

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2022 市民／学生応募用紙

<b>自治体提示の地域課題名</b> (注1)	No.	自治体提示の地域課題名	自治体名
	- (事務局用)	観光の活性化	兵庫県加古川市
<b>チームがつけたアイデア名 (公開)</b> (注2)	高校生から“つながる”、加古川の魅力発掘プロジェクト		

(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

<b>チーム名 (公開)</b>	兵庫県立加古川東高校 STEAM 特講 「とこ東！加古川発掘課」		
<b>チーム属性 (公開)</b>	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	3	
<b>メンバー数 (公開)</b>	6名		
<b>代表者 (公開)</b>	松下 昊生		
<b>メンバー (公開)</b>	大西 彩友、上村 優士郎、林谷 美槻、春名 楓太、森 悠晃		

#### **【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 COG2022\_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 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>

- 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」中も同様でお願いします。
- 「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**

○

## 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。

### (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>

加古川市の観光客が少ない点・地元の人も加古川の魅力を知らない点

<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>

私たちが提案するのは、

**『高校生主体の“人”を軸とした観光振興&地域活性化』**です。

(Who) 私達高校生主体で、加古川市内外の様々な人を巻き込んで

(When) ・日常の中で Instagram への投稿

・加古川各地で開催されるイベントへの参加時、

・2023年3月のイベントの主催で

(Where) まずは加古川市内から、その後市外にも活動を広げて

(What) 加古川の観光振興&地域活性化を実行する！

(How) 詳細は(3)にて記述

【具体的アイデアの3本柱】コンセプト：**“つながり”を活かし、加古川の魅力を最大限に引き出す！**

#### ① Instagram でのおすすめスポット・グルメなど幅広い情報の発信

・加古川市は、国宝・鶴林寺を始めとする多くの歴史的スポットが存在し、市内中央部を流れる一級河川・加古川や、高御位山などの自然景観、かつめしや新スイーツの加古川おくるみおやつなどのグルメまで、**魅力の宝庫**である  
⇔知名度は低く、去年校内で行ったアンケートでは、地元高校生でも「加古川市には魅力がない」との回答が多数  
→その課題を解決するために Instagram を利用し、加古川市の情報の発信を行うことによって、**魅力を知ってもらう手段を作る。**

・また、多くの視点から加古川市の魅力を発信できるようにするために、私たちメンバーだけが投稿するのではなく、一般の方、とりわけ加古川市内の高校生から加古川の魅力あふれる写真を募集する。12月19日現在で既に5件の提供記事があるが、これをさらに拡充し、**より多くの人に魅力の発信に携わってもらえるようにする。**

・さらに、加古川市長などの市の関係者の方々から見た加古川の魅力を発信していただき、また加古川市の観光大使の方などの**コラボレーション企画**を行うことによって加古川市自体の知名度の向上を目指す。

このように、多くの人々が利用する SNS である Instagram で、工夫を凝らして発信することにより、**多くの人に私たちの活動や、加古川の魅力について知って頂けることが期待できる。**

## ② イベントへの出展を通し、来場者への発信+他の地域活性化に取り組む人々をつながる

・イベントには、加古川市内外問わず、様々な方が足を運ぶ

⇒Instagram を利用していない方等、普段私たちの Instagram を閲覧することのない方にも私たちの活動について知ってもらい、市内外様々な地域の人たちに加古川の魅力を伝える機会ができる。

・また、イベントには地域を盛り上げようと活動されている方や加古川市の皆様等、私たちの活動に協力していただけそうな方が多く参加されている。

⇒私たちと同じような目的をもって活動されている方と直接コミュニケーションがとることができる。さらに、私たちの活動に興味をもってくださる方がいれば協力をお願いすることができるため、イベント後の活動の展開に有益な様々な方とのつながりをもつこともできる。

このように、イベントへの出展を行うことで、Instagram の活動だけではつながることのできない人たちともつながり、加古川の魅力をさらに多くの人たちに伝えるきっかけができると考える。

## ③ Instagram やイベントでつながってきた方たちにも協力していただき、私たちがイベントや企画を主催する

・イベントのテーマ＝**「地域と人の架け橋になる」**

目的：「**私たちのイベントを通して市内外の人が加古川の魅力を発掘する手助けをすること**」

「**加古川市内の人に加古川の新しい一面を知ってもらうこと**」

「**加古川市外の人に加古川の魅力を知ってもらうこと**」

・これにより、市内外を問わず人と市の結びつきが強くなると考える。イベントでは「地域の方々と共に観光のモデルコースを作成する」「地域の方々に加古川の魅力を持ち寄り、ともに発掘する」等の内容を検討しており、加古川市の観光、地域活性化の両面から盛り上げたいと考えている。また高校生がイベントを主催することで、既存のイベントに参加することに比べて注目度がより高くなり、話題性を呼ぶと考える。

・集客の面では、Instagram を利用した宣伝を行うことにより、加古川市内だけでなく市外からも多くの人に足を運んでもらえるのではないかと考える。それに加え、Instagram にイベントの様子を投稿することで参加しなかった人に向けても加古川市の魅力を伝えることができるだろうと考えた。

## 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）

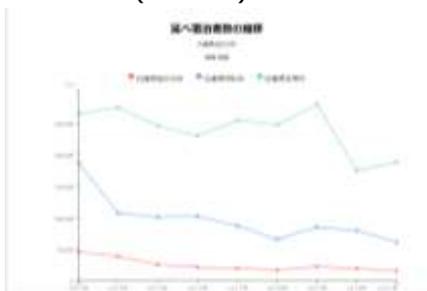
このアイデアを提案する理由（なぜ）について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

<このアイデアを提案する理由（なぜ）を書いていきます>

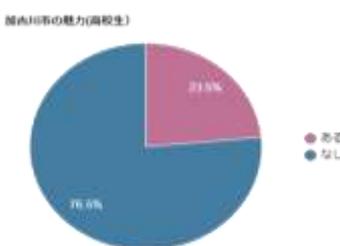
<先の（1）で書いた「何を」「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するというアイデアの内容を支えるための、「なぜこのアイデアがいいのか実現したいのか」を上記のデータを示しつつ書いていきます>

昨年度、STEAM 特講で活動した「陰陽師ツーリズム班」では、以下の点が課題として示された。

<図 1>（RESAS）



<図 2>（昨年度の校内アンケート）



- ・加古川市を訪れる観光客(宿泊者数等)が少ないこと（図 1 より）
- ・地元の高校生も「加古川市には魅力がない」と考えている人が多く、魅力が認知されていないこと（図 2 より）

<図 3>（昨年度の資料）



これを受け、昨年度の最終提言として、図 3 のロードマップが示された。

私たち「とこ東！加古川発掘課」は、2022 年 8 月の発足以降、図 3 のロードマップを継承・発展させて活動してきた。

COG 応募までに、私たちは以下のような活動を実施した。

1. 『**Kako Re:Birth**』(10/8・9、於：加古川河川敷)への出展、  
『**地域活性化フェス**』(11/27、於：JR 加古川駅南側歩道)への参加

【なぜイベントに参加するのか】

- ・地域の発展を目的に活動されている方たちとつながるきっかけができるから。
- ・また、普段私たちの Instagram を閲覧していない人にも加古川の魅力を伝える機会になるから。

【実際にイベントに参加した成果】

- ・イベントの主催者様や出展者様、加古川商工会議所青年部の方々と新たにつながりを築くことができました。
- ・『Kako Re:Birth』の 2 週間前と 2 週間後の Instagram へのアクセス数を比較すると、2 週間前 **623 件** → 2 週間後 **1,018 件**と、約 63.4%増加した。

さらに、同イベントでの活動をまとめたリール動画は、リーチしたアカウントの総数 **4,324 個**、うち 4,017 個がフォロワー以外と、かなりの反響があった。

- ・『Kako Re:Birth』で実施した来場者アンケートの結果では私たちのブースに来てくださった人の 37%が加古川市外在住の人で、中には県外の人もいた。

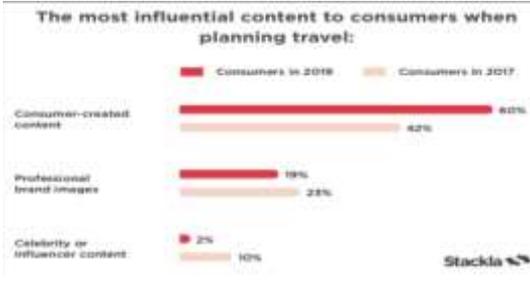
## 2. アイデアの説明（公開）

## (2) アイデアの理由（公開）

・『地域活性化フェス』では、加古川商工会議所の方と直接お会いし、私たちの活動を認知していただいた。  
また、加古川市の岡田市長とも直接お会いでき、Instagram のフォローもしていただいた。

### 2. Instagram の利用

<図 4 >

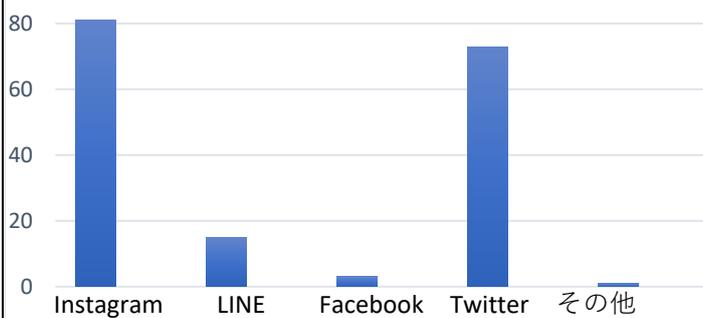


([Stackla Survey Reveals Disconnect Between the Content Consumers Want & What Marketers Deliver - Nosto](#))

#### 【なぜ Instagram を使うのか】

図 4 より、旅行を計画する際に最も影響力があるのは Instagram 口コミサイトに投稿された感想などのユーザー生成コンテンツ（UGC）であると答えている事がわかる。

#### (%) 皆が投稿を見る機会が多いSNS



<図 5 > (文教大学 福島史将氏「インスタグラムの利用意識と観光意識の関連性」2019 年)

また、図 5 よりいくつかの SNS の中で Instagram が最も多く利用される SNS であることが分かった。これを受けて Instagram を利用することで多くの人が加古川の観光地を知ってもらうことができると考えた。

#### 【Instagram を利用した成果】

- ・ 8 月 26 日の初投稿以来、32 回の投稿を行い、**264 人のフォロワー**を獲得している。(12 月 17 日現在)
- ・ メンバー以外の生徒が記事を寄せてくれることもある(12 月 17 日現在で計 5 回)。
- ・ 直近 90 日間(9 月 18 日~12 月 16 日)で、リーチしたアカウント数は **6,103 件**、インタラクション(いいね！や記事保存)は **1,581 件**、インプレッション(総アクセス数)は **30,709 件**を記録した。
- ・ はじめは加古川市や隣接する明石市からのアクセスが約 90%を占めていたが、直近 30 日間(11 月 17 日~12 月 16 日)では、加古川市+明石市のアクセスの割合は **41.1%**となり、また群馬県や鹿児島県など、遠方の方からのいいね！も投稿の度につくようになった。
- ・ 加古川市長様やニッケパークタウン様をはじめとする、市の関係者や地域の様々な団体にフォローしていただいた。

ここまでの活動を振り返り、分析すると次のようなことが分かった。

#### ① イベントへの参加

- ・ 加古川市内のイベントでも市外の方が来てくれることがあり、加古川市の魅力を多くの人に知ってもらうことができる
- ・ イベントに参加した後アクセス数が増加したことから、イベントに参加することにより、今まで自分たちの活動を知らなかった人にも活動を知ってもらうことができる

## 2. アイデアの説明（公開）

## (2) アイデアの理由（公開）

・イベントには様々な人が携わるため、加古川商工会議所の方等、今後の活動に協力していただけるような方とつながりをもつことができる

### ② Instagram

- ・遠く離れた人たちにも情報を発信する媒体として機能する
- ・私たちが発掘した魅力だけでなく、地元民が発掘した魅力も発信することができるため、より多彩且つ新たな「加古川市」の魅力を広めることができる

### 3. イベント主催について

『Kako Re:Birth』、『地域活性化フェス』と、2つのイベントに参加して、

- ・幅広い年齢層の人がイベントに来場し、楽しんでいること
- ・Instagramではできない、人と人の直接の交流ができること
- ・地域の人々がつながり、地域の魅力、人の魅力を発見することができる場であること等、

人と人とのつながりによって、地域活性化の活動が共感を生み、成立していくことが分かった。

このことから、私たちの手でイベントを主催することができれば、私たち高校生を中心に人と人とのつながりが生まれ、活動の輪をさらに広げ、深めていくことができるのではないかと考えた。

また、先述の通り、『Kako Re:Birth』時の来場者アンケートでは、市外からの来場者も37%を占めたことから、PRを効果的に展開すれば、市内のみならず、市外からもイベントに来場して頂くことができると考える。そしてそのイベントで、私たちの活動や加古川の魅力を発信することで、イベント後も来場者に加古川に興味を持っていただく狙いもある。

### (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。

<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<sup>ず</sup>>

<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

高校生である私たち「とこ東！加古川発掘課」が主体となって Instagram やイベント関係等の活動の企画・運営を行う。イベント参加・主催など、私たちの力だけでは実現できない部分は、加古川市シティープロモーション課様や NEC プロボノ倶楽部様など、活動でつながってきた方々にもご協力いただく。

#### 2. 実現に必要な資源

##### ①ヒト

・Instagram の運営は私たちが行う。学校内外の高校生やその他の加古川市民の方にも写真や記事の提供を呼びかけている。投稿については、紹介する店舗や観光スポット等に許可を得、協力をいただく必要がある。

・イベントの参加、主催に関しては企画、準備、運営、宣伝等の人員が必要になると考える。いずれの役割も私たちが主体で行う予定であるが、私たちの力のみで進めることは難しいと予想されるため、加古川市様や、活動にご協力いただいている NEC プロボノ倶楽部様、過去に参加したイベントの主催者様に助言等をいただく。

また、ヒトは私たちの活動の規模が大きくなればなるほどつながりが増え、集まりやすくなると考えている。

##### ②モノ

現時点で、A：イベント等で使用する活動宣伝用のチラシ、B：イベント参加の際の出し物、C：イベント主催の際の準備物 が必要だと考える。具体的には、

A：私たちが起点となって加古川市の認知度を高めていくために、まずは私たち自身の活動の認知度も高める必要がある。そのため、参加するイベントでは、加古川市の PR はもちろんのこと、**私たちの活動も積極的に PR**していく。その方法として、チラシの配布が必要だと考える。過去に参加したイベントでは実際に作成・配布した。

B：イベント参加の際、出し物を行うことを考えている。準備物は企画する出し物の内容によって変わる。

『Kako Re:Birth』では、加古川にちなんだクイズを企画・出展し、その際画用紙とマジックを用意した。

C：イベント主催の際には、形態により必要なものは変わるが、ギャラリーや公共スペース等の開催スペース、長机やテント等のブース設営に必要なものは最低限用意する必要があると考える。

##### ③カネ

チラシの印刷費、イベント出展時の出し物の準備費、イベント主催にかかる諸費等が必要になると思われる。これらの調達のため、**加古川市の「協働のまちづくり推進事業補助金」のスタート応援型(学生枠)**の利用、NEC プロボノ倶楽部様への一部物品の支援要請の他、**クラウドファンディング**の利用等も検討しようと考えている。

※ただし、補助金については、本年度は申請期限が過ぎていることから、活用は次年度以降となる見込みである。

### 3. プロセス

#### I. Instagram での発信

メンバーが複数名いること、コンテンツ作成が短い時間のできる Instagram の利点を生かし、以下の 3 点を同時進行で進めていく。

##### ① 学校内外、特に同年代からの提供写真の募集体制の強化

現在数件にとどまっている提供件数を増加させ、より多くの人を巻き込むべく、まずは校内から活動の認知を高め、協力者を増やす。その後に他校、一般市民への募集といった形で輪をひろげていく。

##### ② コンテンツの拡充

現在投稿しているものは加古川市の風景のみであり、食などに関する投稿が全くない。今後は風景の投稿を継続するとともに、食関係や、地域活性化に尽力されている加古川市の“人”、地域活動の魅力も取り上げていく。

##### ③ 加古川市長様、加古川市観光大使様をはじめとした地域の方々とのコラボレーション企画を実施

2023 年 1 月より、既にイベントや Instagram でつながりがある人を皮切りに、地域の人々が思う加古川の魅力を発掘・発信・交流する企画を展開する予定。人から人へ、つながりを生かして輪を広げていく。

#### II. 既存イベントへの参加

従来通り、スケジュールを調整し、出展できるイベントに参加していく。自分たちで調べたものの他に、これまで関わってきた人々の紹介による、“つながり”を生かした出展も計画している。

出展にあたっては 2 週間ほど前から内容の立案・制作を行い、当日は各自のスケジュールに合わせたシフトで展開、来場者アンケートも行き、終了後にアンケートの結果の分析を含め、反省と次回の展望をまとめる予定。

#### III. イベントの主催について以下の 4 つの段階を踏んで計画していく予定。

##### ① アイデアの立案・ブラッシュアップ (2022 年 12 月～2023 年 1 月)

私たち高校生が主体となり、NEC プロボノ倶楽部様、加古川市様、過去のイベント出展で関わった皆様など、イベント主催のノウハウをもつ方々からの助言・ご協力を得ながら、企画を練り上げていく。

##### ② 内容の確定・イベント準備 (2023 年 2 月)

NEC プロボノ倶楽部様、加古川市様との打ち合わせを重ねて、イベントの形態や時間、準備などの計画を固め、場所の確保や必要なものの準備や、PR などを行っていく。また、これまでに関わってきた皆様の“つながり”を生かし、加古川市の地域活性化に取り組む方々にアプローチし、出展者を集める。

##### ③ イベント実施 (2023 年 3 月)

実際にイベントを実施し、地域活性化に取り組む方々との“つながり”をさらに深め、広げるとともに、加古川の魅力を新たに共有・発掘・交流し、発信する場とする。

##### ④ 反省、今後の活動の展望 (イベント後)

初めてのイベント主催を分析し、成果と課題を洗い出す。また、イベントで関わった人との“つながり”を、イベント後も継続・発展させていく。これらを踏まえて、活動計画を見直し、今後の展望をリビルドする。