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！	鶴岡市
チームがつけたアイデア名（公開）（注 2）	つるおか腸いいね！project		

（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）	庄内 BACE	
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）	7名	
代表者（公開）	渡会日菜	
メンバー（公開）	相川茉奈、井上実結、、畔上虎之助、石井俊輔、安藤希祥、小川萌衣	

【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、ttps://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。

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 なら右欄の〇を選択　➡	OK

＜チームメンバー名簿：メンバー一覧ページ＞

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下さい。）

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）

2．アイデアの説明（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、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、魅力的でわくわく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。

※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＞
・「ユネスコ食文化創造都市」である鶴岡の素晴らしい食文化が、ほぼ県外で浸透していない。
・世界的に注目を集める企業が集まるサイエンスパークが、鶴岡市に根付いていない。

※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＞

1.アイデア概要

食×サイエンス×観光で地域まるごと元気に！

本プロジェクトでは、「食文化」と「サイエンス」を融合させ、「腸活」の視点から鶴岡市をリブランディングする。
山形県鶴岡市は、日本でわずか2か所しか認定されていない「ユネスコ食文化創造都市」に選ばれている。
ここでは、温海カブや外内島キュウリ、民田ナスなどの在来作物や精進料理、伝統的な郷土食など、他に類を見ない豊かな食文化が根付いている。

一方で、鶴岡市は、生命科学分野の研究施設「鶴岡サイエンスパーク」を有している。鶴岡サイエンスパークとは、最先端のバイオテクノロジーと IT を融合した研究拠点である。大学、企業、行政が一体となり、日本の科学技術に「ワクワク感」をもたらしつつ、地方創生の新しいモデルとして成長している。中でも施設内の企業であるメタジェンセラピューティクスは、腸内細菌や健康増進に関する研究を進めており、医療分野への応用も期待される。

これらの魅力を融合させ、「腸活」の視点から鶴岡市をリブランディングする。具体的には、「腸いいね！」マークが設置された飲食店や観光スポットを巡るスタンプラリーを通じて、観光客に健康志向の旅を提供し、検便によるドナーツーリズムを行う。これらの活動を通じ、観光客には鶴岡の伝統的な食文化と腸内環境に配慮した旅を提供する。また、鶴岡市民にとっても、食や健康に対する意識を高めるきっかけとなり、市全体が健康的で活力ある街へと進化することを目指す。

2．アイデアの説明（公開）　　(1) アイデアの内容（公開）

2. 実施内容

1.「腸いいね！」マークの設置

腸内環境に良い料理を提供するお店や温泉地に「腸いいね！」マークを設置する。このマークは、観光客や市民に向けて、鶴岡市が腸活を推進する拠点であることを視覚的に示す。さらに、QR コードを併設し、健康情報やおすすめメニュー、腸活スポットの詳細が閲覧できる仕組みを導入する。

2.アプリの活用

「腸いいね！」マークが設置されたスポットを巡るデジタルスタンプラリーをアプリ上で提供する。ポイントを集めて地域の特産品や飲食店の割引クーポンがもらえる仕組みを導入する。ここで、LINE ミニアプリを活用する。LINE ユーザーが簡単に参加できる仕組みを構築し、観光客の利用ハードルを下げる。

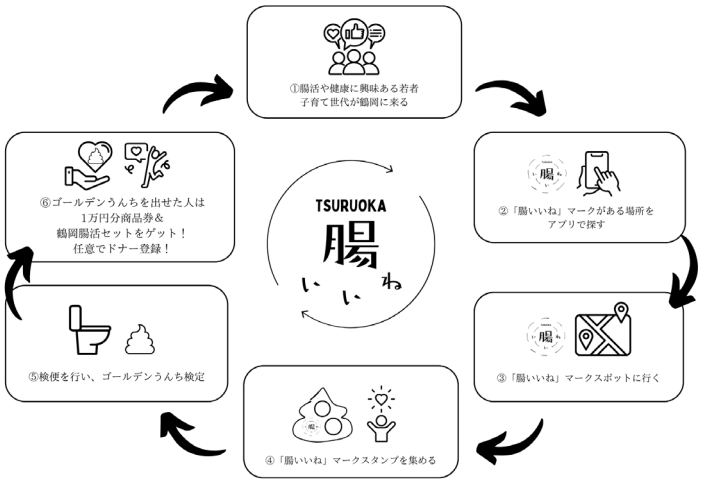
また、謎解きイベントとして食文化、観光スポット、腸活に関するクイズを組み込み、観光と教育を融合する。解答者には特別なスタンプや特典が付与される。

3. ドナーツーリズム

観光客が「ゴールデンうんちチャレンジ」として、腸内細菌の状態を知る機会を通じて健康意識の向上を図る。旅の一環として検便を行い、腸内環境を可視化する体験を提供する。参加特典として、腸いいねスポットで使える商品券に加え、腸活セット（地元の発酵食品や腸に良いレシピ集）をプレゼントする。また、「腸内細菌バンク」のドナー登録を任意の人に促進する。これにより、地域活性化だけではなく、腸内細菌の研究や医療技術への貢献も期待できる。

4. うんちイベントの実施

腸活をテーマにしたユニークなイベントを企画し、健康やサイエンス、地域文化への関心を高める。具体的には、謎解きイベントや体験型ワークショップを開催する。鶴岡市内の観光スポットを巡りながら、腸内細菌や腸活にまつわる謎解きアクティビティを開催する。また、メタジェンセラピューティクスの研究者を招き、腸内細菌や腸活の最新研究を分かりやすく解説するセミナーを実施する。さらに、若年層に人気の「うんちグッズ」や「SNS 映え」を活用し、ゴールデンうんちを使ったフォトブースやオブジェクトを用意し、楽しい雰囲気を演出する。



これらの企画で

「腸いい街、つるおか市」を合言葉に市民と観光客双方が心身ともに元気な街を目指す！

3.期待される効果

・鶴岡市が持つ「食文化」と、「サイエンス」という独自の魅力を最大限に活かし、観光客と地域住民双方に新たな価値を提供する。

・「腸活」を鶴岡市のアイデンティティとして打ち出し、健康志向や科学的アプローチを重視した観光地として PR することで、他の観光地との差別化を図り、国内外から注目されるブランド力を構築する。

・サイエンスパークの研究成果を観光や地域イベントに応用し、住民がその存在意義を身近に感じられる仕組みを構築する。これにより、サイエンスパークが「特別な施設」から「地域に根付いた施設」へと変化し、地域の誇りとなる。

・街中に「腸活スポット」を設置することで、住民の健康意識を高める。例えば、日常的に訪れる飲食店や公共施設で腸内環境に良い情報が提供されることで、健康的なライフスタイルを自然に取り入れるきっかけとなる。

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）

鶴岡市の課題とプロジェクトの背景

理由①食文化創造都市、鶴岡市

鶴岡市は在来作物や精進料理、家庭で受け継がれてきた伝統的な食文化が魅力的である。しかし、観光産業においてその価値が十分に発信されていない。例えば、ユネスコ食文化創造都市に認定されているにもかかわらず、訪日外国人や若年層の国内観光客にとって鶴岡の食文化は「知る人ぞ知る」というレベルに留まっている。この課題を解決するためには、具体的でわかりやすい形で鶴岡の食文化を発信する必要がある。

理由②サイエンスパークと地域とのギャップ

鶴岡サイエンスパークは腸内細菌を含む生命科学に関する先端的な研究を行っているものの、地域住民や観光客との関わりが希薄である。その背景として、研究内容が一般市民にとって難解であることが挙げられる。地域の企業や農家との共同研究や、講演会・イベントを定期的に開催しているにも関わらず、科学的知見が地域住民や観光客にわかりやすく伝わっていないため、サイエンスパークの存在意義が十分に理解されていない。したがって、サイエンスパークの研究成果を「腸活」といった親しみやすいテーマで一般向けに発信し、観光や健康イベントに活用することで地域との土着化が進むと考える。

理由③メタジェンセラピューティクスのデータ

鶴岡サイエンスパーク内の企業「メタジェンセラピューティクス」は、腸内細菌叢移植（FMT）や腸内細菌叢バンクの開発を通じ、腸内環境における先端的な研究を進めている。最先端の技術を地域観光に応用することで、鶴岡の「食文化」×「サイエンス」×「観光」を掛け合わせ、新たな観光価値を創出する。

理由④食べ物だけじゃない！！4つの国民保養温泉地がある鶴岡市！

鶴岡市には、湯田川温泉、湯浜温泉、あつみ温泉、由良温泉の４つの国民保養温泉地がある。これは、市町村単位では全国最多の指定数である。九州大学の研究で、「温泉入浴が腸内細菌叢を変化させ、泉質ごとに異なる腸内細菌を有意に増加させる」という効果が報告されている。このことから、鶴岡市は食文化だけでなく、温泉を活用した腸活を提供できるユニークな観光資源が存在する。

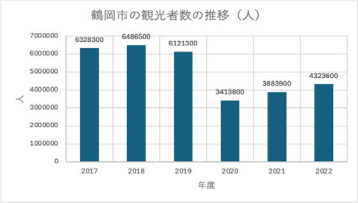
参考文献：九州大学「温泉入浴が腸内細菌叢に与える影響を実証」
https://www.kyushu-u.ac.jp/f/55977/24_0207_01.pdf　(2024 年 12 月 20 日閲覧)

理由⑤鶴岡市中期観光戦略プラン

鶴岡市が中期観光戦略プランを振り返り、以下の 4 つの課題が浮き彫りになっている（鶴岡市来訪客動態調査より）。

1. 認知度が低い
2. 若年層来訪率が低い
3. 周遊ルートや手段がわかりづらい
4. 食文化の概念は届いているが具体的ではない

また、鶴岡市はコロナを機に観光客数が半減し、徐々に回復傾向ではあるものの、コロナ禍前の水準には戻っていない。



右図：鶴岡市の 2017 年～2022 年までの観光客数の推移

これらの課題に対して、本プロジェクトでは以下の解決策を提案する：

課題 1, 4: 「腸活」というテーマを軸に据え、食文化の市内外への認知度を向上させる。

課題 2: 若年層に人気の「うんちグッズ」や「SNS 映え」を活用し、興味を引き付ける仕掛けを導入する。

課題 3: アプリを活用して腸いいねスポット、観光スポット、交通手段を一元管理し、周遊ルートを明確化することで、観光客の利便性を向上させる。

参考文献：鶴岡市ホームページ「鶴岡市中期観光戦略プラン」 https://www.city.tsuruoka.lg.jp/shisei/sogokeikaku/kanko

（2024 年 12 月 20 日閲覧）

理由⑥腸活の高い注目度

近年、「腸活」が注目を集めており、2022 年のデータによれば腸活関連市場規模は約1兆724億円に達した（富士経済グループ調べ）。この成長する市場を背景に、本プロジェクトでは、鶴岡サイエンスパーク内に拠点を持つ、「メタジェンセラピューティクス」の取り組みに注目した。

参考文献：富士経済グループ「腸活関連の原料成分 6 品目と最終商品 4 品目の国内市場を調査」 https://www.fuji-keizai.co.jp/file.html?dir=press&file=23053.pdf&nocache (2023年5月11日)（2024 年 12 月 20 日閲覧）

〇メタジェンセラピューティクスの取り組み

1. 腸内細菌叢移植（FMT）：健康なドナーの便に含まれる腸内細菌叢を患者の腸に移植する医療技術。これは腸の不均衡障害や腸内細菌叢障害が原因で引き起こされる病気の治療を目指す。
2. 腸内細菌叢バンクの開発：FMT の社会実装と微生物創薬を推進するため、日本初の「腸内細菌叢バンク」を構築。これにより、腸内細菌に関する研究成果が医療だけでなく社会全体に貢献する仕組みを提供する。

参考文献：「メタジェンセラピューティクス株式会社ホームページ」 https://www.metagentx.com/ （2024 年 12 月 20 日閲覧）

また、本プロジェクトの先行事例として「別府温泉腸活プロジェクト」が挙げられる。このプロジェクトでは、別府市と明治ブルガリアヨーグルトコラボし、別府市の温泉が持つ「整う力」とヨーグルトの「整腸力」を組み合わせ、観光客の健康増進を目指した。具体的には、スタンプラリーや腸活用宿泊プランを実施した。これにより、主な参加者層は 40 代～50 代の女性となり、動員客数は 650 人を記録した。また、地元の大学生を巻き込んで実施したことで、市のイベントとしては比較的若い世代の参加が目立つ結果となった。別府市の事例は、地域資源と健康を組み合わせた施策が観光客や市民に広く支持される可能性を示す。

参考文献：別府市ホームページ「別府　温泉腸活プロジェクト第 2 弾」
https://www.city.beppu.oita.jp/sangyou/kankou/chokatu.html （2024 年 12 月 20 日閲覧）

理由⑦うんこブーム

うんこミュージアムやうんこドリルのヒットより、「エンタメ性のある腸活」が若年層にも支持されることが高いことが考えられる。これまでに、うんこミュージアムの累計来場者数は 150 万人を突破しており（2024 年 4 月時点）、本プロジェクトでも腸活をテーマにしたエンタメは高い集客効果を発揮すると考えられる。

参考文献：うんこミュージアム TOKYO【公式】ホームページ
https://unkomuseum.com/tokyo/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAgoq7BhBxEiwAVcW0LD_-DM8CfcU800f0Fg0jAMWZZ1PCoQ_Fg1UKfMxqBj-tLRy-Kgi3mBoCJiYQAvD_BwE (2024 年 12 月 20 日閲覧)

事務局用ページ（非公開）

(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

庄内地域の 3 大学(山形大学・慶應義塾大学・東北公益文科大学)

3 つの大学の有志が主体となり、
企業や行政と連携をとりながら進めていく。
各々の専門分野を活かしながら、おもしろ楽しく project を実現する。
写真：定期的に 3 大学合同の集まり実施し、大学生間の仲を深めている。

2. 実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）

【ヒト】

1.学生

斬新かつ若者視点のアイデアの企画・運営を行う。
1 山形大学（農学部）のメンバー
→食 × 農業の分野で、在来作物や食文化など、鶴岡の食ならではの提案・企画
2 慶應義塾大学のメンバー
→先行研究や先行事例についてチームに提供し、アイデアをより具体的で科学的な根拠をもって提案
3　東北公益文科大学のメンバー
→観光 × 街づくりの分野で、観光視点での提案

2. メタジェンセラピューティクス

検便や初期資金をサポート。

また、講演会やトークショーを学生主体で定期的に開催し、
鶴岡を拠点に腸や健康の知識を広めていく。

写真：※「コミュニティスナックこもれび」を利用し、定期的にイベントを実施している。

3.ANA あきんど株式会社庄内支店

ツアーの企画、交通手段の提供

3.鶴岡市役所・DMO デガム鶴岡ツーリズムビューローと連携、協力

飲食店や観光地、イベントのデータの提供や、既存のネットワークへの連携をお願い。

4.観光客、ドナー

うんちに興味のある子供や若者、サイエンスや医療に興味がある方、腸活に興味がある健康志向の方を target にしている。

5.鶴岡市の各飲食店、観光地
腸内環境に良い食事の提供や温泉地を活用した腸活推進イベントへの参加。「腸いいね！」マークを設置し、観光客にアピール。

【もの】
1.「腸いいね！」マークステッカーの作成
2.「腸いいね！」マークの協賛企業や団体の可視化ツールを作成
3.うんちグッズの作成

【カネ】
1.検便検査料:メタジェンセラピューティクスが負担
2.うんちグッズ作成料：参加団体や企業から協賛を集める
3.アプリ開発料：メタジェンセラピューティクスが負担
4．PR・広報：自治体の協力を仰ぐ。

3．実現に至る時間軸を含むプロセス
2025 年
3 月　プレツアーの準備
4 月　プレツアーの実施及びフィードバックを元にプロジェクト案を改善、学生の仲間集め
6 月　市役所とのプロジェクト確認
7 月　各飲食店とメタジェンセラピューティクスとメニュー開発/アプリ開発
9 月　社会実験
10 月　結果をもとに再開発
11 月　再度実証実験
2026 年
1 月　プロジェクト一般公開
3 月　実証前イベント開催
4 月　実証化へ
―2026 年まで、参加人数 1000 人を目標とし、プロジェクトを進めていく―
鶴岡といえば「腸活」！のイメージをつくり、観光客、そして住人の健康意識を高めていく。

※補足「コミュニティスナックこもれび」とは？
こもれびは株式会社 SHONAI が運営する“会員制コミュニティスナック”である。
―庄内を革新するハブになる！ー
を vision とし、同じ志を持つ仲間が“ゆるく”集い、思いがけない人との繋がりや発見を通して、イノベーションが生まれるようなコミュニティの場として地域に開放している。

本プロジェクトでは株式会社 SHONAI のご厚意の元、「コミュニティスナックこもれび」を活用し、学生と地域住人が一体となって企画を進めていく。

写真：鶴岡に住む、いろいろな職業や学生との交流会。
学生限定のイベントや、企業の貸し切りでの営業も行っている。

学生限定の集まりを月に 1 回実施し、本プロジェクトの主催である学生チームを結成した。

「鶴岡から世界を“腸”元気に！」
～食文化×サイエンス×観光で腸いい街つるおか市へ～