

チャレンジ！！オープンガバナンス 2022 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題名（注１）	No.	自治体提示の地域課題名	自治体名
	-（事務局用）	1. 鶴岡市の特色ある資源・文化を活用した、地域の魅力向上	山形県鶴岡市
チームがつけたアイデア名（公開）（注２）	鶴岡パッケージ		

（注１）地域課題名は、COG2022 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題名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。これは自治体提示の地域課題名とは別です。

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）	3 瞬間中心の定理		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	3	
メンバー数（公開）	3 名		
代表者（公開）	松浦 千紘		
メンバー（公開）	阿部 時史、福定 隼也		

【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 COG2022_応募用紙_具体的なチーム名_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 COG2022 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin_cog2022@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。）

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

確認後ここに結果（○）を記入

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、(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。

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、活用してみたいなる、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>

山形県鶴岡市の伝統文化と地域資源、歴史的な創造性ある街の魅力を、アナログゲームを通して多くの人に認知してもらおう！

<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>

県内外の 10 代学生とその家族を対象とし、山形県鶴岡市（以下、鶴岡市）の伝統文化や地域資源に触れることができる**アナログゲーム**を販売し、鶴岡市の魅力を広く発信します。

販売するアナログゲームは完全オリジナルのものに加え、既存のゲームシステムに“鶴岡市らしさ”をプラスした製品も企画し、販売することを考えています。

オリジナルゲームの一例として、私たちは実際に**山形県の郷土料理を題材にしたアナログゲーム**を考案しました。

鶴岡市は**ユネスコ食文化創造都市**に選定されており、世界的にも高く評価されている食文化は鶴岡市を PR する題材として最適と考えました。

このゲームは、選んだ料理に必要な道具と材料を集め、山形県の郷土料理を完成させることを目指します。

ゲームは「りょうりカード」、「ざいりょうカード」、「どうぐカード」、後者 2 つを集める際に使用する「コイン」から構成されています。勝利条件は材料や道具を購入して料理を完成させることです。そのうえで、最終的に手元に残ったコインと、完成させた料理を交換したコインの合計枚数を多く獲得することで順位が決まります。

ゲームの流れは、4 つのフェーズからなっており、

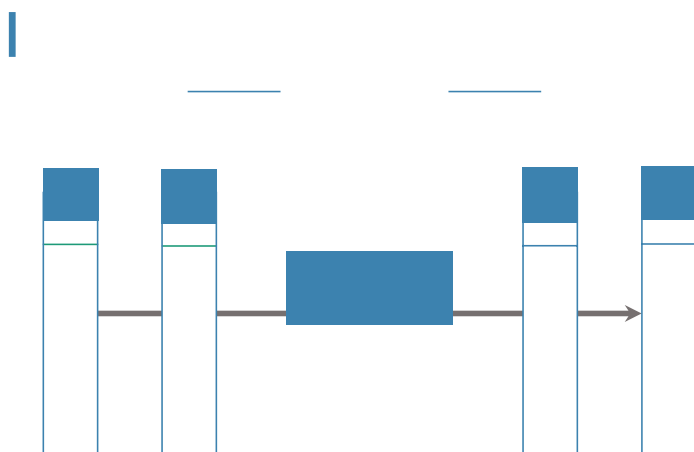


図 1.1 ゲームの流れについて

図 1.1 のような流れでゲームが進行します。フェーズの長さは必要な材料や道具が一番多い人に合わせます。それぞれのカードの詳細について説明をします。

「りょうりカード」は、プレイヤーが完成を目指す料理のカードです。このカードには必要な材料や道具が記載されており、集めるものが多いものほど作る際の難易度が高く、料理によって難易度が異なります。この難易度が高いほど、完成させたとき多くのコインと換金できます。（図 1.2）

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

「ざいりょうカード」は、料理に必要な材料が描かれたカードです。コインと交換して入手することができます。また、相手の持っている材料を元値のコイン+1枚で購入することも可能です。（図 1.3）

「どうぐカード」は、料理に必要な道具が描かれたカードです。コインと交換して入手することができ、ざいりょうカードと同様に相手から購入することもできます。複数回続けてプレイする場合は、購入した道具を次のゲームに引き継ぐことができます。

「ざいりょうカード」と「どうぐカード」には限りがあるため、プレイヤー同士で交渉をして自分の料理を完成させるというゲーム性も組み込みました。

カードゲームは実際に制作し、校内外の方にテストプレイの協力をお願いして改善を重ねており、様々な声をいただいています。



図 1.2 りょうりカード

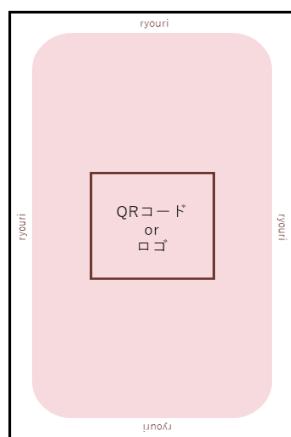
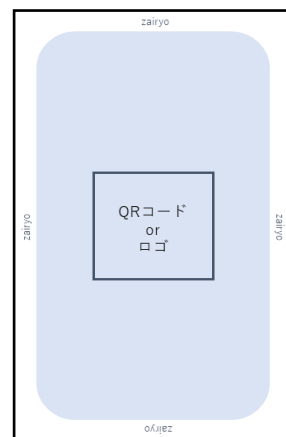


図 1.3 ざいりょうカード



私たちが提案するこのプランは、ゲームで遊ぶだけではなく、ゲームを通して**実際に鶴岡の特産品を購入**することができるほか、**鶴岡に足を運ぶきっかけとなるようなサービス**を提供します。

ゲームの内容に実際に県内農家が生産している商品や観光名所を登場させ、製品のパッケージにそれらの販売ページやマップ情報を記載します。そのため、**ゲーム自体が鶴岡市の宣伝媒体となる新しい PR の方法**となります。

具体的には、私たちが考案したゲームでは、生産者さんから宣伝してほしい商品を提示していただきます。我々は宣伝費を受け取って、提示された商品、生産者情報などをゲーム内容、パッケージ、取り扱い説明書等に記載します。また、それらの販売ページを制作してその QR コードも掲載することで、農家さんの知名度と売上の促進に貢献したいと考えています。

ただ、一つのゲームに広告を載せることができる数は限られています。そこで掲載する生産者や商品の決め方は、先着順や入札形式を想定しています。書籍のように定期的に生産者さんや、販売ページなどの情報を更新した改訂版を製造し販売することを検討しています。広告として掲載する際に順列がついてしましますが、より多くの地域企業の PR に貢献したいと考えています。

また、ゲームごとに記載された QR コードには生産者情報と販売ページだけでなく、観光情報や催しなど鶴岡市に関する様々な情報を提供したいと考えています。そのためのホームページも現在誠意製作中です。

URL : <https://tsuruokapackage.wixsite.com/tsuruoka-package>

このビジネスプランを考案するにあたり、実際に生産者さんにこのプランについてご提案させていただき、多くの助言をいただきました。特にゲームが新しい広告媒体になるというアイデアは評判がよく、実際に利用したいとの声をいただきました。このビジネスプランを考案するにあたり、協力してくださった生産者様

加藤畜産 加藤 欣也 様
専業農家 新館 登 様

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

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」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＞

昨今の新型コロナウイルス感染症の影響により外出自粛が呼びかけられ、コロナ禍以前より自宅で過ごす時間が格段と増加しました。

そのような状況で売上げを伸ばしている市場が玩具市場です。

一般社団法人 日本玩具協会が公開している 2021 年度玩具市場規模調査結果データ¹⁾によると、特に売上率の大きかった商品分野は、カードゲーム・トレーディングカード分野でした。（図 2.1）

コロナ禍であるにもかかわらず伸び率が前年比 145.6%と驚異的な数値を記録しています。また、カードゲームなどの玩具は少子化トレンドの中でもニーズが極めて高く、今後さらに成長していく可能性があると考えられます。

アナログゲームの利点としては前述した昨今のニーズに加え、広い層が相手との掛け合いを楽しむことができ、オリジナルのゲームをつくりやすい点があります。

2021年度国内玩具市場規模

（単位：百万円）				
分類	主な商品	2020年度	2021年度	2020vs2021
01 ゲーム	一般ゲーム（含 ミニ電子ゲーム）、立体パズル、その他（含 パーティ、ジョーク、手品）	19,236	17,941	93.3%
02 カードゲーム、トレーディングカード		122,452	178,249	145.6%
09 知育・教育	ブロック、木製、プラモデル、幼児キャラクター、ベビー（ベビートイ、パステイ、ベビー用品）、乗用（含 ベビーカー、チャイルドシート、三輪車）、その他（含 楽器、電話、絵本、遊具、キッズビデオ、電動動物）	172,722	171,561	99.3%
合計		824,445	894,810	108.5%

図 2.1 2021 年度国内玩具市場規模 （一部抜粋）

また、私たちが提案するカードゲームは“郷土料理と備えている文化”を遊びながら学ぶことができる側面も持ち合わせているため、家庭内での知育に活用できると考えています。

株式会社エバーセンスが実施した「知育に関するアンケート」²⁾では、「おうちでできる学びや知育を増やしたいですか？」という質問に **86.3%**が「はい」と回答しました。（回答数：1,008）同アンケートにて「知育に興味がありますか」という質問では **96.7%**が「はい」と回答し（回答数：510 人）、「どんな知育に興味がありますか？」という質問では、**85.6%**が「おもちゃ」と回答していました。（回答数：388 人、複数回答可）（図 2.2、2.3 を参照）これらのアンケート結果から、コロナ禍で増加した「おうち時間」の中で知育を始めたいと考えている人が多く、その中でもおもちゃによる知育に興味がある方が多いことが読み取れます。

さらに、家庭内での知育だけでなく地元や県外の教育現場に対して、家庭科科目、総合的な学習の時間の教材として利用できる可能性を大いに秘めています。

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

Q. 知育に興味がありますか？

(n=510人)



図 2.2 知育の興味に関するアンケート結果

Q. どんな知育に興味がありますか？ ※複数回答可

(n=388人)

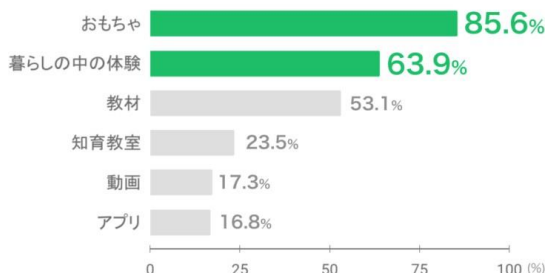


図 2.3 知育の種類に関するアンケート結果

最後に食費通販についてです。私たちのプランではゲーム内で出てきた食材などを実際に購入できるシステムを考えています。

食品通販の需要はこれまでと比べると増加傾向にあります。アイランド株式会社が 2021 年に実施した「おとりよせネット」利用者に向けたネットでの食品通販に関するアンケート調査³⁾では、「2020 年と比べて現在（2021 年 10 月）ネットで食品を購入する頻度は変わりましたか」（回答数：504）の質問に対し、**約半数の人が増加したと回答**していました。（図 2.4）

また、ネットで食品を購入する目的についての項目では、**普段の食卓用として購入**している人が 6 割以上という結果でした。（図 2.5）

これらのデータから食品をインターネットで購入する人が増加してきており、その目的は普段の食卓用として考えている人が多いことが分かりました。そのため**食材をインターネットで購入するハードルは低く、私たちのサービスを利用する可能性も十分高い**と考えます。

2020年と比べて、現在ネットで食品を購入する頻度は変わりましたか (n=504)

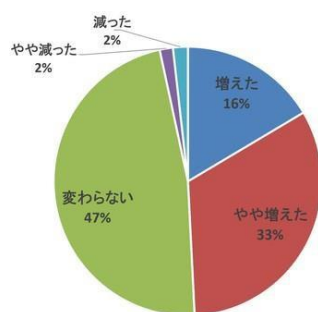


図 2.4 ネットで食材を購入する頻度について

現在ネットで食品を購入する目的で、あてはまるものはなんですか (n=504)

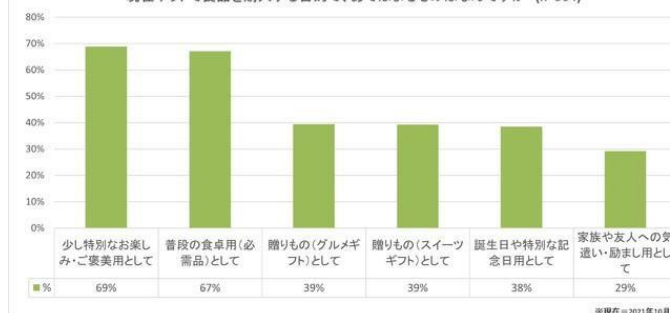


図 2.5 ネットで食材を購入する目的について

参考文献

1) 一般社団法人日本玩具協会 玩具市場規模データ https://www.toys.or.jp/toukei_siryou_data.html 閲覧日：2022/12/19

2) ever sense [知育に関するアンケート]おうち慣れでママ・パパたちの注目は知育？！ 96.7%が知育に興味あり！始めている人の7割は0歳児から。
<https://eversense.co.jp/16144> 閲覧日：2022/12/19

3) PRTIMES 5割が「コロナ禍で食品通販が自身の中で浸透」舌と回答 現在の食品通販の目的「ご褒美」「普段の食卓」が約7割まで伸長<おとりよせネット>
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000047.000001653.html> 閲覧日：2022/12/19

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す＞

＜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

アナログゲームの企画・製作・販売会社として設立し、ゲームの企画・販売、ホームページの運営を行います。

2. 実現に必要な資源

会社設立から事業が軌道に乗るまでは、人員は私たち 3 人で運営を行います。

創業当初は**オフィスを持たない SOHO 形態**（Small Office/Home Office）での運営を想定しているため、家賃・光熱費は 0 として考えています。**在庫管理**については**市内のレンタルガレージ**を利用する予定です。

また、市内（又は県内）の**生産者や直販売店、観光施設などと提携関係を結びたい**と考えています。生産者さんには**広告媒体の提供**として、直販売店とはウェブページで**商品を購入した際の発送**などについて、**観光施設とは広告媒体の提供とクーポン券の発行**などの連携を図ります。直販売店、観光施設とは現在交渉中です。

カードゲームの収入・支出について、販売する商品を 2 つとして試算しています。ただ、クラウドファンディングや法人への販売などで得た不安定な利益については除外して試算をしました。

1) 収入について

①単価(1商品や1サービスあたりの売上額)	山形のごっつお(仮称)	2,099 円
②1 日の売上額(①×1 日の販売数量)	50 個・件)	104,950 円
③1 ヶ月あたりの売上額(②×営業日数)	20 日)	2,099,000 円
①単価(1商品や1サービスあたりの売上額)	ご当地トランプ(仮称)	770 円
②1 日の売上額(①×1 日の販売数量)	30 個・件)	23,100 円
③1 ヶ月あたりの売上額(②×営業日数)	20 日)	462,000 円
①1 件当たりの広告費		12,000 円
②1 つの商品での契約数		10 件
③6 ヶ月あたり		120,000 円
○クラウドファンディング		
●1年間の売上額(③×営業月数 12か月)		30,972,000 円

2)支出について	
①材料費等(原材料やサービスの提供に不可欠な経費)	1,794,810 円/月
②人件費(給料など) 社長+正社員 3人 +アルバイト 0人 ※1人あたりの給料(20日勤務) 正社員 20万円~/月 とおく。	600,000 円/月
③家賃(賃貸料) 目安5万円/月～ ☆	0 円/月
④光熱費(電気・水道・ガス) 目安3万円/月～ ☆	0 円/月
⑤広告宣伝費	100,000 円/月
⑥その他(ローンの返済)	40,000 円/月
⑦貯金(将来的な資金需要に向けた毎月の貯え)	46,190 円/月
☆:オフィスを持たないこと(SOHO 形態)を想定しているため、③・④の経費は0として考える。	
今回の材料費等の試算は、インターネット上で公開されている各企業さまの印刷の見積表より算出しているが、実際には県内の印刷会社に価格等の交渉をするため、材料費などの経費はこれよりも抑えられるのではないかと考えている。	
●1年間の経費合計額(①～⑦×12カ月)	30,417,720 円
3)利益見込額について	
●1年間の売上額-●1年間の経費合計額	554,280 円
3. 実現にいたる時間軸を含むプロセス いくつかのカードゲームを小ロットで制作し、それらをクラウドファンディングにて資金の調達を行います。また、カードゲーム製作段階で市内（又は県内）の生産者さんと観光施設などから掲載したい商品の概要と広告費をいただきます。 1年 ほど時間をかけ、複数のゲーム製作、提携企業の拡大、クラウドファンディングでの資金調達を行います。クラウドファンディング、広告費で得たお金を資本金とし、ある程度の金額に達したら株式会社として開業届を提出します。 開業後は、クラウドファンディングと県内企業からの広告費に加え、銀行からの融資や 日本政策金融公庫 からの融資、株式発行により得た資金をもとに事業拡大、事業の安定化を図ります。 融資で得たお金については、それらをもとに大ロットのカードゲーム製造に当てます。その際、印刷等は地元企業に依頼しようと考えています。 カードゲームは 定期的に掲載する情報を更新 する予定です。書籍のように改訂版を販売することで、多くの生産者さんや地元企業、鶴岡市の情報を発信したいと考えています。	