

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2021 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題タイトル（注1）	No.	タイトル	自治体名
	6-2-1	東北一広い鶴岡市の中核駅である鶴岡駅前ににぎわいを取り戻す方法	山形県鶴岡市
チームがつけたアイデア名（注2）（公開）	「鶴岡駅前活性化委員会」の結成～通年で楽しめる駅前へ～		

（注1）地域課題タイトルは、COG2021 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題タイトルを記入してください。

（注2）アイデア名は各チームで独自に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 赤字部分は削除して該当の番号を記入

チーム名（公開）	大東文化大学社会学部・阿部ゼミナール		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	<b>3</b>	
メンバー数（公開）	4 名		
代表者（公開）	千葉秀策		
メンバー（公開）	他 3 名		

#### 【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。

<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 COG2021\_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 COG2021 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin\_cog2021@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開いたしません）
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、内容に優れた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。）

<b style="color: red;">アイデアの説明全体が肖像権・著作権等を侵害していないことの確認</b>	<b>○</b>
--	----------

**(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。

## 2. アイデアの説明（公開）

### (1) アイデアの内容（公開）

#### (1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、対象とする課題解決のために、何をする社会的な活動（サービス）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、実践したくなり、活用してみたい、そしてその結果として、課題が解決される、そんなわくわく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の要点はこれ！をごく短く書いてください>

☆鶴岡市の顔である「鶴岡駅前」の地域利用を進め、訪問者が温かみを感じるような場所をつくりたい。  
かつ、単発の企画で終わらない、継続して鶴岡駅前を盛り上げていくためのアイデアを考える必要がある。

<この課題解決のために「何を」するアイデアか、それを「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するかをわかりやすく書いていきます> <アイデアが具体的に実行される場面を想定してください。>

<よいアイデアを生むには関連データの分析確認とデザイン思考によるアイデアを使う人への共感が必要です>

#### ①鶴岡駅前を盛り上げたい！「鶴岡駅前活性化委員会」の結成！

鶴岡駅前の活性化事業は、単年もののイベント開催では、継続的な成果を見込めないといえる。

その為、駅前活性化事業を継続的におこない続け、「文化」として地域に根付かせるためには、委員会制度を設け、「地元の市民」「地元の学生」「鶴岡に縁がある人々（＝“惹かれた者”）」「行政」「地元企業などの団体」といった諸アクターを結びつけることで、一体感を持って、駅前を盛り上げていく仕掛け作りが必要なのではないか。

市民（大人）	市民（学生）	惹かれた者
<ul style="list-style-type: none"><li>・駅を日常的に使う人々の視点を活用！</li><li>・駅前商店街に関わる人々を増やしていきたい！</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・地元高校の総合的学習との連携</li><li>・地元への愛着をもってもらい、地域課題を知ってもらうことが狙い！</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・鶴岡市への関与を通して更に好きになっていく！</li><li>・在京の大学生等の交流人口を増やしていく！</li></ul>

#### ②鶴岡駅前で手軽に楽しむ！「四季折々のイベント開催」&「駅前 de サクッと観光しちゃおう！」

##### A) イベント開催の動機

・鶴岡市の面積は東北地方で最も大きく、全国第7位を誇っている。

・鶴岡観光で有名な、「加茂水族館」「羽黒山」「あつみ温泉」はそれぞれ中心市街地から離れている。

→では、電車利用等の訪問者は、鶴岡駅前は単なる「通過地点」にしか過ぎないのではないか。

→更に、車等で鶴岡を訪れた訪問者は、鶴岡駅前にわざわざ立ち寄ることはないのではないか。

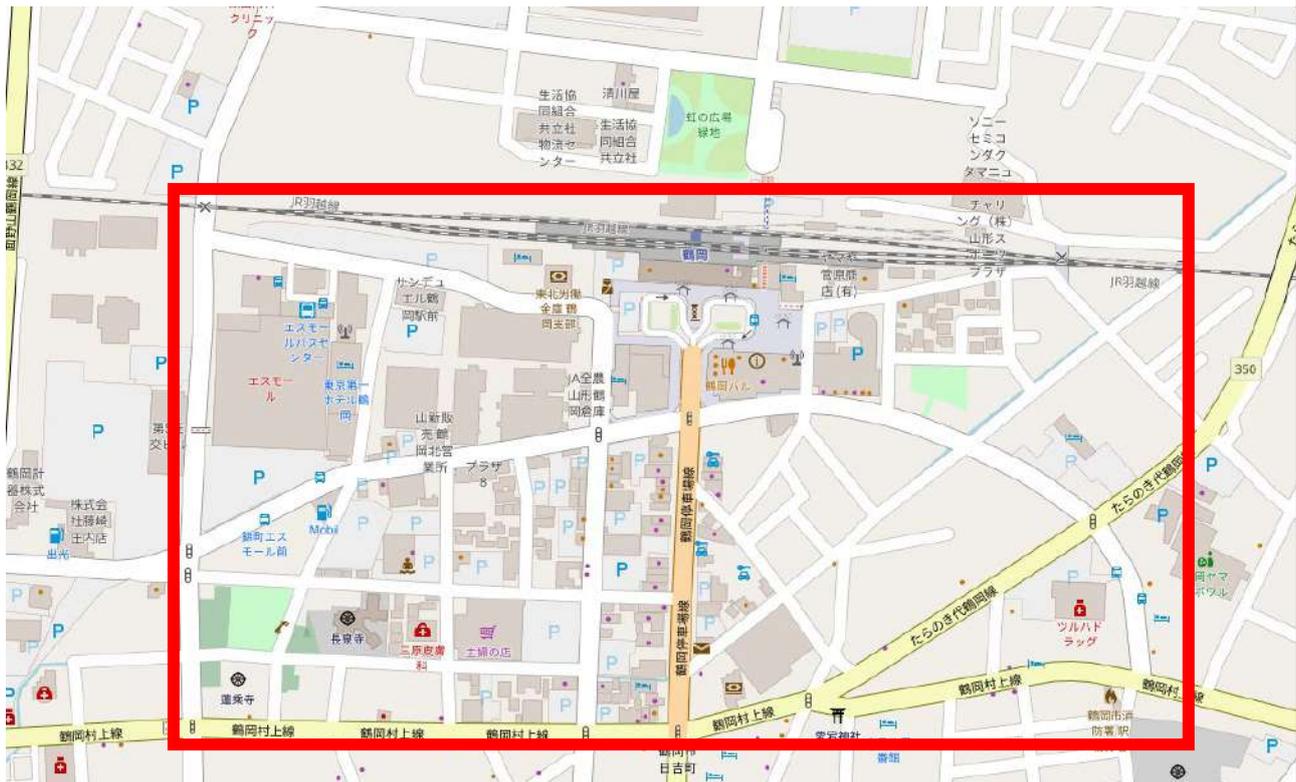
・駅前を恒常的に利用する市民層を考えると、一番は「通勤・通学利用」である。

・駅前の印象は「寂れている」「買い物する場所ではない」「バスと電車を乗り継ぐ場所」である。

※過去には「ダイエー鶴岡店（＝現・エスモール）」「ジャスコ鶴岡店（＝現・マリカ、FOODEVER）」が駅前に出店。

→駅前に行く理由がない、駅前に魅力を感じないなどの消極的なイメージを払拭する必要があるのではないか。

**B) 駅前のイベントの開催場所および駅前の定義**



© OpenStreetMap contributors

①歩行者天国にする区間の想定：「鶴岡停車場線」部分（約 750m）

②駅前の定義：

赤囲み部分をメインエリアとし、駅裏の「虹の広場緑地」付近も活用する。

- ・鶴岡駅前ロータリー
- ・鶴岡駅前商業施設(マリカ)、エスモール、及び鶴岡駅前商店街
- ・「鶴岡停車場線」の歩行者天国エリア

以上 3 つを本提案における「駅前活性化事業」の対象とし、このエリアの利活用を考えることとする。

**C) イベントの詳細**

運営主体である「鶴岡駅前活性化委員会」によって、再度話し合いながら作る必要があるが、我々が検討したイベントの内容としては、以下の通りである。

- ①出張加茂水族館 ～クラゲで有名な加茂水族館を PR！～
- ②駅前でのイルミネーション ～藤島歴史公園でのイベントとリンク～
- ③食文化都市「つるおか」Parade ～駅前ですくすく鶴岡の食の宝箱～  
駅前から鶴岡市街地まで続く「食の Parade」へ



☆分散している観光資源を、一元化して鶴岡駅前ですくすくよう、「ミニチュア鶴岡」を駅前に再現する！

☆駅前を恒常的に利用する層も楽しめるような仕掛け作りを継続して整備する。



## 2. アイデアの説明（公開）

## (2) アイデアの理由（公開）

### (2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由（なぜ）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、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

<このアイデアを提案する理由（なぜ）を書いていきます>

<先の（1）で書いた「何を」「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」というアイデアの内容を支えるための、「なぜ」このアイデアがいいのか実現したいのかを上記のデータを示しつつ書いていきます>

#### 1. 駅前の利用層について

JR 東日本の統計データによると、鶴岡駅の利用者の約7割が「定期利用者」であるという。

駅名	1日平均		
	定期外	定期	合計
鶴岡	215	577	793

鶴岡駅を恒常的に利用する層が「単なる通過地点」としてではなく、「楽しめる駅前のスペース」として受け容れられるように、声を反映させ、通勤通学の利用以外にも利用できる空間として活用されることが必要である。

#### 2. 実行委員会制度をとる理由



今回 COG に参加している我々のなかにも、高校時代に地元の課題解決という「総合的学習」の時間が設けられ、地元を活性化するためのアイデアを提案するという経験をしたメンバーがいる。そのなかで、「高校生だけでは提案だけで終わってしまって実施までおこなうことができなかつたことが悔やまれる」という意見が上がった。

現在大学生となり、ゼミナールの活動を通して、場所は違えど縁があった「鶴岡市」での活性化事業をおこなうにあたっては、地元の高校生のアイデアや地元の人々の意見反映が最も重要であると考えている。我々、大東文化大学の役割は、「ヨソ者」としての一歩引いた目線であると思う。ゆえに、実行委員会制度を敷き、様々な「鶴岡に惹かれ合う運命」を感じた者たちが同じ委員会として協働し、様々な意見を交流させながら、一緒に街を作り上げていく必要があるだろうと感じた。

写真は前述の「鶴お菓子まつり」を取り上げた鶴岡タイムズの記事である。この鶴岡市には、地元を考える高校生たちと、それを支える大人という協働が既にある。ここに更に我々のようなヨソ者が参加していくことで、更なる発展が見込まれるのではないかと思う。

#### 3. オンラインの活用

委員会制度をとることで、日常的に鶴岡市を訪れることができない層を取り込み、オンラインの活用によって、一緒にワークショップを開いたり、オンラインコミュニティを作っていくことができるのではないかと。離れながらも鶴岡市へ関わっていき、イベント時などに鶴岡を訪れることで、更なる鶴岡への愛着を持ってくれるのではないかと。

→関係人口の増加を目指していく。

4. 食文化都市のPRとして ～駅前活性化に関するスイッチ～



ユネスコ  
食文化創造都市

鶴岡

UNESCO Creative City  
of Gastronomy

四季折々の美味しい食べ物を誇る庄内「鶴岡」をPR するべく、**駅前で手軽に楽しむことができるイベント**を実施することで、美味しい鶴岡を前面に押し出し、個別の店舗などへと誘導するための道標にしていくことが必要ではないか。

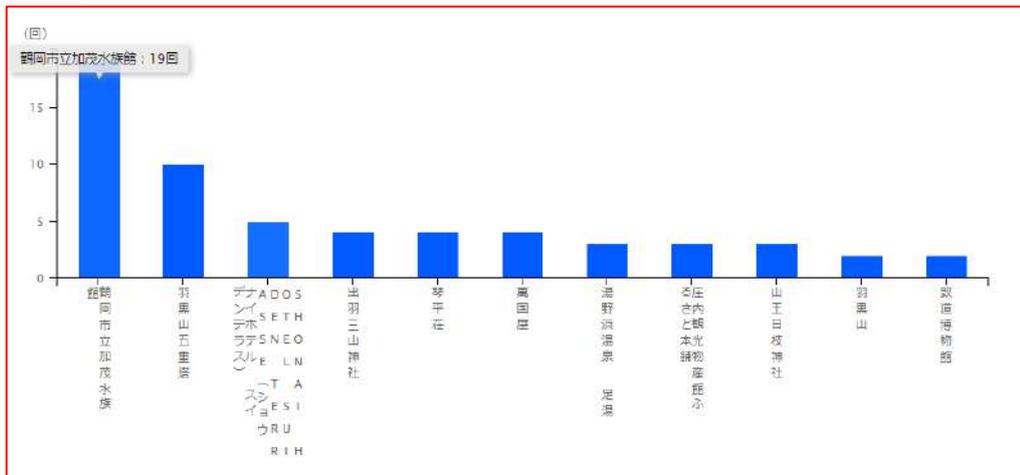
また、鶴岡の観光資源・鶴岡の食文化を駅前活性化の問題と掛け合わせて解決していくことができるのではないかと期待している。

電車とバスのつなぎ目である「鶴岡駅前」が、「市民」と「訪問者」、「ヒト」と「文化」、「観光資源」などが互いに交わる、交通拠点としての再創造を、この駅前活性化委員会によって見込まれるのではないか。

☆ 目的地分析より考える

目的地としてはやはり海沿いの「加茂水族館」が1位、山沿いの「羽黒山五重塔」が2位、駅周辺の「スイデンテラス」が3位と続く。

このことから、**観光資源は鶴岡市郊外に散らばっており、それぞれを有機的に繋げていく取り組みがハブとなる駅前の役割**であると考えられる。



滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 東京都 520人 (22.63%)
- 2位 新潟県 408人 (17.75%)
- 3位 東京都 248人 (10.79%)
- 4位 秋田県 222人 (9.68%)
- 5位 神奈川県 138人 (6.01%)
- 6位 埼玉県 129人 (5.61%)
- 7位 徳島県 128人 (5.57%)
- 8位 千葉県 117人 (5.09%)
- 9位 埼玉県 96人 (4.18%)
- 10位 東京都 95人 (2.39%)
- その他 227人 (10.31%)

滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 東京都 662人 (24.28%)
- 2位 新潟県 510人 (18.73%)
- 3位 東京都 290人 (10.64%)
- 4位 福島県 243人 (8.91%)
- 5位 群馬県 220人 (8.07%)
- 6位 神奈川県 189人 (6.93%)
- 7位 埼玉県 157人 (5.76%)
- 8位 千葉県 116人 (4.26%)
- 9位 千葉県 83人 (3.04%)
- 10位 東京都 56人 (2.05%)
- その他 220人 (8.07%)

☆ 滞在人口から考える

鶴岡市の滞在人口率は0.99倍となっており、日中は転出超過となっている。(2021年6月:午前10時)

また、鶴岡市の都道府県外の滞在人口のグラフは左記の通りである。

平日は1日平均2,298人(地域外割合2.34%)

休日は1日平均2,726人(地域外割合2.79%)となっている。

【出典】滞在人口分析：株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」 総務省「平成27年国勢調査」/ 目的地分析：株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」(ともにRESASデータより引用)

### (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。

<アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきまず>

<以下のように分けて書いていきます>

1. **実現する主体**
2. **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
3. **実現にいたる時間軸を含むプロセス**

#### 1. 実施主体

鶴岡市役所＋市民グループ（鶴岡駅前商店街振興組合）＋学校（大学・高校）

☆市役所の視点 × 市民の視点・商店街を使う人々の視点 × ヨソ者（関係人口となる層）の視点から、「恒常的に使う人々が使いやすい駅前」と「ビジネスや観光で来た人達がまた来たいと思う駅前」をデザイン。

#### 2. 必要な資源

##### A) ヒト

##### 実施主体（＝運営委）として

- ・市役所：市民への助言、関係部署とのコネクション
- ・市民（大人）：駅前を恒常的に利用する人々の声を反映
- ・市民（学生）：地元の学生の意見をアイデアを採用！
- ・ヨソ者：「鶴岡が好き」な人を増やし実行委員会に取り込む！

##### 参加者として

- ・市民（大人）：駅前に行きたいと思える層を増やす。「そうだ、今日は駅前に寄ってみようかな」と思えるレベルを目指す。
- ・市民（子ども）：地元に着着を持ってもらえる取り組みを行い、取り込んでいく
- ・訪問客：「あったかくて、また来たいな」と思って貰える街を目指す。

#### ※参考：いままでの実践事例



・ハロウィンイベントの開催（子どもたちの参加を主に）

[写真：鶴岡駅前商店街振興組合の Facebook より]

・鶴お菓子まつり（高校生の参加を主に）

[地元の高校生による駅前活性化の取り組み]

・庄内酒祭り（駅前商業施設・マリカにて）

## 2. 必要な資源

## B) モノ

## ① 関係各所とのハブづくり

- \* 駅前活性化事業をおこなう地域団体・地域の高校との連携
- \* 「出張！えきまえ水族館」の場合：加茂水族館との連携、移動水族館の設置準備
- \* 「えきまえイルミネーション」の場合：藤島歴史公園 Hisu 花でのイルミネーションの宣伝のため、藤島庁舎との連携、藤島地域の住民との交流などのハブづくりが重要である。

## ② イベント実施となった場合のモノの確保

- \* 歩行者天国及び露店の準備、露店で販売団体の確保
- \* イベント情宣手段の確保

## C) カネ

## ① イベント参加収益：

- ・露店エリアにおいては販売団体に 1 区画ごとに出展費を負担いただく

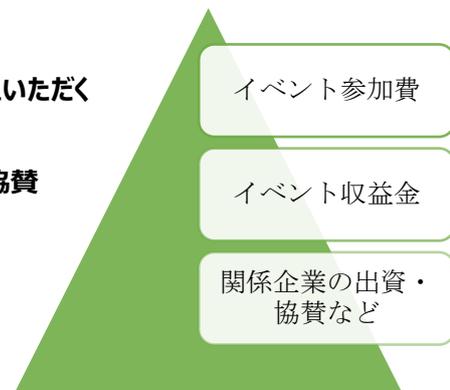
## ② 地元企業の出資：

- ・駅裏の敷地に工場をもつ企業および鶴岡に縁をもつ企業の協賛
- ・イベントパンフレットの広告枠の設置及び販売

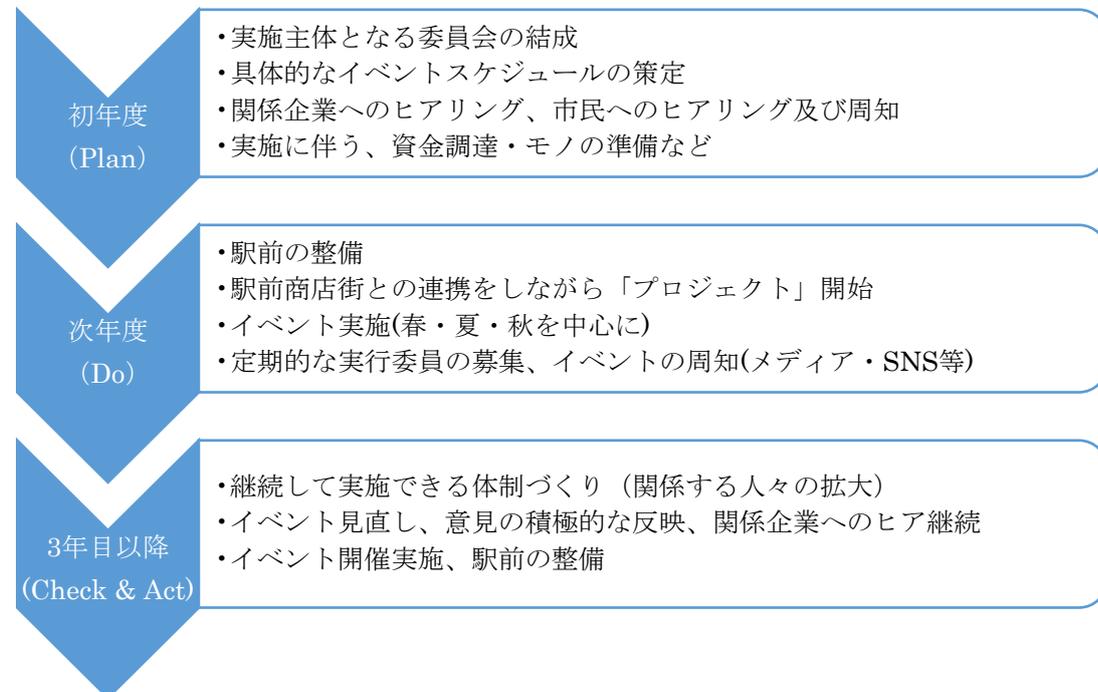
## ③ イベント収益金収入：

- ・継続してイベントや駅前活性化事業を続けるための資金

## ④ 関係する人々の寄附、実施主体による寄附など



## 3. 実現にいたる時間軸を含むプロセス



\* 参加者の声、市民の声を中心に積極的に反映させ、PDCA サイクルを意識しながら実施していく

\* 「同じ取り組みも 10 年続ければ『伝統』になる！」