

チャレンジ！！オープンガバナンス 2024 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
		観光が鶴岡のまちを変える！若者が鶴岡のまちに集う！	山形県鶴岡市
チームがつけたアイデア名（公開）（注2）	Deliver to TsuruoCAR		

（注1）地域課題名は、COG2024 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 下の欄のうち選択肢項目は右のドロップダウンで選んでください

チーム名（公開）	昭和女子大学 鶴岡再発見プロジェクト 2024		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生 ドロップダウン選択		2. 学生
チームメンバー数（公開）	6 名		
代表者（公開）	西澤 美優		

【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 **COG2024_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名** にして、COG2024 のウェブサイトにある【応募フォーム】からアップロードしてください。

<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、代表者および公開に同意したメンバー氏名（[メンバー一覧ページ](#)を参照）、「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得ます。

<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。

アイデアの説明が肖像権・著作権等を侵害していないことを確認してください。OK なら右欄の○を選択

<チームメンバー名簿： [メンバー一覧ページ](#)>

チャレンジ！！オープンガバナンス 2024 市民／学生応募用紙

チームメンバーに関する情報を該当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。）

アイデアの説明は (1) アイデアの内容（活動）、(2) アイデアの理由（なぜなら）、(3) 実現までの流れ、の三項目あります。それぞれ書いてください。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、どのような社会的活動（サービス）を行うのかを具体的に示してください。将来実現した場合に、新規性があり、実践したくなり、魅力的でワクワクするようなアイデアを求めます。その結果、課題が解決され、社会に良い変化をもたらすことが期待されます。**2 ページ以内**でご記入ください。

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

※応募チームとして解決したい課題のポイントを、以下にごく短く書いてください

＜解決したい課題のポイント＞

鶴岡は食文化や温泉など多岐にわたる魅力があるにもかかわらず、認知度の低さから若者が旅行などの選択肢に入らないこと

※以上の課題解決のために『何』をするアイデアか、それを『だれ』が『だれ』に対して『いつ』『どこで』『どのように』行うのか、受益者自身が主体的に関わる視点も視野に入れてわかりやすく書いてください。アイデアが具体的に実行される場面を想定し、説明をお願いします。

（参考）よいアイデアを生むには関連データの分析に加えてデザイン思考によるアイデアを利用する人への共感（使う人の立場になってみること）が大切です。

＜提案するアイデアの内容＞

『何』をするアイデアか	鶴岡に行って免許を取りたい！思わせる仕組みづくり(合宿免許を鶴岡で取ってもらう) 「Deliver to TsuruoCAR」 Deliver とは「配達する・送り届ける」という意味。このことから、本プロジェクトメンバーが関東から鶴岡に若者を送り込むという意味が込められている。反対に「鶴岡市からも魅力（観光、食文化等）を若者に届ける」という意味も込められている。また、鶴岡の「か」と「CAR」を掛け合わせて免許合宿やドライブなどをイメージしている。
『だれ』が	昭和女子大学の学生（東京の大学生） 鶴岡市を訪れたことのない東京の学生が、研修を通して、実際に現地に足を運び肌で魅力を感じてきたからこそ伝えることのできるものがあるから。
『だれ』に対して	若者 山形県鶴岡市に若者(大学生)が来る機会を作りたいと考えた。 (つるおかミライ会議に参加して鶴岡の将来について考えた際に若者が鶴岡に増えれば伝統文化や食文化の継承に繋がり、次世代の新たな視点で鶴岡の発展について考えられるようになるため)
『いつ』	8・9月(大学生の夏休み期間に重点を置く) 大学生の夏休み期間に向けて施策を行う。教習所に入校する人が多いことや、大学生の時間的余裕が最もある期間なことからこの時期に設定。 プロモーションなどは通年行っていく。
『どこで』	・昭和女子大学内・鶴岡市観光案内所・鶴岡市の商店、飲食店 ・鶴岡市内の免許合宿教習所(鶴岡市にある教習所3社を指す)
『どのように』	①昭和女子大学内でのアンケートの実施 市が求めている鶴岡の知名度および若者が免許合宿に求めるニーズについて調査し鶴岡市と共有する ②プロモーション 鶴岡へ免許合宿に行った時の楽しいイメージが伝わるように ・観光動画の作成→鶴岡に来たら免許合宿期間に絶対楽しめると感じてもらえる動画を目指す 実際の鶴岡の様子や魅力をありのまま伝える(合宿免許を取った方々に体験談を語ってもらう)。大学内の掲示版やポータルサイトのほか、大学の公式 SNS などでもとりあげてもらう ・現在、鶴岡市が進めている、テレビ番組「せっかくグルメ」のような地元の人が外部から訪れた人におすすめの飲食店を紹介する企画を大学内で実施する ・大学内の部活・サークルに呼びかけ、合宿や旅行の行き先として提案し、あわせて免許合宿も紹介する ③アクション 実際に免許合宿に行った時のために ・ラジオ番組の制作→免許合宿教習所と合宿所を行き来する時のバス内や待合室で流す 上記のプロモーションを掛け合わせたような観光メインのトーク番組を想定 例、鶴岡の食文化について・生産者さんの声やこだわり、どこで食べられるかなど 鶴岡市内で宣伝して欲しいお店やイベントを CM 風に紹介(鶴岡の様々な人と繋がるきっかけに) ・スタンプラリーの実施→既に現地で販売されている「手ぬぐいスタンプ帳」を活用し、合宿中に行けるようなお店や施設を空き時間にめぐることができるようにする ・昭和女子大生おすすめの鶴岡市観光ルートの提示 →免許合宿教習所のサイトに掲載してもらい、鶴岡市全体の観光について知る機会を作る

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

免許合宿が終わった後にもう一度鶴岡に来てもらうために

- ・ドライブコースの提案→鶴岡の観光名所は車移動が多いため、免許を取った後のドライブや旅行などの選択肢になる
両サイドに田んぼの広がる道幅に余裕のある道や海沿いの走っていて気持ちのいい道（初心者向け）
漫画『頭文字 D』に登場するような峠道など（上級者向け）
- ・観光案内所と免許合宿教習所を繋げる→免許合宿教習所内で山伏体験や精進料理、農作物の収穫など、鶴岡市ならではの体験を手軽にできるように環境を整える（アプリや LINE などを活用する）

<この提案の背景>

鶴岡市は「来れば魅力が伝わる地域」と現地の方も言っているほど現地での体験が魅力の 1 つだ。"鶴岡市へ若者に来てもらうには?"と模索したところ、若者が鶴岡市へ滞在する多くの理由として、自動車免許合宿が挙げられる。免許合宿は県外や関東からの大学生の利用が多く、鶴岡市を知ってもらえる貴重な機会であり、合宿中の空き時間などに鶴岡市を観光してもらえるとというメリットがある。また、大学生が観光する際に重要となる交通費についても免許合宿ならプランの中に交通費が含まれていることも多い。このようなことから、鶴岡市の観光と合宿免許を掛け合わせた提案をした。

さらに、市役所からは「若者の鶴岡市の知名度」に関するデータがないと伺い、市内の人が鶴岡に対してどう考えているかなどの調査はあったが、市外の人を対象としたデータがないことを発見した。そこで私たちが大学内で鶴岡市の知名度アンケートを行い、鶴岡市役所へ共有することとした。アンケートでは、知名度調査と同時に合宿免許の需要やニーズについても調査し、「鶴岡に行ってみよう」と思わせるプロモーションに繋げようと考えている。

<この提案に対する思い>

私たちが実際に鶴岡市へ事前研修に行った際に感じたのが景色の良さや伝統文化、食文化、など「リアル」な体験、観光資源の多さである。クラゲの美しさやキラキラ輝く海、山伏や歴史的建造物の威厳さ、自然と人が混ざり合うことで生まれる鶴岡の温かい雰囲気など数えきれない。東京では味わうことのできない経験を通してプロジェクトメンバー全員が鶴岡市を好きになった。

これは現地に行かないと伝わらない...実際に行ってみて欲しい、体験して欲しい!という思いが 1 番にある。

プロモーションの中でも、ただ楽しい!来て!ではなく、「このお店がいい」・「この体験を味わってほしい」など鶴岡市の実際の空気感が伝わるよう意識している。長年、鶴岡市が課題としていた、若者を鶴岡に呼び込むきっかけになればいいなと考えている。

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）

次に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。

※先に書いた『何を』『だれが』『だれに対して』『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に、『なぜ』このアイデアが有効で、実現する意味があるのかを、上記のデータを使ってわかりやすく説明します。

<参考：以下のように理由を書いていきます>

※根拠：このアイデアがなぜ必要であるか、またはなぜ有効だと考えるのか、その筋道を説明します。

※裏付け：その根拠を支えるために、統計データや報告書、事例などを使って補強します。さらに具体的なアイデアの効果についても、何らかのデータを使うと説得力が増すでしょう。（定性データを含めて歓迎）

なぜ Instagram や YouTube での発信か⇒若者の旅行を計画する情報源は SNS が主流となっている

日本交通公社の調査によると国内旅行の実施にあたり、どのように情報を収集したかという調査の中で、私たち大学生を含む Z 世代と呼ばれる年代の人々は「SNS やブログ、動画投稿サイト」などインターネットからの情報をもとにして旅行を計画していることが分かった。

Q.国内旅行の実施にあたり、旅行の計画を立てる際にどのように情報収集しましたか。【複数回答】

	インターネットの検索エンジン (Google, Yahoo!など)	宿泊施設のHP	旅行専門サイト	インターネットの動画投稿サイト (YouTubeなど)	SNS (Instagram, Facebookなど) やブログ、動画投稿サイト	家族や友人・知人	旅行ガイドブック	観光施設のHP	旅行雑誌	観光協会や自治体のHP	旅行会社のHP	旅行会社のパンフレット	観光パンフレット	旅行先の観光協会、宿泊施設などに問い合わせ	旅行会社に問い合わせ (店舗や電話、メールなど)	その他	自分で情報収集しない
全体 (n=1,448)	51.7	27.5	20.9	15.3	14.3	13.5	10.4	10.2	10.1	8.1	7.5	7.3	4.4	2.3	2.0	2.1	10.2
男性	56.2	26.5	23.4	10.6	13.5	15.5	11.7	12.7	11.0	9.5	6.7	7.5	5.2	2.0	2.3	2.3	7.3
Z世代 (n=43)	51.2	9.3	27.9	37.2	20.9	7.0	11.6	4.7	4.7	9.3	9.3	2.3	4.7	2.3	2.3	2.3	9.3
ミレニアル世代 (n=196)	55.6	21.4	25.5	13.8	18.4	18.9	12.8	15.8	6.6	11.7	6.6	9.2	7.7	4.1	5.1	1.0	6.6
X世代以上 (n=495)	56.8	29.9	22.0	6.9	10.9	14.7	11.1	12.1	13.1	8.5	6.3	7.3	4.2	1.2	1.2	2.8	7.5
女性	47.1	28.5	18.2	20.1	15.1	11.5	9.1	7.6	9.1	6.7	8.4	7.0	3.5	2.5	1.7	2.0	13.0
Z世代 (n=46)	43.5	13.0	4.3	47.8	19.6	19.6	10.9	13.0	8.7	8.7	4.3	13.0	8.7	2.2	0.0	0.0	10.9
ミレニアル世代 (n=170)	48.8	20.0	14.1	46.5	18.8	12.4	6.5	10.0	5.9	4.7	12.9	4.1	2.9	1.2	2.4	1.2	12.9
X世代以上 (n=496)	46.8	32.7	20.8	8.3	13.5	10.5	9.9	6.3	10.3	7.3	7.3	7.5	3.2	3.0	1.6	2.4	13.3

Z世代：19-25歳、ミレニアル世代：26-41歳、X世代以上：42歳以上

<https://www.jtb.or.jp/research/statistics-tourist-sns-pictures2022/>

『なぜ鶴岡市で免許合宿なのか』

①若者の旅行目的に合致することが鶴岡市には少ないが、一度訪れればその魅力から、また訪れたいと目的地候補のひとつとなり得る。まずは、鶴岡市に行く機会を創出したい。

若者が旅行に求めるものとして挙げられるものの一つに「タイパ」という考え方がある。その点において山形県鶴岡市は東京駅から新幹線と特急で約4時間と、箱根や草津など近隣の人気観光地に比べて移動時間がかかる。また、SNS やメディアへの露出が少なく、鶴岡市の魅力が十分に知られていないという点がある。このような観点から、鶴岡市に縁のない若者が自ら山形県鶴岡市を旅行先を選ぶということは考えづらい。そのため、まずは一度、若者に鶴岡市に来てもらう仕組みが必要であると考えた。

②学生の実験の経験から

プロジェクトメンバーの中に、山形県での免許合宿に参加した経験がある者や、免許合宿先の候補のひとつに山形県が挙がっていた者もいた。このような実体験から、山形での免許合宿は非常に需要があると感じている。

2. アイデアの説明（公開） (2) アイデアの理由（公開）

『なぜ8・9月なのか』

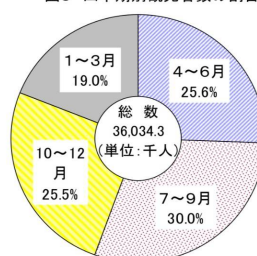
- ①大学生の夏休み期間であり、多くの若者が免許合宿に訪れる時期であるため。
- ②鶴岡のきれいな海や自然、食文化を体験するのに適した期間であり、鶴岡市で一番大きなお祭りである赤川花火大会など、多くのイベントが行われ賑わっているため。

(単位：千人)

月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
観光者数	2,570.7	3,444.8	3,203.7	3,359.9	3,897.3	3,542.9
構成比	7.1%	9.6%	8.9%	9.3%	10.8%	9.8%
対3年度増減率	44.0%	38.2%	22.0%	9.4%	16.3%	20.0%

月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
観光者数	3,972.4	3,063.6	2,137.2	2,372.2	2,069.7	2,399.9
構成比	11.0%	8.5%	5.9%	6.6%	5.7%	6.7%
対3年度増減率	14.5%	3.9%	7.6%	16.0%	42.1%	28.1%

図3 四半期別観光者数の割合

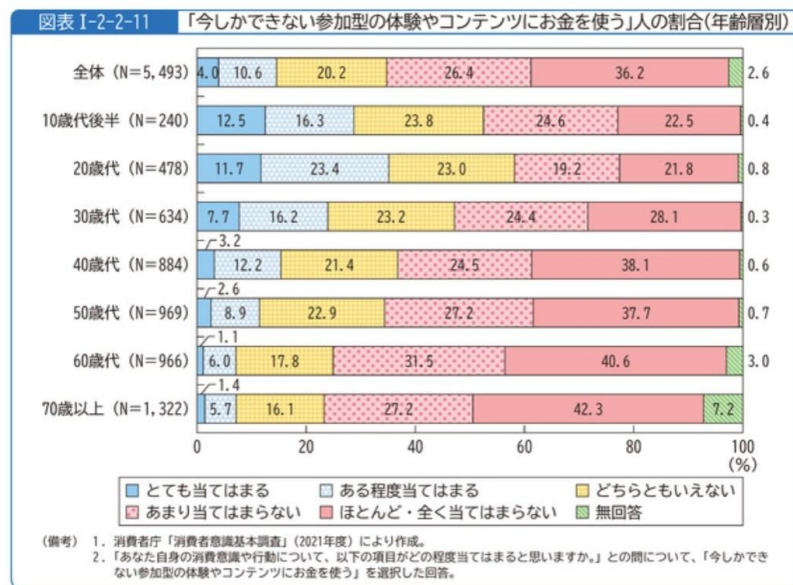


出典 令和5年度 山形県観光者数調査

上の図は山形県の観光者数を月別に示したものである。この中で特に7～9月に観光者数が増加していることが見てわかる。観光目的の増加だけではなく、免許合宿による来訪も多いのではないかと推考される。この時期に計画を実行することで多くの人をまき混むという狙いがある。

『合宿免許に訪れた人に鶴岡の体験オプションを勧める理由』

普段済んでいる場所から遠く離れた場所での免許合宿の中で、少しでも旅行気分を味わいたいと癒しを求める人々のニーズに応えるため。また、合宿免許中の自由時間や空き時間を利用して合宿免許参加者と鶴岡市に繋がりを持たせる狙い。



合宿免許参加者に多い若者をターゲットとするデータとしては、「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」と回答した人の割合は、10代後半で28.8%、20代で35.1%であり、他の年齢層と比較して高くなっている(消費者庁出典)。このことから鶴岡の観光資源は免許合宿者とのマッチ度は充分だと考える。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2022/csv/1-2-2-11.csv

『合宿免許参加者と鶴岡市を繋げることのメリット』

合宿免許参加者に鶴岡市の魅力を伝える理由としては、合宿免許の期間には少なからず飲食、休憩時間が存在

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

し、合宿免許参加者も一時的ではあるが鶴岡市の一員として生活をするためである。
しかしながら、若者の間では鶴岡市の認知度は低く、鶴岡市を選んで訪れた若者に鶴岡の美味しい水、食べ物、空気や景色などの住んでみないと分からない魅力を伝えきれていないのが現状だ。
鶴岡市の視点からも、県外からの若者に観光案内所も含め鶴岡の様々なスポットを訪れて魅力に触れてほしいという願いがある。私達は充実した免許合宿に参加したいという気持ちを持つ大学生と、鶴岡市の魅力をもっと多くの人に広めたいという鶴岡市側の両者の視点を持ち合わせているためそれを生かしたものを作りあげたい。

2. アイデアの説明（公開）

(3) アイデア実現までの流れ（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を含め、**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

○全体設計、環境整備

鶴岡再発見プロジェクト・鶴岡市商工観光部商工課・鶴岡市東京事務所

○試行段階

鶴岡市内の免許合宿教習所(3社に交渉予定)

○サービス利用主体

免許合宿教習所利用者・観光客

2. 実現に必要な資源(ヒト、モノ、カネ)

ヒト:昭和女子大学生、鶴岡市商工観光部商工課、鶴岡市東京事務所、鶴岡市内の免許合宿教習所(3社にご依頼予定)

モノ:

【鶴岡を知るきっかけづくり(合宿免許で鶴岡を選ぶようなきっかけ)プロモーション】

○鶴岡免許合宿教習所の動画制作○

大学の撮影機材を使用し、撮影技法や基本演出などを専門科目で習得したプロジェクトメンバーが撮影・編集を行う。第三者に委託せず本プロジェクトメンバーで作成するため、費用は不要である。

○動画広報○

制作した動画は昭和女子大学公式Instagram、公式 Youtube で公開。免許合宿教習所の案内冊子、昭和女子大学内に案内チラシに動画のQRコード掲載し配布。チラシ製作は本プロジェクトメンバーが行うため費用は不要である。

○ラジオ○

ラジオ番組の制作→免許合宿教習所と合宿所を行き来する時のバス内や待合室で流す。現在鶴岡で収集している“鶴岡魅力アンケート”結果を参考にし、収録した地元の人や鶴岡に初めて来た人の声を発信していく。収録・編集は昭和女子大学の機材を使用する予定のため費用は不要である。

○ホームページ○

免許合宿教習所ホームページでは、現状、手軽にツアーの予約まで行うことが難しく、観光名所までの案内も不確かな面が大きいため、観光客が使用した際にどこを巡るべきなのかわかるよう簡略化する。昭和女子大学鶴岡再発見プロジェクトがホームページ制作を行うため費用は不要である。

【免許合宿に来ていただいてからの仕組み アクション】

○ドライブコース作り○

免許合宿を行う教習所へ、プロジェクトメンバーが考えたドライブコースを提案。路上運転の際に実際にそのルートを使

2. アイデアの説明（公開）

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

用する。また、プロジェクトメンバーが制作予定のホームページに掲載、公開し、免許合宿に関係なく鶴岡市に観光で訪れた人にも参考にしていただく。ルート制作から提案、実装までプロジェクトメンバーが行うため費用は不要である。

○スタンプラリー○

合宿免許参加者が楽しめるようなものを作成し、鶴岡市の魅力を知ってもらうきっかけづくりをする。鶴岡市を含む庄内には周遊観光しながら、観光施設でスタンプを集めることのできる「手ぬぐいスタンプ帖」が既があり、これを活用する。「手ぬぐいスタンプ帖」には、教習所から行きやすい場所がある一方、免許取得中では行くことが難しい場所もあるため、その後の鶴岡旅行のきっかけになると考えられる。プロジェクトメンバーがルート制作し、該当の機関に設置を依頼する。雑費（紙、印刷、ハンコ）はクラウドファンディングにて募る。

○免許合宿参加者を、延泊させるような、鶴岡市の魅力的な観光ツアー作り○

ツアー内容は鶴岡市役所と共同で制作し、特色ある観光地を動画やドライブコースにも盛り込む。将来的にはツアー参加者の要望にも沿えるような形にする。

○旅行事業者によるツアー実施（プラスアルファ）○

ツアー実施に係る人件費については、ツアー参加者からの参加費用に含める。ツアーの移動手段は免許保持者にはレンタカーを、不保持者にはバス（運転手付き）やタクシーを用意する。本企画は、上記のプロモーションやアクションが成功した場合に実行する。

カネ：学園祭にて鶴岡の特産品を販売し必要経費に充てる。その他クラウドファンディングで募る。

3. 実現にいたる時間軸を含むプロセス

	段階	プロモーション	アクション
1 月	制作	学内アンケートの作成 ホームページ制作	鶴岡市・免許営業所との ミーティング
2 月		学内アンケートの実施・まとめ・分析	スタンプラリーの作成
3 月		動画・ラジオの作成	ドライブコース作成
4 月		↓	鶴岡市とミーティング
5 月		宣伝開始	スタンプラリーとドライブコース の修正
6 月	実行	宣伝	完成・実行
7 月		↓	
8 月		動画、ラジオの調査 （成果の確認）	スタンプラリー、ドライブコース の調査
9 月	調査・改善	問題点などをフィードバックし、 ブラッシュアップを行う	問題点などをフィードバックし、 ブラッシュアップを行う
10 月		（プロモーションが成功した場合、 ツアーを行う）	
11 月		文化祭にて鶴岡名産品販売 （費用調達）	

広報活動にあたる動画制作、ラジオ制作、ホームページ制作、ドライブコースに関しては免許合宿教習所の繁忙期である 8 月までの完成を目指す。段階を繰り返し断続的な企画にする。