

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
	29-21-1	「大交流」という新たな「観光」の捉え方により、人口規模は小さくても、世界の人々から尊敬され、尊重されるまち「小さな世界都市」を実現する	兵庫県豊岡市
チームがつけたアイデア名（注2）（公開）	豊岡版エコツーリズムアプリ「TOYOOKA FANS」 ～『コウノトリ育む農法』＆『豊岡の食』の情報を伝えたい～		

（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）	TOYOOKA FANS		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	2	
メンバー数（公開）	4 名		
代表者（公開）	奥田 幸祐		
メンバー（公開）	河口 雄吾 宮下 誠生 渡邊 斐都		

【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、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アト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。）

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。

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>

私たちが考えたい課題は、

「市民が感じる『地域の魅力』は『観光資源』となりえるのか？」

豊岡市に観光で訪れる人に紹介したい豊岡の魅力は「食」であり、「食」を支える「生産者」である。地域の農業ブランドである「コウノトリ育む農法」を、市民にとっても観光客にとってもアクセスしやすい仕組みを考えてみたい。

<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>

「『コウノトリ育む農法』で取れた農作物を市民・観光客がアクセスしやすい仕組みを作りたい！」

↓

「コウノトリ育む農作物アプリ「（仮）TOYOOKA FANS」を社会に実装したい。」
～『コウノトリ育む農法※1』 & 『豊岡の食』の情報を伝えることができるアプリ～

※1.コウノトリ育む農法…おいしい農産物と多様な生きものを育み、コウノトリも住める豊かな文化、地域、環境づくりを目指すための農法。（但馬県民局 豊岡農林水産振興事務所 農政振興課 HP より）
地域の人々が地元を愛し、地域の素材の価値を高めてきたストーリーは共感性が高い。

私たちは、主に豊岡市で取り組まれている「コウノトリ育む農法」の価値を「食」を通して広めたい。

<アプリで叶えたい未来のイメージ>

豊岡の『顔』（生産者やおススメしている地元の人）を見える化することで、

『食』に関係する人々の想いやストーリーを観光客に伝えることができる。

⇒『食』に込められた生産者の想いや『コウノトリ育む農法』のストーリーの情報をアプリで得る。

⇒想いに共感した観光客が『コウノトリ育む農法』でとれた農作物を食べてくれる。

⇒観光客の評価が農業生産者に対する評価と改善につながり、『コウノトリ育む農法』の価値が上がる

⇒『農』と『食』を通じて『豊岡のFAN』が増え、関係人口の増加につながる。

⇒『農』と『食』が観光資源となり、農業従事者の経済的な豊かさや心の豊かさにつながる。

⇒住民が自分の住んでいる街に誇りと愛着を持つことができる。

<アプリに関係するのは誰か？>

豊岡に関わるすべての人々が関わることで、「地域のブランド」をもっと輝かせることができる。

1. 来“豊”者（観光や仕事などで市外から豊岡へ来る人、これから来る人）

① 『コウノトリ育む農法』で取れた農作物の情報を提供する。

（JR、飛行機、バス、道の駅、JA など、あらゆる交通手段で来た人に情報が届くようにする。）

（チラシ、フリーペーパー、WEB サイトからアプリへ誘導）

⇒アプリで来“豊”者と豊岡産の食材を食べたり、購入することができる店舗（飲食店舗や道の駅など）をつなぐ。

⇒『コウノトリ育む農法』のファンを増やすことができる。

⇒売上が上がることで③につながる。

② ストーリー

⇒コウノトリ米についての歴史、解説などの情報をコウノトリ米を扱っている店舗で知る。

（メニュー表など入店した人が絶対に目にするところに書いておく。）

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

⇒おいしいものを食べるだけでなく、「友達にも紹介したい」と SNS などで情報を広げてもらう。

⇒フォロワー割の実施

③ 環境保全に対する慈善事業

⇒アプリ登録者の飲食代金の1%をコウノトリの野生復帰に寄付できる。

⇒コウノトリ育む農法の農作物を食べてコウノトリを応援できる。

2020年の豊岡市観光入込客数は1,965,000人（前年3,858,000人から49.1%減）となっている。

2021年9月 但馬県民局地域政策室 地域づくり課 発表）コロナ禍の影響を大きく受けた結果ではあるが、GOTO トラベルのキャンペーン中（2020年秋）は観光入込客数の減少率を23.1%減に抑えることができていることから、豊岡市にある観光施設（城崎温泉、神鍋高原、出石城下町など）に魅力を感じて訪れる観光客は今後回復を見込める。飲食店で食事を待っている間にQRコードで簡単なアプリ登録ができ、登録者には割引などの特典をつける。

2. 生産者（農業従事者）、JA・市役所農林水産課（流通に関わる人）

① 来“豊”者からの評価を見える化

⇒アプリでの評価やコメントが農業関係者のやりがいにつながる

② 『コウノトリ育む農法』の改良、新種開発

⇒豊岡の『食』のFANを増やす

③ 未来の農業従事者をふやす

⇒耕作放棄地を減らし、里山を守ることに繋がる。

「コウノトリ育むお米」の生産者数と作付け面積は、2005年の17人・42haから2019年214人・428haへと生産者数は約12倍、作付け面積は約10倍に伸ばしている。（参考：豊岡市コウノトリ共生部農林水産課）

ところが、豊岡市が2018年に農業関係者に対して実施したアンケート「豊岡市全体の農業をよくするための取り組みの意向」によると、「これまで力を入れてきた『コウノトリ育むお米』以外に新しい特産品開発に力を入れる（22.1%）」より「将来の中核的な担い手となる新規就農者の確保・育成を図る（48.4%）」と、新規就農者の確保・育成が地域の課題であることが明らかである。

3. 地域住民（豊岡市在住の人、これから豊岡市に住む人）

① アプリを通して、地域の声が観光客に届き、観光振興につながる。

⇒田舎の優しさがつまった“おせっかい情報”を観光客は知りたいはず。

⇒地域住民と観光客の相乗効果が生まれる。

② 廃棄食材を減らすことができる。

⇒アプリで『コウノトリ育む農法』の廃棄食材（形が悪いなど）情報を配信する。

（「どんなものが売っているのか」「どこで売っているのか」など）

⇒市民が『コウノトリ育む農法』で取れた農作物を手に入れやすくなる。

⇒豊岡市民はお得になり、「経済面での豊さ」を実感できる

③ 良い食材を食べて健康な体づくり

⇒食材の選択肢に、地元の無農薬の食材が含まれることで健康意識が高まる。

⇒市民の健康寿命が延び、市民がいきいきと生活することができる。

豊岡市内にある小中学校の給食（年間130万食）では週5回コウノトリ育むお米が提供され、域内消費の拡大につながっている（年間95トン）。（2007年10月から2カ月に3回の学校給食での使用がスタート）豊岡市の『健やか食育プロジェクト』では、「食を通じた、高齢者の低栄養予防」を目指した取り組みもあり、地域における『食』の価値の再定義がなされつつある。

(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

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

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」する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. アイデアを考えたいきっかけ

地域を探究するきっかけは、高校で実施された地域学習「ダンスを通じた地域探究活動」である。地域において精力的に活動をされている方をアドバイザーに招き、フィールドワークなどの調査を通して高校生が感じとった地域の魅力からダンスを創作し表現する活動である。

<「ダンスを通じた探究活動」で感じた地域の魅力>

今回の探究学習に参加した生徒の感想から見える地域の魅力は以下の点である。

- ・地域に対する愛着を持って、互いに思いやって協力できる「人の想い」
- ・未来のために守り続けている「街並み、伝統文化、自然、風景」
- ・女性が活躍して新しい文化を取り入れながら、課題を乗り越えようとする「チャレンジ精神」

↓

観光とは、地域の「光（魅力）」を觀てもらうこと。

2. 地域の課題とは「ヒト？モノ？カネ？」

『2021年 豊岡市まちづくりアンケート(<https://www.city.toyooka.lg.jp/shisei/gyoseikaikaku/1016014.html>)』によると、「市外の人に、豊岡市を、訪れる価値のあるまちとして勧めたいと思いますか」という問いに対して、2019年 3.53ポイント、2020年 3.51ポイント 2021年 3.51ポイントと変化は見られない。

また、「豊岡市大交流ビジョン」によると、以下のことを課題に感じている。

- ・市民自身が自分の住んでいる地域の観光を楽しむことができていない。
- ・市民の日常やその地の歴史、文化、産業が魅力的な観光資源になれていない。
- ・観光振興が市民生活の豊かさの向上に繋がっていない。

そこで、「豊岡の基幹産業である観光の資源は、市民にとっても価値を感じているものなのか？」という問いを立て、コロナ禍に実施された「Re 豊岡※2」のデータから考察してみた。

※2 Re 豊岡…兵庫県豊岡市が実施する、新型コロナウイルス感染症の影響からの“再起”や親しい人やまちとの“再会”という意味を込めたプロジェクト。「STAY（宿泊）豊岡」、「PLAY（活動）豊岡」、「EAT（食事）豊岡」、「BUY（購入）豊岡」、「THEATER（映画）豊岡」の5つの事業。

① STAY 豊岡（市内在住の人限定）の利用者数（2020年6月～2021年9月）は約15000人。

豊岡市の人口77489人（2021年10月）や複数回の利用から考えてみても2割程度であるが、補助金の事業額は上限まで到達している。（2020年12月～2021年3月期：予算額4400万円に対し、補助額4990万円）宿泊場所は温泉のある城崎地域が約4割と最も多く、観光地（竹野、出石、神鍋）での利用が中心である。

② 「EAT, BUY & GIFT 豊岡」豊岡市プレミアム付応援商品券の地域別購入状況を見ると、豊岡地区での購入割合が最も多い（61%）のは、活用できる店舗が多く、地元の観光資源を手にしやすいうことが要因であろう。一方、日高地区での購入割合（15%）は人口比率（20%）に比べると低くなっていることは、利用可能な店舗数が少ないことも見えるが、観光資源に対する市民の意識を調査できれば、地域の基盤産業である観光が市民にとって価値を感じるものであるかどうかが見えてくるのではないだろうか。

3. (Question) 「『コウノトリ育む農法』は豊岡にブランドとして浸透しているのか？」

『2021年 豊岡市まちづくりアンケート』によると、「使っているオーガニック、無農薬、減農薬の食材はどのようなものですか」という問いに対して、「野菜」が9割、「米」が5割との回答から、食品安全性に対する市民の意識は高い。また、2019年度の『豊岡市環境報告書 ～コウノトリと暮らす豊岡の環境～』によると、学校給食における豊岡産野菜の利用率が37.1%と年々上昇している。

『コウノトリ育むお米』は沖縄などのスーパーや海外に輸出されているが、どれだけ域内消費されているかというデータの必要性を感じた。

4. このアイデアを提案する理由

① 「コウノトリも住める街」豊岡の「ストーリー」に共感してくれる「豊岡 FAN」を増やしたい。

観光で豊岡に来た方に、おいしい食材だけでなく、食に関連する情報や環境に関するストーリーをアプリで提供することで、地域の魅力を伝えたい。

「伝えたいストーリー「コウノトリと共に生きる豊岡」（引用：豊岡市コウノトリ共生課）」

国の特別天然記念物“コウノトリ”。かつて日本中で姿を見ることのできたコウノトリは、環境破壊等によって数を減らし、1971年に日本の空から姿を消しました。そんなコウノトリを絶滅から救おうと、1965年に豊岡で人工飼育がスタート。40年に及ぶ苦難の道のりを経た2005年、コウノトリは再び豊岡の空を舞いました。コウノトリが空へ飛び出した瞬間、人々から湧き上がる歓声と鳴りやまない拍手。

数えきれないほどの挑戦が実を結んだ瞬間でした。人里近くで暮らすコウノトリと共に生きる道の選択は、私たち自身の暮らしを見つめ直し、自然環境と文化環境を再生・創造していく道に他なりません。簡単なことではありませんが、豊岡の挑戦は、これからも続いていきます。

② 農業生産者の想いを大切にして、未来の豊岡の農業を守りたい。

2019年度 豊岡市環境報告書 コウノトリと暮らす豊岡の環境

2019年度の『豊岡市環境報告書』によると、現在の豊岡の農業は、就農者の高齢化・減少により、大規模集約化の方向にある。認定農業者の数は2009年の110人から2019年の134人と年々増加している。これにより、経営耕地面積はこの10年間安定している。しかし、市民生活に密着した兼業農家の数は、1985年の6930戸から2015年3680戸（自給的農家の数も含む）と半減しており、米や野菜は自分で育てるからスーパーなどで購入する生活スタイルに変わってきた。

農業従事者の数を今後減らさないためにも、生産者の思いを観光客へ伝えるだけでなく、観光客の満足度等を生産者に伝えることで、生産者も観光振興の一翼を担っていることが実感でき、働く喜びにつながられるのではないだろうか。

③ 地域住民のつながりや情報交換で豊岡産農産物の食品廃棄物を減らしたい。

JA たじまでは、規格外の農産物等を子ども食堂に無償提供する取り組みが始まるなど、SDGsの「誰一人取り残さない世界の実現」の貢献やフードロス削減につながることを期待されている。今までは近所のつながりで、野菜やお米をあげたりもらったりしてきたが、兼業農家も少なくなるとその文化もなくなってしまふ。「認定農業者」から発信される規格外野菜の情報が地元の購入者や観光客に届くことで、食品廃棄物を減らしたい。

5. (Which) 他と比較して価値はあるか？

豊岡市役所健康増進課が運用しているアプリケーション「豊岡ある子」は、市民一人一人が「歩くこと」による健康づくりなどに取り組むことでポイントを得られる制度で、健康で笑顔あふれるまちになることを目指している。（2020年12月末の寄付申請者数3,125人、寄付金額1,552,058円）

2020年に実施した「『とよおか歩子』利用者アンケート」によると「あなたが「とよおか歩子」を利用している理由は何ですか。」という問いに対する回答は、「寄附ができるため」が61.6%と本来の目的である「自分自身の健康づくりのため」の30.8%を大きく上回る。

本アプリケーションを豊岡市役所環境経済課が地域活性化に取り組む一般社団法人と連携することで、官民一体の運用ができる。また、アプリデザインには高校生が提案し、若者の考えや意見が社会に反映される喜びを得るとともに責任感を育むことができる。

2. アイデアの説明（公開）

(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. 実現する主体

①一般社団法人（地域おこし協力隊の移住者）

豊岡市で地域おこし協力隊を経験した移住者は主体的に地域の課題解決の策を考える事ができる。地域の魅力化コーディネーターだけでなく、どんなデータを分析することで、地域の評価につながっていくのかを提案できる立場にある。

②地元高校生

地域に興味・関心のある高校生は、地元への愛着も強く、将来地域を支える住民として期待できる。また、地域で学んだ経験の先に大学の研究がつながることも考えられる。農業従事者へのインタビューなども高校生が取り組むことで、地域と一体感が生まれる。

③豊岡市役所

各部署の特性（環境経済課：飲食店等とのネットワーク、コウノトリ共生課：コウノトリに関するストーリー、農林水産課：JAや農業従事者とのネットワーク）を生かして、現在もWEBサイトなどで提供している情報を一元化できる。また、市が提供するオープンデータを市民とつなげるだけでなく、効果的な活用も提案できる。

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

ヒト	概要
農業従事者	豊岡市の認定農業者を想定（2019年で134名）1カ月に数名ずつの数珠つなぎで人を紹介していく。アプリの情報源となるので、JAに協力いただきながら、ストーリー性のある紹介をしたい。
JA たじま	既存のネットワークを生かして農業従事者を紹介したり、農作物（規格外野菜も含む）の流通についての情報提供ができる。
データアナリスト	プロの視点でデータ分析し、実施主体へアドバイスをする。
ユーザー	観光客（観光入れ込み数の1%である2万人）と地域住民（豊岡市の人口の5%である4000人）の利用を想定する。ユーザーはアプリを利用して有益な情報を得て、割引を使った飲食や購買、ポイント利用やポイントの寄付をする。

2. アイデアの説明（公開）

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

モノ	概要
情報インフラ	情報提供のために作成するアプリケーション
データ分析ソフト	観光客のデータ分析をするために「Tableau」などを利用
飲食店舗	EAT 豊岡に協力していただいた 454 店舗を目標。観光客への情報発信のために一店舗でも多く協力していただき、加盟店舗の拡大も目指す。また、JR の駅や道の駅、空港など観光の玄関口にも設置。
フリーペーパー ネット広告	大きなポスターではなく、QR コードで WEB サイトやアプリケーションに誘導する。また、チラシを大量に配布するのではなく、WEB 広告や SNS による口コミで広げたい。

3. 実現にいたるまでの時間軸を含むプロセス

	観光客	飲食店舗	農業生産者	住民
準備期間	アンケート調査	チラシ協力依頼、 広告依頼	コンテンツ作成	アンケート調査 コンテンツ作成
1 年目	登録者：1000 人	協力店舗：120 店舗	協力者：30 名	登録者：1000 人 「若者や女性 50 人の声」
2 年目	登録者：2000 人	協力店舗：250 店舗	協力者：60 名	登録者：2000 人 「中高年世代 50 人の声」
3 年目	登録者：5000 人	協力店舗：500 店舗	協力者：130 名	登録者：4000 人 「子育て世代 50 人の声」
中間報告				
4 年目	登録者：10000 人	協力店舗：600 店舗		登録者：5000 人 「移住者 50 人の声」
5 年目	登録者：20000 人	協力店舗：1000 店舗		登録者：10000 人 「200 人の声完成」 アンケート調査
社会実装				