

現代的な地域活性化プロジェクト

現代的な地域活性化チーム

①北九州市の課題・現状

60代(シニア層)
 ・既にすまいまちランキング
 2年連続1位
 ・現状に満足している

30代-50代(子育て層)
 ・子育てしやすい環境は十分に
 整っている
 ・簡単に移住できる世帯環境
 ではない

シニア世代が住みたい田舎部門

高数の出し方
 シニア世代が住みたい田舎アンケート29項目の点数
 ÷ 移住者人口の割合(シニア世代の移住者数÷人口×1000)
 ×(総合アンケート点数×0.1)

1位	福岡県 北九州市	35.66点
2位	山形県 酒田市	35.30点
3位	栃木県 栃木市	35.07点
4位	秋田県 秋田市	34.54点
5位	愛知県 豊田市	34.35点
6位	鳥取県 鳥取市	34.23点
7位	山口県 山口市	34.22点
8位	宮崎県 延岡市	33.40点
9位	静岡県 静岡市	33.00点
10位	新潟県 新潟市	32.30点

第14回 次世代育成環境ランキング(2018年度)
 (子育て層、順位23位)

1. 本調査について
 1) 内容: 各種統計データなどをNPO独自の基準で評価したもの。
 2) 目的: 次世代育成環境(出生、乳幼児保育、児童福祉、児童教育、母子福祉、小児医療)などは自治体別に順位が決められ、市民による様々な監視として、各自治体の環境評価を行うことで、自治体の環境改善と、一般市民の意識向上に寄与する。評価は自治体の私設に限り、自治体の公表を目的とする。
 3) 調査対象: 東京23区、地方自治体の指定市町村と中核市の合計91都市
 4) 今年の変更: 一律100項目調査に決定する。
 5) 調査機関
https://docs.wixstatic.com/ugd/cde1e1_968e3c9185e949cab30c4ebd9d2e1.pdf

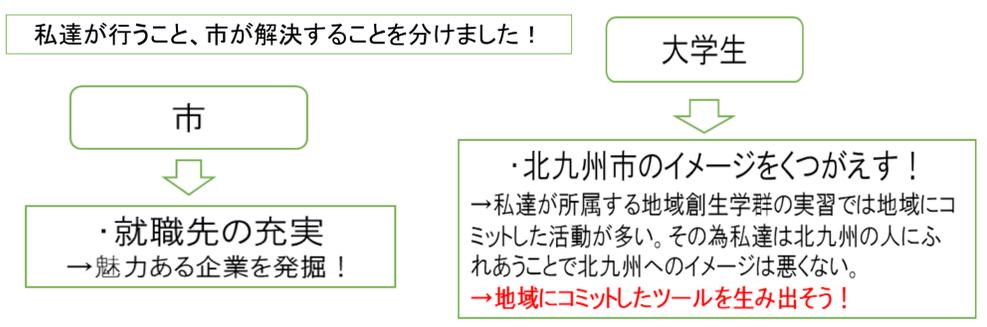
2. 調査結果
 1) 「次世代育成環境ランキング」2018年度
 2) 20歳未満の上位自治体

順位	自治体	順位	自治体	順位	自治体	順位	自治体
1位	北九州市	7位	川崎市	13位	堺市	19位	高松市
2位	熊本市	8位	京都市	14位	神戸市	20位	宇都宮市
3位	京都市	9位	仙台市	15位	金沢市	21位	松本市
4位	宮崎市	10位	新潟市	16位	徳島市	22位	大津市
5位	大阪市	11位	横浜市	17位	富山県	23位	高松市
6位	仙台市	12位	名古屋市	18位	高松市	24位	高松市

20代
 ・人の入れ替わりが激しい年代
 ・北九州市には魅力ある企業が少ない



既に住みやすい環境はそろっているが、20代になかなか浸透していない



③アイデアを実現するための障害とその解決策

- 関係人口を増やすための方法
- 私たちが動画で発信しようとしていること○
 - 1.地域で活動する大学生とそこに住む地域の人
 Ex)地域の人とともに農業に取り組む大学生
- YouTubeにて参考動画を載せています。詳しくはコチラ⇒<https://youtu.be/95oAwIW0b04>

⇒視聴者:地域に訪れなくてもその地域の良さがわかる

→ 実際に行ってこの活動をしてみたい！

→ **関係人口を生み出す**

④地域活動から得た課題解決のための学び.教訓

地域で活動する大学生にインタビューしてみました！

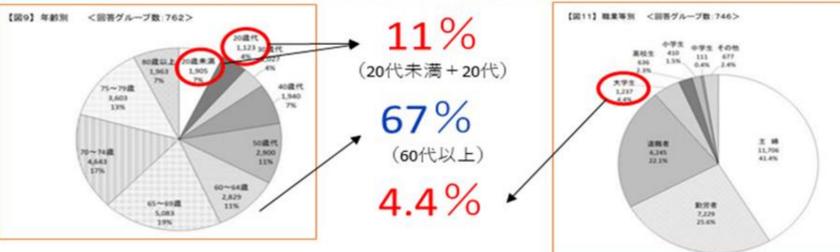
北九州は治安が悪いと聞いていたので少し不安だったが、実際に地域の日常に入ってみると治安の悪さは全く感じないし、優しく暖かい方が多いとわかった。地域の良さは実際に深く関わってみないと気づけないことを改めて実感しました。

北九州市立大学 増永祥也さん

地域に入り込んだ活動をすることで地域の方より親密な関係を築くことができた。楽しそうに暮らしている様子を見て、将来田舎でこんな風にのんびり暮らしたいと思った。

北九州市立大学 山根かれんさん

しかし、北九州市全体で見ると、地域で活動している若者の割合はたったの11%
 職業別で見ると大学生はたったの4.4%
 逆に高齢者は地域で活動している人の割合が高い！



⇒若者は地域で活動する機会が少ないため地域に対する愛着を持つことができていないのではないかな？
 ⇒関係人口を増やすには、若者が手軽に地域に関わることができるコンテンツが求められている
 ⇒若者を対象としたインフルエンサーが必要

②私達のアイデア

情報配信の仕掛け

20代=活発なSNS活動
 →「動画」を作成

動画を撮る内容？

田中: 今日は天気も良く、野菜もすくすく育ってるよ〜。おながすいたら来ないかな。

動画って難しかなー

目的を達成するための手法

→動画をを通して「人インフルエンサー」を創出すること

人インフルエンサー創出の副作用→市民の人にシビックプライドをもってもらう

効果

アイデアの新規性
 ・関係人口を電子媒体を使って、その地域に赴かなくても、関係性を気づくことが出来る！

魅力
 ・企業、学生が連携し、アイデアに継続性がある

→そこで既存の企業が手がける事業の1つである「WELLPATH」を利用した動画配信を提案

WELLPATH 企業連携×ビジネスとして実施

いい道があるこうWELLPATH

→「歩き」を使った新しいビジネスのしくみづくり、「歩く」に関わるすべての人を幸せにするwebアプリケーション。
 全国のフットパスに着目し、歩くレジャーに興味を持つ、自治体、団体が拡大中の中ウォーカービジネスとして確立しています。5つのコンテンツがあり、

- ・みちレポート
- ・みち探し
- ・いっしょに歩こう
- ・みちの店→→→
- ・みちを作ろう

5つのなかの「みちの店」に着目し、動画を一緒に制作しようと考えている

④アイデアの実現性

地域活動(実習)の取り組み

- 北九州市立大学地域創生学群
- ・門司商店街活性化プロジェクト: モノはうす(交流スペース)の運営
 - ・猪倉農業関連プロジェクト: 農業をベースとした地域活動、
 - ・小倉活性化プロジェクト実習: グリーンバード(まちの清掃隊)、kokulike(まちの魅力発信)、idea+ (小倉のまちに学びの場を提供) など
- 既に街にコミットした取り組みがある！

既存の大学生ネットワークを活用

- 地域創生学群小倉活性化プロジェクト
 →kokulikeのとくみ
 ・社会人インタビューを行う

「記事を通して、小倉活性化の目標である、「若者がここに戻ってきたい」と思えるような魅力のある人を紹介できます。」

実際にインタビューを行っているkokulikeの学生

インタビュー内容
 ・仕事、活動をはじめたきっかけ
 ・今後の展望など
 ・実際に活動してどんな影響があったか

既にある活動を掛け合わせているため、実現性が高く、現実的である