

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
	21_1/1_1	日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」 を活かした地域活性化、観光振興戦略	姫路市・福崎町・ 市川町・神河町・ 朝来市・養父市
アイデア名(注2) (公開)	高校生が魅力発見！日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」愛 醸成プロジェクト		

(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)	「銀の馬車道・鉱石の道」を有名にし隊		
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)	13名		
代表者情報	橋本 涼平		
メンバー情報	氏名(公開)	崎山 皓斗	
		梶浦 蔵ノ介	
		西岡 友樹	
		野中 秋桜	
		藤原 勝哉	
		中塚 凜	
		森川 翔太	
		田中 優奈	
		和田 海成	
		竹村 竜成	
		細見 大樹	
		鈴木 日菜子	

(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」中も同様をお願いします。
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>

- ・日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」（以下「当日本遺産」と呼称）の若い世代への認知度を高める。
- ・当日本遺産のプロモーションとしてさまざまな事業に取り組んでいるが、地域活性化に活かせていない。当日本遺産を未来へ引き継いでいくにはどうしたらよいか、高校生ならではの視点での意見、アイデアを取り入れる。
- ・若い世代が継続的に地域活動に参加する機会を創出する。

<解決アイデアの内容>

【プロジェクト概要】

当日本遺産は、2017年に日本遺産に認定されて以降、日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会を立ち上げ、兵庫県、沿線6市町、地元企業の広域的な連携、協働により、情報発信や播磨と但馬を結ぶ当地域への内外の観光客誘致などに取り組んでいる。これらの取り組みにより、多くの方々に知られるようになったが、高校生などの若い世代が参加しやすい取り組みが少なく、若い世代が積極的に地域づくりに関わりを持っていないのが現状である。

地域の誇りである当日本遺産沿線の地域資源を守り、後世に受け継ぎ、地域の誇りを持ってもらうため、当日本遺産沿線市町の高校生たちを集め、「沿線生徒会」を結成。地域の魅力発掘ワークショップを実施し、ワークショップで考えた、地域を巻き込んだ新たなプロジェクトをフォーラムで発表する。

【プロジェクトの取り組み】

○ワークショップ

高校生たちに、当日本遺産への理解を深め、同時に地域に関わることの楽しさを知ってもらい、当日本遺産が抱える課題解決につなげるプロジェクトを企画することを目的に開催した。令和元年8月から11月の間で4回のワークショップを実施した。

第1回目（8月） ①当日本遺産について、及び日本遺産に認定されるまでの経緯を学ぶ。

第2回目（9月） ①高校生にも考えてほしい地域の課題について説明し、地域が存続するためにどうすればよいか。また、自分たちの身の回りで感じる社会の変化について考える。

②日本遺産認定以降、さまざまな魅力発信の取り組みを実施してきたが、当日本遺産がなぜ盛り上がらないかを考える。当日本遺産を盛り上げるためにはどんなことをしたらいいと思うか、アイデアを出し合う。

第3回目（10月） ①どうすれば「自分事」として捉えることができるか。

②当日本遺産を私たちが愛するためには？みんなに愛してもらうためには？

③『○○×銀の馬車道＝■■■』にグッズ、イベント、広報活動などのアイデアを当てはめる

形でアイデアを出し合う。

- ④アイデアを仕分ける。効果的か、やってみたいか、お金がかかるか、簡単か難しいか。興味のある課題を掘り下げていく。仕分けた課題をもとにグループ分けし、実現可能な課題にしていく。

第4回目(11月) ①最終提案するアイデアを選ぶ。

②アイデアをブラッシュアップする。

○フォーラム

12月14日(土)開催。「高校生ワークショップからの提案」と題して、ワークショップを通じて企画した提案を発表。当日本遺産沿線地域から約200人の参加があった。

高校生からの提案は、

(提案1) 銀の仮想馬車～2人だけの仮想旅行～

(提案2) 銀の馬車道・鉱石の道歴史館～次世代型あなただけのハイテク歴史館～

あわせて、地域の観光資源である別子銅山の学習に力を入れ、情報発信のほか、観光ガイドとしても活躍している愛媛県立新居浜南高等学校の発表を聞き、意見交換を行った。

日本遺産「播但貫く、銀の馬車道・鉱石の道」
高校生フォーラム
日時: 2019年12月14日(土) 13:00~16:00
(開場 12:30)
場所: 神河町グリンデルホール (神崎郡神河町寺前64番地) 参加無料
直接会場へお越しください

スケジュール
13:00 開会
13:15 高校生ワークショップからの提案
銀の馬車道・鉱石の道沿線地域の高校生たちを集めて実施した地域観光力発掘ワークショップで高校生が考えた地域を巻き込んだ新たなプロジェクトを発表します。
13:50 愛媛県立新居浜南高等学校ユネスコ部の活動発表
地域の観光資源である別子銅山の勉強に力を入れ、情報発信のほか観光ガイドとしても活躍するユネスコ部の活動と、新居浜市の取り組みについての紹介を行います。
14:20 休憩
14:35 高校生のトークセッション
14:50 講演「地域遺産を活用した若者主体の取り組みについて」
講師 丁野 剛 先生 (文化庁日本遺産審定委員)
15:50 閉会

主催 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会
運営 特定非営利活動法人総務コンベンションサポート
〒670-0912 総務市南町75番地 城崎ビル2階
(TEL) 079-286-8988 (FAX) 079-286-9009

(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。

【日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」マーケティング調査結果】

日本遺産認定に伴い、従来までの観光誘致に加え、これまでとは異なる新たな客層に対する効果的なプロモーションや観光戦略が必要と考えられることから、意識調査・ニーズ調査などを行い、観光誘致策を構築する基礎資料を得るために実施した。

調査目的：姫路城、竹田城跡、城崎温泉の観光訪問者のニーズを明らかにし、当日本遺産への観光誘致施策の材料となるような情報を取得する。

調査方法：調査員による聞き取り調査

調査地点：①姫路城 ②竹田城跡 ③城崎温泉

調査対象者：3 地点の来場者

サンプル数：合計 519 サンプル

調査期間：2017 年 10 月～11 月

○日本遺産について

①日本遺産の認知度

日本遺産を「知っている」と答えた人が 25.2%、「聞いたことがあるが内容は知らない」が 14.1%。39.1%の人が日本遺産という言葉聞いたことがあると回答した。

⇒日本遺産自体の認知度はまだ低い傾向にある。

②日本遺産に認定されていることが分かった場合の、その地域への興味・関心の変化

日本遺産に認定されていることが分かった場合、「行ってみたいくなる」と答えた人は 37.4%、「調べてみたいくなる」と答えた人は 28.5%で、65.9%の人が日本遺産に認定されていることを知った場合、興味、関心が増すと回答した。

⇒日本遺産であることの認知が広まれば、旅行目的として高いポテンシャルを持つことがうかがえる。

③「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」の認知度

当日本遺産を「知っている」と答えた人が 18.9%、「聞いたことがあるが内容は知らない」が 13.3%で、32.3%の人が、当日本遺産を認知していると回答した。

⇒当日本遺産の認知度はまだ低く、認知拡大が必要であると考ええる。

- 日本遺産という言葉の認知は 4 割程度、日本遺産であることがその地域への興味、関心を引ききっかけとなる人は 7 割程度、「行ってみたいくなる」との人は 4 割弱と、日本遺産という言葉の訴求力は高いものと考ええる。
- 当日本遺産の認知については、内容まで知っている人は約 2 割、言葉だけ聞いたことがある人は 1 割強であった。また、日本遺産であると知ったことで行きたくなると答えた人は 7 割強にもなり、非常に訴求力は高いものとなっている。
- 当日本遺産に興味を持った層は、男女問わず歴史やストーリー、文化遺産や産業に興味ある人で、逆に興味、関心がわからない人は、日本遺産のストーリー内容が分からない、歴史・文化に興味がないなどであった。



◎まずは認知拡大することが重要である。

◎歴史やストーリー、文化遺産や産業に興味を持つ人に訴えるようなアイデアを提案すると効果的である。

【高校生ワークショップでのアンケート結果】

ワークショップにおいて、参加高校生等（21人）に合わせたアンケート以下のとおりである。

①当日本遺産を知っているか (人)

よく知っている	知っている	どちらともいえない	あまり知らない	全く知らない
4	6	10	1	0

②当日本遺産は残すべきか (人)

絶対に残すべき	残すべき	どちらともいえない	なくても自分は困らない	必要ない
0	15	6	1	0

➤①、②ともに「全く知らない」「必要ない」は0人であるが、①「当日本遺産を知っているか」という問いに対して「あまり知らない」「どちらともいえない」が11人と、『名前は聞いたことあるが、詳しくは知らない』という程度であることがうかがえる。

➤②「当日本遺産は残すべきか」という問いについては、「絶対に残すべき」は0人という結果であった。貴重な地域資源である当日本遺産を、若い世代である「自分たち」が、後世に引き継いでいくという意識の醸成を図る必要がある。

(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。

【高校生の提案】

当日本遺産をより多くの人に知ってもらい、愛してもらうために、どんなことができるか。高校生ならではの感性で考えた「銀の馬車道・鉱石の道」の活性化アイデアを（提案1）（提案2）として提案する。

前述のマーケティング調査結果を踏まえ、当日本遺産の認知度を拡大できるような、また前例がない、斬新なアイデアを提案する。

（提案1）銀の馬車道仮想ツアー

- <内容> ・年中行事や季節のイベントにあわせてツアーを実施する。
- ・立体パズルの完成を目指し、ツアーを行う。6つの市町の盤に各地のスポットのピースがはまるパズルを作る。ゴールにパズルを持っていくと、記念品がもらえる。
 - ・移動用のタクシーのようなものにVRと4DXを取り付け、VRで乗馬体験の雰囲気を楽しんでもらう。ゲームイベントなども企画する。
 - ・スタートは、兵庫県観光動態調査による、観光客の多い場所を設定する。調査によると、姫路城、姫路科学館が観光客が多い場所となっている。スポットと連携して施設のクーポンなどを出す。
- <ターゲット> ・夫婦、カップル、親子などの「ペア」をターゲットにする。「ペア」が求めていると思われるものは、親しくなりたい、2人だけの空間がほしい、安く済ませたい等であると考えられる。ツアーを2人で体験することでより親しくなれる。
- <実現にあたり必要となるもの>
- ・移動用の車
 - ・VR・4DX
 - ・VR・4Dを作成する費用
- <効果> ・立体パズルを作ることは小さい子どもでも楽しめ、当日本遺産へ興味を持つきっかけになる。
- ・各地のスポットと連携することで、相乗効果が期待できる。

（提案2）銀の馬車道歴史館～次世代型あなただけのハイテク歴史館～

- <内容> ・「銀の馬車道・鉱石の道」には、姫路城や百舌鳥古墳群のような、その街のランドマークになるようなインパクトがなく、道としてはほとんど舗装されている。それを解決するために、VRやARを用いた、自分好みにカスタイズできる、次世代のハイテク歴史館を整備する。
- ・スマートフォン越しに部屋を見渡すと、展示物や再現映像など、明治初期の風景が画面越しに映し出される。映し出されるのは、事前に自分が選んでおいた展示物、映像、風景。また、新しい発見がしたい、自分が知らない世界を見たいという人のためには、ランダムに歴史館を生成することもできる。
- <実現にあたり必要となるもの>
- ・歴史館として使用する施設
 - ・AR・VR映像、それらを実際に動かすアプリケーションもしくはWEBサイト
 - ・建物を整備する費用、AR・VR映像を作成する費用
- <効果> ・歴史館として使用する施設は、当時の遺構である生野銀山の甲社宅や古民家を利用する。人が住ん

でない古民家を利用することで、空き家を減らし、地域の環境を保全することができる。

・ほかにはない先端性による集客効果がある。

【アイデア実現の主体・可能性等】

➤ 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」マーケティング調査では、当日本遺産に興味を持った層は歴史・ストーリーへの興味が高いとの結果が出ており、提案は効果的であると思われる。

➤ 高校生からのアイデア提案であり、AR、VR 等を用いることで、若い世代からの関心を集めることができる。

➤（提案 1）（提案 2）ともに、実現する主体は、「沿線生徒会」と日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会。今回提案した案の実現可能性の検討、実現に向けての具体的な取り組みについては、推進協議会にて引き続き協議する。

➤ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」高校生フォーラム事業は、推進協議会のシンボル事業として来年度以降も継続して実施する。

➤ 高校生が自ら地域課題を見つけ調べることで、当日本遺産、ひいては地域の良さを発見することができる。

また、自分たちの提案が実際の事業として実現することで、地域に対する愛着がより高まるものと期待される。

さらに、沿線市町の高校生が集まることで、他校の生徒との交流が生まれ、互いに刺激を受ける中で、生徒自身の自主性、積極性の向上が期待される。

➤ 今後も高校生フォーラム事業を継続する中で、より多くの高校生の参加を働きかけ、引き続き「銀の馬車道・鉱石の道」愛の醸成に取り組んでいく。