

## 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
	7-2-2	都市のブランディングによる鶴岡市の魅力向上	山形県鶴岡市
チームがつけたアイデア名（注2）（公開）	産直ごっこ～鶴岡市の豊かな地形を活かした産直アプリ～		

（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）	鶴岡再発見！プロジェクト		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	<b>2</b>	
メンバー数（公開）	7名		
代表者（公開）	泉川由起		
メンバー（公開）	成澤凜 二瓶愛 田中亜季 菅野愛理 島田千洋 杉下亜弥香		

#### **【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＞

- 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＞

- 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。
- 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/>)
- 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）
- 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＞

- 「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。
- 「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。）

**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** ○

**(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**

## 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。

### <解決したい課題>

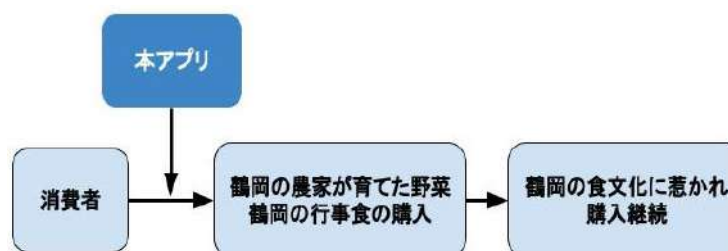
- ・関係人口の拡大、移住者増加。
- ・農家の高齢化と後継者不足の解消、在来作物や伝統食の伝承。
- ・「鶴岡市」としての知名度の向上。

### <アイデアの内容>

山形県鶴岡市は日本で最初のユネスコ食文化創造都市に選ばれており、山や海などの地形を活かした在来作物の栽培や行事食などの歴史ある食文化が魅力である。そこで在来作物や野菜・果物、行事食の材料、温めてすぐに食べられる行事食をアプリ1つで産地直送をする。

### <アプリの仕組み>

利用者に固定費はなく、アプリ内での農家の売上に合わせて8-10%をアプリ運営費、特典の費用等に充てることで購入継続を実現させる。



### <商品>

#### ①在来作物と野菜について

鶴岡では約60品種の在来作物が受け継がれている。例えばだだちゃ豆（写真参照）は多くの鶴岡の家庭で親しまれている。作物の販売では、購入者が安心して商品を購入できるように、それぞれの農家の顔写真と農家による商品の紹介やおすすめの食べ方などの動画を見られる仕組みを導入する。



写真：鶴岡市より提供

#### ②郷土食と行事食について

鶴岡には各家庭に受け継がれてきた「郷土食」と古くから伝わるお祭りの中で振る舞われてきた「行事食」が数多く残されている。12月9日に食べられる「大黒様のお歳夜」と呼ばれる行事食（写真参照）は豊作と子孫繁栄を祝う意味が込められており、市内ではこの日、ほぼすべての家庭でこの行事食が食べられる。豆炒りや米炒り、まっか大根を供え、黒豆料理と大根料理を食べる日である。加えて、出羽三山に伝承されてきた「精進料理」は命の食文化の原点とされている。調理方法や食材の保存技術において日本料理全体の水準の向上に貢献してきた。精進料理は山菜やキノコをはじめ出羽三山で採れた季節ごとの自然食材をふんだんに使った料理である。鶴岡でしか食べられない食事を鶴岡に行かなくても、自分で調理せず簡単に食べられる弁当や惣菜のような形式で販売する。



写真：鶴岡市より提供

### <特典>

#### ①オンライン料理教室

料理教室は食材を購入してくださった方限定でついてくる特典で、購入した野菜を使った作り方を紹介する。リアルタイムで参加でき、ゆらまちっく戦略会議海鮮レディースに依頼し行う。海鮮レディースとは由良地区の女性や漁業者の奥様で構成されており、海産加工品の販売で地域活性化を目指している団体である。この料理教室は少人数で開催することで、鶴岡の人の温かさを伝え、利用者が話しかけやすい環境を作る。参加者の料理力の差が生じる問題はレベル分けで対応し、参加者の持つ調理器具の差には事前に必要なものを、代替できるものを伝えることで対応する。またこの特典を行う上で協力していただく海鮮レディースの方々が発売している商品も私たちのアプリで販売する。

## 2. アイデアの説明（公開）

### (1) アイデアの内容（公開）

#### ②料理動画

無料動画として購入ページで料理のイメージをつかむ目的の動画を公開する。動画制作会社が、農家から鶴岡の家庭料理の調理方法のレクチャーを受けたくて、手元をみの動画を作成し、画角や照度が統一された動画を公開する。産直で扱う食材の動画を公開することで鶴岡の家庭の味を気軽に知れる。また鶴岡出身者に限らず各種メディアで活躍している料理人が鶴岡の食材を調理する動画を購入者限定特典として楽しませるために公開する。

#### ③鶴岡の店で使えるクーポン券

アプリで商品を買った農家おすすめ鶴岡の食にまつわるお店のクーポン券を購入者に配布する。購入者は新しい店の情報を知ることができ、鶴岡訪問のきっかけにもつながる。購入できるもの以外にも鶴岡の食に触れることができる。

#### <イベント>

##### ・だだちゃ豆のスイーツコンテスト

アプリ内で、だだちゃ豆を使ったスイーツコンテストを行う。参加希望者は作ったスイーツの写真、作り方を添え、投稿する。それらの投稿は他のユーザーも見ることができ、「いいね」を押す機能もある。市の職員やアプリ運営者が順位を決め、上位3位までがアプリ内で好きな野菜を割引で購入することができる券を入手できる。だだちゃ豆の入手方法は問わないが、コンテストを行うにあたってだだちゃ豆が必須であるため、多くの人が購入することが期待される。

#### <アプリの特徴>

##### ①鶴岡の地形の活用

鶴岡の地図を画面に表示し、山・川・海・平野をタップするとその土地で生産されている食材が画面に表示されるという仕組みを導入。地形の活用と共に、求めている食材名がわからなかったり、知らない食材を試したりしたい方のために導入する。

##### ②鶴岡の歴史の活用

クイズ形式で歴史を知ってもらい、当たったらアプリ側・農家側に大きな損害がない程度の割引の仕組みを導入する。購入者には農家が手書きで在来作物の説明書きを購入品と共に送付したり、伝統食の経緯を表示したりして、鶴岡の歴史に魅力を感じてもらおう。説明書きに関しては1つを繰り返し利用し、農家の負担が増えないよう心掛ける。

##### ③使いやすいアプリの提供

アプリ内では「在来作物」「伝統食」「魚介」「旬の野菜」など、検索できるシステムを導入し、ジャンルや量など条件検索も可能にすることで購入のしやすさにこだわる。一人暮らしの方や少量を試したい人向けに、10種類の中から数種類選んで購入することができるお試しプランも提供する。また、購入金額の100円につき1ポイントが貯められ、1ポイントにつき1円で次回の購入に還元できる。

##### ④就農支援

農家が募集する収穫期の短期アルバイトや直売所の仕事を紹介するなどの情報をアプリ内で提供する。ただし実際の連絡は個々で行い、個人情報の漏えいを防ぎ、本来の産直アプリとしての機能を損なわないように徹底する。

必要に応じて図表を入れていただいても結構です。

## 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。

**1. 鶴岡市の魅力や生活に大きく関わる「食」を伝えることで、関係人口の拡大を目指し、移住者の増加を図る。**

鶴岡市公式サイトに掲載されている住民基本台帳人口のデータ[1]をみると令和3年9月末現在の鶴岡市の人口は男性58,714人、女性63,726人となっており計122,440人で5年前(平成28年)の計130,468人の集計データを見ると5年で8,000人減っていることがわかる。鶴岡市が発表したデータ[2]によると、かつての人口減少の要因は社会動態(転出超過)であったが、現在は自然動態(出生数の減少・死亡数の増加)による減少とされている。これらは農家の継承者不足や空き地、空き家の増加など新たな問題を生んでいる。

鶴岡の魅力を統一的にブランディングするという今回の課題

で、鶴岡の魅力を1つに絞ったことをきっかけに派生するように鶴岡を全国の人々に知ってもらい、関係人口の拡大につなげて、そこから移住者の増加につなげたいと考えている。鶴岡の数多くの魅力の中から私たちは目をつけたのが食文化、地形、歴史だ。これらの観点から日本で最初のユネスコ食文化創造都市に選ばれた食がカギになるのではないかと考えた。鶴岡にしかない行事食、伝統食などの食習慣、食文化や、鶴岡独自の地形を生かした海、山、平野の豊かな食材、鶴岡でしか取ることのできない在来作物は、鶴岡唯一のものだからこそ鶴岡の魅力を一番に伝えられるのではないかと考えた。

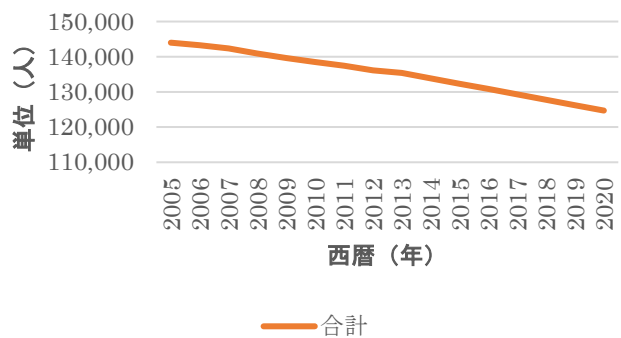
**2. 日本で最初のユネスコ食文化創造都市に選出された鶴岡市の魅力を伝えたい。**

鶴岡市がユネスコ食文化推進都市に認定された背景には、鶴岡市固有の在来作物を守り、伝統的な食文化の継承と多様な食材の利活用法の開発がある。また生産者・料理人等・研究者との連携を進め、鶴岡市独自の食文化の創造力強化を通じて食関連産業の振興も図ってきた。さらに食文化によるツーリズムの構築を目指して、料理人や食品加工業者、観光事業者、食や生命に関わる先端的な研究を展開する高等教育研究機関などの連携の機会を目指している。さらにユネスコのネットワークに加盟後、地域文化の多様性の保全に配慮しつつ、それぞれの地域が有する文化的、産業的ポテンシャルが今後も最大限に発揮されるよう、加盟諸都市と積極的に交流していきたい旨の意志が評価された[3]。ただちや豆をはじめ、山菜やキノコ、海産物では冬の味覚である「寒ダラ」のほか、近年では「トラフグ」や「ノドグロ」などの漁獲量も増えている。山、里、海の幸が揃い、鶴岡市の風土や気候にあった様々な料理が相まって息づいている[4]。

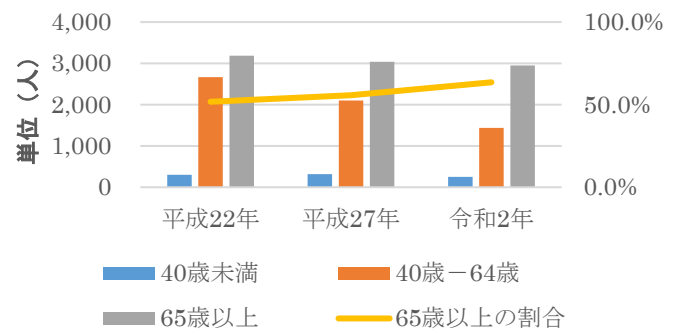
**3. 農業に興味を持ってもらうきっかけとなることで、農家の高齢化による担い手・後継者不足の問題を解消し、鶴岡の在来作物や農業を守る。**

現在、鶴岡市の農家の65歳以上の割合は令和2年現在63.5%で、鶴岡市の第一次産業は著しく高齢化が進んでいる[5]。平成22年から令和2年までの10年間で基幹的農業人口が1,515人減少しているのに対して、平成29年から令和3年までの5年間で新規就農者数は170人であり、農家人口の減少に歯止めはかかっていない

[6]。就農者数の減少という現状を打破しなければ農業が廃れ、産業の

**鶴岡市人口の推移**

出典：鶴岡市住民基本台帳人口 R3 11月より

**年齢別の基幹的農家人口と高齢化率**

出典：農林水産省「農林業センサス」

立て直しが必要となり、立て直せなければ在来作物の損失などの事態が推測され、さらには鶴岡市を知ってもらう機会が減る可能性がある。また農作物を栽培する土地が減ることで食料自給率が低下したり、農地の管理が活き届かず野生動物の行動圏となり人々に悪影響を及ぼしたりすることが考えられる。

そこで農家の高齢化を防ぎ、若者の農業への関心を高めるために、農業に興味を持ってもらうきっかけを作ることが必要とされている。

#### 4.オンラインで買い物をする人が増えている。

総務省統計局が令和2年9月に発表したネットショッピング利用世帯の割合の推移のデータによると、ネットショッピング利用世帯の割合の推移から、オンラインで買い物をする人の割合は、上昇傾向にある[7]。コロナ禍に家で過ごすことが増え、家にいながら欲しい時に欲しい物を簡単に注文することができるネットショッピングの需要は高まっていることがわかる。その点に着目し、鶴岡の食材をネットで販売することで、現地に行かなくても現地の食材や伝統食を簡単に味わうことができるので、より多くの人に鶴岡の食材を味わってもらう機会を作ることができると考えた。

#### 5.産直を行う理由は、第4次食育推進基本計画が掲げる目標である。

令和3年3月31日、農林水産省は「第4次食育推進基本計画」に郷土料理や伝統料理に関する項目を追加した。追加理由は「食をめぐる環境は多く変化しており、地域における伝統的な食文化の危機や環境問題などが危惧されるため」と説明している。農林水産省は令和7年度までに郷土料理や伝統料理を月1回以上食べている国民の割合が50%以上を目標値と掲げている[8]。現在（令和3年3月31日）の割合は44.6%である[9]。地域の風土を活かした和食文化の保護・継承は、地域の活性化や環境への負荷を低減に寄与し、持続可能な食に貢献することが期待されている。

#### 6.アプリを通じて農家と購入者が現地に訪れなくてもつながることができる。

アプリを介してコミュニケーションを取ることで、購入者の不安を和らげられることができることが考えられる。また、鶴岡の人の温かさをアピールすることで、購入者は「いつも良くしてくれる軽い知り合いのような人が鶴岡にいる」となり、いずれ現地に訪れるきっかけになったり、首都圏在住者などふるさとがない人にとっての「ふるさと」または「第2のふるさと」として親しまれるようになったりする。それにより関係人口の拡大や鶴岡市としての知名度向上につながると思っている。

[1]鶴岡市|住民基本台帳人口 世帯数（最終閲覧日：12月20日）

<https://www.city.tsuruoka.lg.jp/shisei/gaiyo/tokei/shimin01jinkousetai.html#:~:text=%E4%BB%A4%E5%92%8C3%E5%B9%B410,%E6%95%B0%E3%81%AF49%2C397%E4%B8%96%E5%B8%AF%E3%81%A7%E3%81%99%E3%80%82>

[2]鶴岡市|総合計画審議会（最終閲覧日：12月20日）

[https://www.city.tsuruoka.lg.jp/shisei/koutyou/shingikai/kusibikityousyasingi/kkikaku3003.files/kkondan3003\\_siryou5.pdf](https://www.city.tsuruoka.lg.jp/shisei/koutyou/shingikai/kusibikityousyasingi/kkikaku3003.files/kkondan3003_siryou5.pdf)

[3]鶴岡市「ユネスコ創造都市ネットワークへの加盟について」|更新：平成26年12月1日（最終閲覧日：11月24日）

<http://www.city.tsuruoka.lg.jp/shisei/sogokeikaku/syokubunka/shoku0.files/pp08330-2.pdf>

[4]鶴岡市|鶴岡市SDGs未来都市計画|更新：令和2年9月（最終閲覧日：11月24日）

[http://www.city.tsuruoka.yamagata.jp/shisei/sogokeikaku/sdgs/SDGsmiraitoshi.files/SDGs\\_keikaku01.pdf](http://www.city.tsuruoka.yamagata.jp/shisei/sogokeikaku/sdgs/SDGsmiraitoshi.files/SDGs_keikaku01.pdf)

[5]山形県農林水産部|山形県新規就農者動向調査 基幹的農業従事者数（最終閲覧日：12月20日）

<https://drive.google.com/file/d/1YIkMtrFLHN5PiOhit6QMeds4kSMf45p/view?usp=sharing>

[6]農林水産省「農林業センサス」|鶴岡市農業の現状（最終閲覧日：12月20日）

<https://drive.google.com/file/d/1Yf2iW5xpMPkGHLz8eESgDJCIP7VTCmua/view?usp=sharing>

[7]総務省統計局|新型コロナウイルス感染症で変わるネットショッピング-家庭消費状況調査の結果から-（最終閲覧日：12月20日）

<https://www.stat.go.jp/info/today/162.html>

[8]農林水産省|令和2年度「食育に関する意識調査」（最終閲覧日：12月5日）

<https://www.maff.go.jp/j/press/syouan/hyoji/210331.html>

[9]農林水産省|郷土料理や伝統料理を食べている頻度（最終閲覧日：12月5日）

<https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/ishiki/r03/zuhyou/z5-9.html>

### (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）**の大き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きな流れ**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。

#### 1, アイデアを実現する主体

昭和女子大学 鶴岡再発見！プロジェクト / 鶴岡食文化創造都市推進協議会 / 鶴岡市商工観光部商工課  
鶴岡市東京事務所 / 鶴岡市食文化創造都市推進課

#### 2, 実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）

##### <アプリ運営>

##### ヒト

- ・サービス運営主体団体
- ・アプリシステム開発者
- ・農家(販売、料理指導)
- ・ふうどガイド
- ・海鮮レディース(オンライン料理教室)
- ・動画制作者(動画編集 [無料動画])
- ・動画出演者(調理 [無料動画])
- ・料理家(料理動画出演 [特典])
- ・商品開発家(行事食、精進料理を解凍して  
食べることができるような仕組みを開発)
- ・クーポン券協力店

##### モノ

- ・在来作物
- ・アプリ
- ・無料動画
- ・料理動画 [特典]

##### カネ

- ・アプリ制作費用
- ・アプリ運用のために取る手数料
- ・料理家への依頼費用

##### <商品>

##### ヒト

- ・農家
- ・写真家
- ・写真、動画編集者

##### モノ

- ・在来作物、伝統食
- ・アプリ
- ・在来作物の写真、紹介動画

##### カネ

- ・人件費(宅配関係)
- ・包装費

##### <特典>

##### ヒト

- ・オンライン料理教室→海鮮レディース、中継撮影班
- ・料理動画→農家、料理人、動画撮影班
- ・鶴岡市で使えるクーポン券→農家、鶴岡市に店を構えている方々

##### モノ

- ・オンライン料理教室→調理・中継する場所、  
調理器具、撮影用機材
- ・料理動画→調理器具、撮影用機材
- ・鶴岡市で使えるクーポン券→クーポン画面

##### カネ

- ・オンライン料理教室→出演者への謝礼金、通信費、機材費
- ・料理動画→出演者への謝礼金、機材費
- ・鶴岡市で使えるクーポン券→割引分の費用



2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

<イベント>

ヒト

- ・参加者
- ・審査員(鶴岡市役所、アプリ運営者など)
- ・アプリデザイナー(イベントを行うことを知らせるようにアプリ内で目を惹く通知、広告を用意)
- ・アプリ運営者(入賞者に通知、特典を手配する)

カネ

- ・入賞者に無料、または割引で提供する食材代
- ・デザイナー、運営者人件費

モノ

- ・入賞者が受け取る特典
- ・コンテストを行う上で必要な鶴岡の食材(ただちや豆コンテストだったらただちや豆の在庫、いつもより多く出品がある可能性があるとして事前にただちや豆の生産者にも知らせる)

3, 実現にいたる時間軸を含むプロセス

