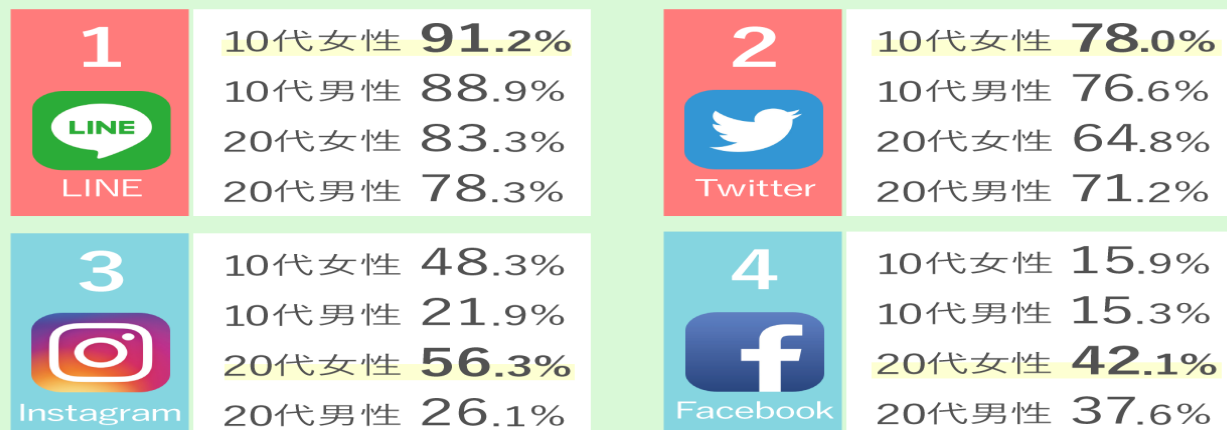
出典元（マチニワ外観）：hacchi 八戸ポータルミュージアムはっち

<https://www.city.hachinohe.aomori.jp/index.cfm/9,82166,18,html>

出典元（マチニワ内観）：八戸市

上記のアイデア【2】については、以下のデータをもとに考えました。

利用しているSNS



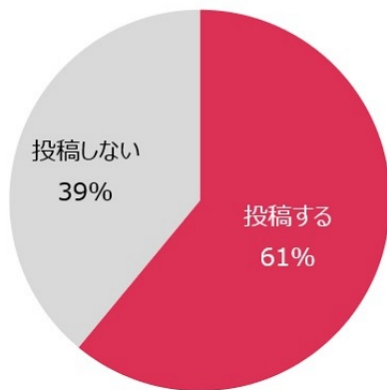
Tes Tee

<https://japan.cnet.com/article/35107656/>

出典元：cnet japan

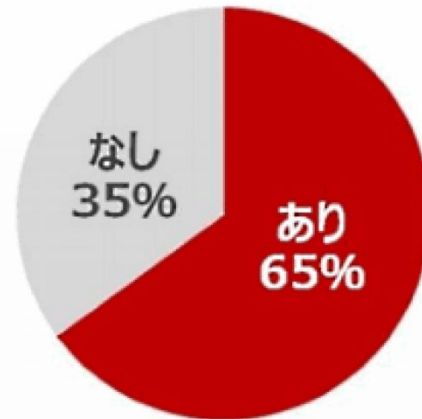
②の体験型のイベントは、実際に体験することで10代～20代の若者はそれをSNSにあげると考察し、イベント情報の広がりもよくなるのではないかと考えています。

校外のイベントに参加した際、
SNS投稿はしますか？



n=302

▼ SNSをきっかけに物を買ったり、
イベントに参加したりした経験



<https://images.app.goo.gl/t3dxwffkEhkTsCZKA>

<https://images.app.goo.gl/k4sgxaM6rDV3uYVv8>

出典元：株式会社イニス

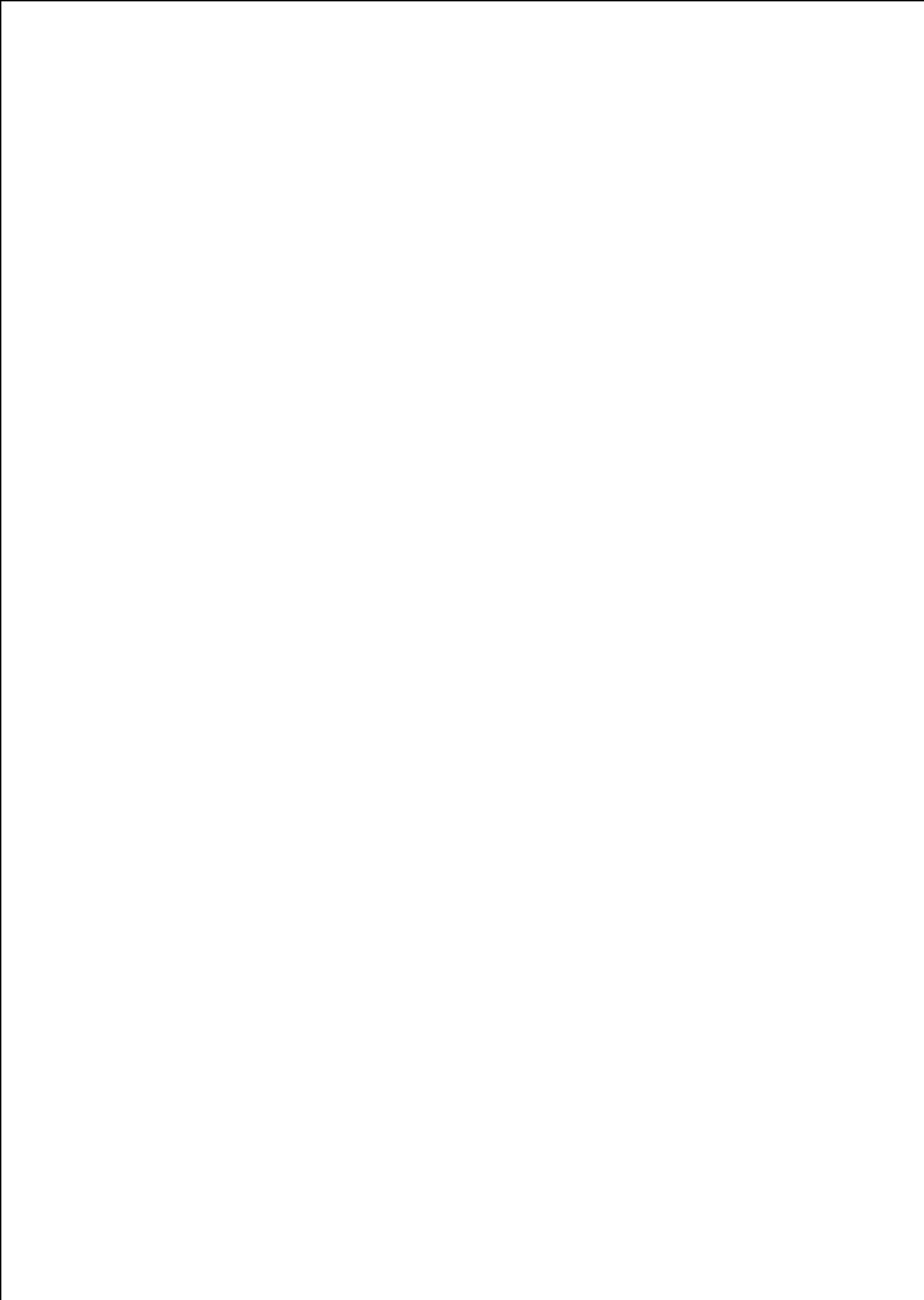
③のパブリックビューイングでは地元八戸を代表するスポーツチームの試合をマチニワの大きいテレビで放映することで地元愛がより一層深まるのではないかと考えています。



<https://images.app.goo.gl/RiuMKofk61bKqYcY8>

出典元：いらすとや

現在の日本は少子高齢化が進み深刻な問題となっています。そのため若い人自体が少なく地方では、過疎化が急激に進んでいます。そこで、私たちは、少ない若い世代を中心街に集め活気を取り戻し、県外からも若い世代を集めることのできるようなイベントを、マチニワを活用し開催していくことでマチニワの存在価値を高めたいと考えました。



(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの実現にいたる時間軸を含むプロセス、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、アイデア実現までの大まかな流れについて、2 ページ以内でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

※「はっち」・・・まちなか広場マチニワを運営している所

【アイデア実現のための流れ】

①「はっち」でInstagramや Twitter アカウントの作成



② SNS でイベント情報の発信→フォロワーの獲得



③ イベント開催

・若い人の興味をひく体験型のイベントを企画する。大声コンテストなどはポスターや SNS で募集する。

・SNS でのイベント情報の投稿：「はっち」の方々のご協力が必要です。

・パブリックビューイング：「はっち」の方々のご協力のもと
大型テレビに流してもらう。

・試食もできる全国スイーツ販売：若者の興味のある食べ物を私たちが
提案し「はっち」の方々のご協力のもと販売する。

以上です。

