



ポスト・コロナに向けた 地域イノベーション創発プロモーション

青森公立大学経営経済学部地域みらい学科
遠藤哲哉研究室

優れた自治体経営を志向し、
地域起業・ビジネス振興の
グローバル
「コミュニティ・
イノベーション」
プラットフォーム創り
を目指して

2024年1月



巻頭言

この報告書は、公益財団法人青森学術文化振興財団の「地域の振興に係る研究事業（チャレンジ）」事業に採択され、2023年4月から2024年1月にかけて実施した実践的研究プロジェクトを「令和5年度 青森公立大学地域連携センタープロジェクト事業成果報告書」としてまとめたものである。採択のプロジェクトテーマは、「ポスト・コロナに向けた地域イノベーション創発プロモーション研究事業」である。

私たちは、この間、優れた自治体経営を志向し、地域起業・ビジネス振興のグローバル「コミュニティ・イノベーション」プラットフォーム創りを目指して、実践的な研究を進めてきた。もとより、これは実践的研究を進める中で、実は後から焦点が絞られてきたサブテーマである。遠藤研究室のメイン研究テーマは、自治体経営、地域経営そして組織戦略や地域リーダーシップであるが、近年は、地域イノベーションの創発について検討を加えている。自治体経営、地域経営において、イノベーションの創発は、様々な局面で重要性を増しているだろうと考える。この研究領域に切り込んで、10年以上の年月が過ぎている。そして、今年度行き着いたのが、上記の研究サブテーマである。地域というよりは、もう少し小さい領域としてコミュニティという言葉を使っている。なんらかの共同の営みが作られてくると、信頼関係が培われ、そこにコミュニティが生まれてくる。コミュニティの中には、伝統と規範を重んじるケースもあるだろう。また、一人ひとりの個性が尊重され多様性を促すコミュニティもある。基本は、「優れた価値を創出・共有し、個と全体の成長を促すコミュニティ」の存在ではないだろうか。そのようなコミュニティは、イノベティブである。単なる新しさだけがイノベーションではない。新しい価値やサービスの提供も、「優れた価値」に基づくサービスや事業になっていなければ単に新奇な価値の提供に終わってしまう。そうではなく、はやり優れた価値の創出こそがコミュニティにおいて重要である。その意味で、コミュニティ・イノベーションとは、「優れた価値のコミュニティにおける創出」がメインでなくてはならないと考える。

近年は、自治体経営において、地域起業や創業、地域ビジネス振興の機運が高まり、その文脈の中で、イノベーションに再度注目が集まってきている。遠藤研究室では、以上のような地域イノベーションに注目し、等身大のイノベーションを生み出すべく、学生自らテーマ設定し、自由度の高いゼミ活動を行ってきた。そのゼミ活動を中心に今年度もプロジェクトを行った。ゼミ活動自体が、コミュニティ・イノベティブな流れの中で、自由かつ闊達な実践的研究の中でまとめたものが本報告書である。本来であれば、最初にしっかり研究計画を設計し、それに従って実施、評価していくのであるが、あえてイノベーションプロセスにおける創発的側面を大切に、プロジェクト参加者の個性と強み、関心に依拠して実施している。

イノベーションの学術的研究には、セレンディピティからのアプローチがある。セレンディピティとは、一般的に「思いもよらなかった偶然がもたらす幸運」という意味である。偶然の出来事や出会いに、なんらかの意味や意義を見出し、新商品開発や新サービス、制度改革につなげていくことがある。また、不確実性の高い現代社会において、事業の成果を上げていくためには、因果関係から分析的に考えるだけでなく、手元の資源や人材、ネットワークを活かし、不確実な将来をできるだけコントロールする、つまり実効性を創造的に高めていくことが必要になる。すなわち、エフェクチュエーション理論のアプローチが参考に

なる。今年度の研究プロジェクトにおいては、以上のアプローチも取り入れ、多角的に、「創発的プロセス（ミンツバーグ）」を大切にしながら、検討を加えてきている。

最後に、実践的研究を行う上で、多くの方々の協力を得て実施してきており、公益財団法人青森学術文化振興財団、青森公立大学・大学院、青森公立大学地域連携センターを始め、関係各位に深く感謝申し上げます。

2024年1月

青森公立大学 経営経済学部
地域みらい学科 遠藤哲哉研究室

ロゴの説明（裏表紙に記載）

「コミュニティ・イノベーションの創発に向けた MICE」を意味している。コミュニティを創出しつつ、「ミーティング（M）、旅行（インセンティブツアー：I）、研究会（会議：C）、展示会（E）」などを通じ、セレンディピティな出会いとネットワーク、実践的研究から生まれるコミュニティ・イノベーションの創造を意図。

遠藤哲哉の原案に、遠藤ゼミナールで学んだ川田青空、コミュニティデザイン事務所の chitose design lab が参画し、制作。

*セレンディピティとは、「思いもよらなかった素敵な偶然がもたらす幸運」

目次

巻頭言	1
ポスト・コロナにおける地域イノベーション創発モデルの展開：コミュニティ MICE のプロトタイプ型実践研究事業 遠藤 哲哉	5
I グローバルな「コミュニティ・イノベーション」プラットフォーム創りを目指して～人材育成と実践的地域経営教育を通じて	21
コミュニティ MICE について考える～フィールドワーク、シナモンプロジェクトの体験をもとに～ 佐藤 木乃香	21
これからの英語教育の在り方 赤沼 風香	35
AI を用いた英語学習 小泉 拓也	44
国内外に向けた効果的な情報発信 小鷹 捺緑	55
空き家問題の現状とこれから 豊田 彩音	63
地域イノベーション創発のフィールドワークと今後の展開 川田 青空	73
青森県のインバウンド～日本を代表する観光地へと成長した背景とこれから～ 石岡 昂哉	88
3年次のゼミ活動とマイクロツーリズムの活用による観光について 工藤 鈴子	96
II コミュニティ MICE 方式のフィールドワークゼミナール	106
コミュニティ MICE 方式のフィールドワークゼミナールの経験から / 活動から得た目標達成への展望 上坂 和香・石田 佳一郎	106
少人数フィールドワーク型ゼミナールプロジェクト方式前後の参加学生自己評価の変化 遠藤 哲哉	119
III 地域起業と地域創生への展望	125

起業による地方創生について～起業への第一歩を踏み出すために～	伏守 秀太 …………… 125
創業・起業支援と地方創生	佐藤 有紗 …………… 149
地域起業と地域づくり、そこから見える地域の持続性	西尾 翔一郎 …………… 173
(以下の論考は、電子版に掲載)	
スポーツサービス産業による持続的な経営と地域の活性化～岩手県内のジムから地域の可能性を考える～	小野寺 愛生
地方創生におけるインバウンドの重要性～地方都市が少子高齢化時代を生き抜くために～	佐々木 和博
青森市におけるコンパクトシティの課題と展望～フライブルクの事例から見る～	石岡 聖花
IV プロトタイプ型実践的研究に対する意見交換（今後の展開課題） …………… 205	
	工藤 朝彦
	井上 隆一郎
	山内 リチャードソン 澄子
最後に ……………	214
編集後記 ……………	216
謝意 ……………	218

ポスト・コロナにおける地域イノベーションモデルの展開：コミュニティ MICE のプロトタイプ型実践研究の趣旨と概要

1, 実践的研究の経緯

これまで、フィリピン・セブ及び米国他とネットワークをつなぎ、コミュニティ MICE のビジネスモデルをプロトタイプで構築、学生と地域調査を行い、社会実装への可能性を検討してきた。その結果、英語習熟の方法と国際交流、またビジネス展開のビジョンを得ることができた。（遠藤哲哉編著（2023）『バーチャル・コミュニティ MICE プロモーション』）

今年度は、潜在的な国内外観光、特に、コロナ禍後のインバウンドに関連する公共経営、地域イノベーション、また教育の分野での潜在的ニーズに応じていくというビジョンの下、主として英語教育の問題に焦点を置きつつ、フィリピンのセブノーマル大学、及びマニラ、米国ノースダコタに在住する研究者、教育者と連携して取り組みを行ってきた。また、幸いなことに、一昨年来交流のあった、日本における MICE の代表的な団体であるパシフィコ横浜や、コミュニティ MICE に見識の深い専門職を抱える神奈川県・湯河原町観光協会等とも連携し、グローバルな視点から検討する機会を持つことができた。

ただ、研究方法としては、実践的であり、研究室のゼミ生全員と自由なプロジェクト方式で行うものと、ゼミフィールドワークを活用して、そこから発展していく方法と2つ実施してきた。前者は、遠藤研究室の3年生、4年生の学生が中心となって実施してきた。3年生の場合には、演習ゼミとフィールドワークである。また4年生の場合には卒業研究を活用する方法である。後者は、1年生のフィールドワーク型演習（自己の探求）に参加する学生と一緒に取り組みを進めてきた。1年生の自己の探求の時間は春学期に終了するのであるが、何人かの学生は課外活動として遠藤研究室に秋学期11月まで集まり、マニラの Roger 氏とオンライン（Zoom）で交流を重ね、セブノーマル大学主催で実施した国際学生教員研究大会（11月）で報告を行った。3年生は、3チーム参加し、報告している。

4月以降、フィリピンマニラの Roger 氏に依頼し、一緒に取り組みを進めてきた。また、セブノーマル大学、Dr. Tizza, Mr. Navvara 氏には、11月下旬に、直接青森公立大学を訪問し青森の魅力を体で感じ、帰国後セブの方々に伝えてくれている。Dr. Genara 氏もこの時、Zoomでのハイブリッド型ワークショップに参加、ソーシャルビジネスモデルの具体的な実装について、同僚の先生方と多方面から実践的な報告を行っている。

12月には、遠藤が、セブノーマル大学を訪問し、新学長（President, Dr. Daniel Ariaso, CNU）始め多くの幹部教員と意見交換し、またセブの地域経営調査を実施した。そして、青森の魅力を多くの方々に知っていただく活動を行い、任意の継続的な交流を約束してきた。この前後に Dr. Genara 氏と意見交換の機会を数多く持ち、「コミュニティ MICE のプロトタイプ」作りを実施してきた。昨年までは、インバウンド国際観光振興のためのコーチング・フィールドワーク型英語学習モデルに力点を置いていたが、今年度の秋には、セブノーマル大学の経営事業戦略に組み込まれ、連携ができるようになったことで、広い範囲における双方のニーズに基づいた実践的研究が可能になってきた。ただし、これは11月以降の動きであり、それまでは昨年度までのネットワークを活かしたもので、今年度学生と一緒に実施してきた内容を主にこの報告ではまとめたものになっている。

さらに、11月には、インドミゾラム大学の Zovi 教授（社会科学学部長）より招待され、研究会において、震災復興のプロセスを報告する機会（2023年11月9日）があった。この

研究イベントは、今回のプロジェクト実践内容と関係し、コロナ禍のリスクがある中で、オンラインでの国際研究会での意見交換は、日本のプレゼンスを高め、さらに青森の魅力をインドおよび世界の参加者に伝える効果をもたらしているものと考えます。Zovi 教授、実際には、かつてインドおよびオーストラリアメルボルンでの研究会において私と一緒にあったことがご縁で、コミュニティ MICE の研究実践イベントを開催した時に、日本にもこられた研究者である。こうして、国際的な研究会での出会いが日本へのインバウンドリピーターになる潜在的な機会になっているので、今後も大いに様々な海外研究会へのプレゼンスを多くしたいと考えます。

1 月は、昨年同様、専門家の方々に本実践的プロジェクトについて、情報を共有し、意見交換の機会をもち、各専門的立場から、評価を得た。また、今後の事業展開に関しても、示唆的なコメントを受けている。井上隆一郎教授、山内澄子氏、工藤朝彦氏には、改めて感謝申し上げます。

フィールドワークを学生共同で実施した県内場所は、以下の通りである。なお、本報告書では、種々の角度から学生が調査・検討を行っている。そのそれぞれの内容は、この後の章で述べる。

2023 年 4 月～7 月

公益財団法人 21 あおもり産業総合支援センター

A-FACTORY

From0

青森県立美術館

ワ・ラッセ

スタートアップセンター

アップルヒル

津軽五所川原駅

でる・そーれ

田舎館村田んぼアート(第一・第二会場)

遊稲の館

2023 年 9 月～11 月

青森県大鰐町、大鰐町役場、From0、鰐 COME

(公社) 青森県観光国際交流機構、アスパム

でる・そーれ (五所川原)

津軽鉄道

今回のプロジェクトにおいて、セブノーマル大学の研究者との相互実践的研究及び海外への調査・国際報告の機会は、以下の通りである。

2023 年 11 月 30 日—12 月 1 日 コミュニティ MICE、セブノーマル大学とのワークショップ、フィールドワーク実施(対面方式、Zoom オンライン方式、青森公立大学他)

Dr. Tizza Marie Navarro, CNU 及び Mr. Felix Navarro (対面)、Dr. Genara Pacaña, CNU,

Dr. Jay Picardal, CNU, Dr. Jay Picardal, CNU (オンライン)、日本からは、遠藤ゼミナール学生及び青森市国際交流協会代表工藤朝彦氏。なお、Dr. Genara Pacaña 及び工藤氏は、12月に集中的にコミュニティ MICE プロジェクトに関する企画、評価検討を担当していただいた。

2023年11月16日 セブノーマル大学主催、第10回国際、第11回国内研究大会
The10th International and 11th National Teachers and Education Students' Conference (TEStCon) 2023年11月16日 (Zoom)

2023年12月11日~18日
フィリピン、セブ島におけるセブノーマル大学、及び南方の地域一帯 (個人研究費で滞在研究実施)

2, コミュニティ MICE を通じた持続的地域経営：包括的でイノベーティブな実践を目指して

ここ数年、連携しているセブノーマル大学に誘われて、遠藤研究室の学生たちは、国際学生研究報告会に参加しており、本年度も、4チームが参加した。今回は、私とそのプレナリセッションで講演を依頼され、報告を行っている。今大会のテーマは、「Inclusive and Innovative Practices (包括的、イノベーティブな実践)であった。そのため、私はこのコンセプトと関連づけながら、報告を行った。

我々が行っている本プロジェクトにおいて、地域イノベーションの創発を考察するに当たり、重要な内容を含んでいるということと、この研究会参加そのものが「バーチャル・コミュニティ MICE」の機会にもなるため、ここでは、その報告内容をそのまま掲載することにする。

私の講演テーマは、” Synergizing Sustainability: Inclusive and Innovative Practices Through CommunityMICE Project” (「持続可能性の相乗：CommunityMICE プロジェクトを通じた包括的かつ革新的な実践」と設定した。

セブノーマル大学主催、第10回国際、第11回国内研究大会
The10th International and 11th National Teachers and Education Students' Conference (TEStCon) 2023年11月16日 (Zoom) で実施。

(講演内容)

第10回目の国際研究会、そして第11回目の国内研究会、開催おめでとうございます。また、こうして皆さんにお会いできること、大変うれしく思っています。今日は、学長はじめ、元副学長の Inocian 先生、そして Genara 先生、それから前回私がセブノーマル大学を訪問したときにお会いした多くの先生と学生の皆さんに、この Zoom を通じて、またお目にかかり、お話できることに、感謝いたします。

さらに、過去2回この研究会に青森から学生が参加し、大変勉強になっており、セブノー

マル大学の皆様に感謝いたします。今回も、この後の学生研究発表に、4チームが参加しています。準備や受け入れを担当して下さっている先生方に、心より感謝申し上げます。

この研究大会のテーマは、Synergizing sustainabilityです。私が専攻している地域経営の分野では、地域社会における持続的経営が課題になります。地域の人材や様々な資源におけるそれぞれの特徴、強みを引き出しコーディネートして、共振させながら、活力に富む地域社会形成にむけた相乗効果を高め、持続的地域経営を行っていくことを意味します。

また、それがどのように具体的に行われるかという点、Inclusive and innovative practices for future-proof educationとしています。これを地域経営的に理解すると、市民一人ひとりのやりがい、生きがいを大切に、社会に貢献できる人材の地域経営における発揮能力を革新的に高めていくことを意味します。

Inclusive とは、一人ひとりの存在を大切に、この世に生まれた使命に気づき、開眼して、努力し自己を高め社会的使命を果たしていけるよう、促していくことでしょう。そして、それらの促しを、innovative に行っていき、将来に有意な人材育成のための教育実践にしていこうということだと思います。

このことは、非常に重要と思います。各自の存在の肯定感（自己肯定感）を高め、社会における自己の役割に気づき、困難を乗り越え、社会的使命を果たせるよう自己を鍛えていくことです。そのことが一人ひとりできるようになると、落ちこぼれはなくなるでしょう。皆が、何らかの役割を担い、そして、一人では難しくともチームや組織で目標を達成する考え方とスキルを取得していくのです。

また、イノベーションとは、革新的実践ですから、失敗を積み重ねても、あきらめないことが大切です。そして試行錯誤の体験によって、成果がもたらされます。経営学の巨匠のひとり米国のドラッカーは、イノベーションの多くは既存の資源を活用することによって生まれたものだと言っています。そして、セレンディピティも大切に、大きなイノベーションほど、セレンディピティを通して誕生しているという研究結果も出ています。つまり、「意図しない出会いや出来事」が、幸運な結果をもたらしているというのです。そうだとすると、地域経営にとって重要なのは、「意図的な＝計画的な」事業ばかりではなく、むしろイノベーションの場合、「意図しない」事業というものを大切に、創発的な場づくりを行っていくことです。

私の専門は、経営学の中でも、「公共経営学」ですが、今述べてきたことが私たちの地域経営にとって重要だとすると、行政の役割は、「意図した事業計画」のみならず、イノベーション強化の場合には、むしろ、「意図しない事業創発」の仕組みづくりや場づくりを真剣に行っていくことが大切だということになります。

その場合、遠くにいる人や異なったジャンルの方々とのネットワーキングがしやすいようにする、多様な人材によるワークショップ型のコミュニケーションを行う、コーチングで潜在的な能力を引き出すなどのできるファシリテーター、コーディネーター型の人材が必要です。

そして、課題を克服するための創造的な実践をリードできるリーダーの存在です。

今後の変革期における教育の在り方には、この地域経営における人材育成の革新的なあり方を反映したものが期待されます。

日本の経営学、組織論の研究者で著名な人の一人に、野中郁二郎先生がいます。戦後日本が復活した時の経営モデルを「知識創造理論」としてまとめ、世界で有名になりました。暗黙知を含む実践知の共有に成功したことが、日本の革新的発展にとって重要だったとい

ます。その時の実践知のリーダーシップを、野中先生は、フロネシスという言葉を使い、「賢慮のリーダーシップ」と名付けています。

日本では、ホンダの本田総一郎や京セラの稲盛和夫が代表的です。稲盛和夫は、京セラ哲学の中で、利他心と自律的経営実践（アメーバ経営）の重要性を強く主張しました。この野中氏の知識創造理論は、近年フィリピンの社会科学の研究実践においても注目を集めており、フィリピンと日本の研究者が共同で本も書かれています。その中の実践事例として、マニラ近郊で貧困者のためのソーシャルビジネスによる地域的持続的経営で成功を取めているヒューマンネイチャー（GK）の事例が取り上げられています。コロナ前に、私もパネラーで参加していた台湾で行われた研究会においても、紹介が行われました。また、私が一昨年共同で執筆したインドネシアの著書の中でも、そのマネジメントを担っている方からの実践レポートが掲載され、世界で共有されています。

この「賢慮のリーダーシップ」は、欧米の文化の中では、「サーバント・リーダーシップ」と言ってもいいと思います。サーバント・リーダーシップとは、リードする人が、まず人々に尽くし、その後で人々をリードするという米国のグリーンリーフが提唱した利他的コンセプトです。

また、異端児も重要ですから、私はアウトサイダーでも理念や人々に尽くし、パフォーマンスを上げられる人のことを、「キーパーソン」そして、その精神性のことをキーパーソンシップと名付けています。

私は、地域経営の発展にとって、前に述べた「賢慮のリーダーシップ」あるいは、この「サーバント・リーダーシップ」や「キーパーソンシップ」の役割とその人材、発揮能力の醸成が、極めて重要になっていると考えています。特に、不確実性の高い現代社会の中で、「利他的理念に基づきながらも実効性を高めていく高尚な精神性と行動力」です。

米国に、サラス・サラスバシーという経済学者がいます。ノーベル経済学賞を受賞したサイモンの最後のお弟子さんといわれています。彼女は、インド系アメリカ人です。サイモンは、予測可能な社会を前提に、彼の意思決定を理論化していきました。しかし、サラス氏は、将来予測不可能な現代社会において、大きな成功を取めた起業家の実証研究から、彼らの心理行動パターンを明らかにしました。それによると、大成功を取めた起業家は、「既存の手元の資源を創造的に活用し、リスクを最小限に抑え、パッチワーク的に仕事を行い、失敗も活かし、最後は直面する危機に対しても自己の全身体力の発揮で回避し、成功へと至っている」ことを明らかにしています。

彼女は、このようなプラグマティックで実効性を高めながら成果を挙げていくプロセスが成功している起業家の実像（大きな側面）としており、これを「エフェクチュエーション（実効）理論」と呼び、世界中で注目を集めてきました。

さて、ここまで、Inclusive で Innovative な実践ができる人材育成という教育の現代社会システムにおける位置づけを説明してきました。

私たちは、どのようなことができるか、どのような教育実践的手法が必要か、それを検討し実践していくことが求められています。

私は、自治体経営の現場で実務 13 年間、公共経営の人材育成（教育）の現場で 5 年間、そして今の大学で 19 年間教育研究を行ってきました。幸いなことに、現在の大学では、経営経済学部の中に新設の地域コースができ、その中で少人数フィールドワークを重視した教育実践をすることができました。

今日、私の研究室に関係する学生たち 4 チームがささやかな実践レポートを報告しますが、その教育研究実践の途中報告といえます。

学生たちの実践報告のキーワードは、コミュニティ・イノベーションであり、コミュニティMICEです。コミュニティ・イノベーションとは、コミュニティを形成しつつコミュニティにおいて創発される革新的プロセスです。また、コミュニティMICEのMICEとは、ミーティング、インセンティブ旅行、会議・研究会、展示会の頭文字をとって作った言葉です。シンガポール政府に由来するといわれています。私は、これは自然資源が豊かでホスピタリティ精神に優れたフィリピンにおいて、日本と連携しながら双方のコミュニティに根差す形で活用できると考えています。その場合、MICEのIは、イノベーションであり、Eは、アントレプレナーシップ（起業家精神）という意味を込めて使います。

起業と、起業家精神がこれから、とても重要になってきます。日本政府も本腰をいれて進め始めようとしています。しかし、過去の成功体験がネックになっており、クリステンセンが述べている「破壊的イノベーション」がなかなか進展していません。（その代表的な例が、AI, IOTなど）しかし、教育においてこそ、できることから、実践していきたいと思っています。その一つの試みが、コミュニティ志向のMICE実践です。地域 Inclusive で、innovative な実践を、皆さんと一緒にいき、そこから新しい価値創造を目指していきたいと考えています。

今回の研究会の全体テーマは、Synergizing sustainability です。冒頭で述べましたが、一人ひとりの個性と潜在能力を評価し、引き出し、高め、多様性があるからこそ、危機克服にも貢献できる実践的リーダーシップ論、組織論、経営論の解明が重要です。そして、そのための革新的人材・組織教育が社会から期待されているのだと考えます。

これで私からのスピーチを終了します。最後までご清聴ありがとうございました。

(英文報告原稿)

Hello everyone,

I extend my heartfelt congratulations on the occasion of the 10th International Conference and the 11th Domestic Conference. It is a pleasure to reconnect with all of you through this virtual platform. I want to express my gratitude to President, Daniel Ariaso, ex-Vice President Inocian, Deen Amelia Bonotan, Dr. Genara, and the esteemed professors and students, many of whom I had the pleasure of meeting during my previous visit to Cebu Normal University.

Furthermore, students from Aomori have participated in this conference twice in the past, and we have learned a lot, so I express my sincere appreciation to Cebu Normal University for fostering this exchange of knowledge. Once again, four teams are participating in the student research presentations that follow. We would like to express our sincere gratitude to the professors and staff who are in charge of preparation and reception.

The theme of this research conference, "Synergizing Sustainability," resonates

deeply with my field of expertise—regional management. It involves bringing out the unique characteristics and strengths of local talents and resources, coordinating them to enhance synergies, and working towards the development of a vibrant community through sustainable regional management.

Moreover, the specific approach to achieving this is framed as

”Inclusive and innovative practices for future-proof education.”

In the context of regional management, this means innovatively enhancing the capabilities of individuals in the community to value and cultivate fulfillment and purpose in their lives, contributing to society.

”Inclusive” underscores the importance of recognizing and cherishing each individual’s unique existence, guiding them to discover their life’s mission, and empowering them to strive for self-improvement and contribute meaningfully to society. The term ”Innovative” denotes the creative execution of these principles, transforming them into educational practices that cultivate the development of future talents.

This emphasis on individual empowerment is crucial. Elevating the self-esteem of each individual, helping them understand their role in society, and equipping them with the resilience to overcome challenges are key components. When each individual possesses these qualities, the notion of dropouts diminishes. Instead, a collective mindset emerges, where everyone contributes to achieving shared goals, either individually or as part of a team or organization.

Innovation is equally vital. The guidance of renowned management scholar Peter Drucker, who highlighted the importance of utilizing existing resources, resonates in this context. Serendipity, the element of chance encounters or unplanned events, is also recognized as a catalyst for significant innovations. Therefore, regional management should not only focus on ”intentional and planned” initiatives but also value the ”unintentional” ones, fostering an environment that encourages emergent initiatives and innovative practices.

My specialization lies in ”Public Management” within the broader field of management studies. Considering the crucial role outlined earlier for regional management, it becomes apparent that government functions extend beyond ”intended business plans” to encompass mechanisms that facilitate the emergence of ”unintended business initiatives” and the creation of environments that foster innovation.

In this scenario, the need for facilitators and coordinators who can effectively network with diverse individuals, conduct workshop-style communication involving

various talents, and bring out latent abilities through coaching becomes evident. These leadership capable of guiding creative practices to overcome challenges is paramount.

I'd like to mention Dr. Ikujiro Nonaka, a renowned researcher in business administration and organizational theory in Japan. He summarized the management model when post-war Japan revived as the "knowledge creation theory" and gained worldwide recognition. Success in sharing practical knowledge, including tacit knowledge, was crucial for Japan's innovative development. Dr. Nonaka named the leadership of practical knowledge at that time "Phronetic leadership" using "phronesis" created by Aristotle.

Representative figures in Japan, such as Soichiro Honda of Honda and Kazuo Inamori of Kyocera, emphasized the importance of altruism and autonomous management practices (e.g., Ameba Management). Dr. Nonaka's knowledge creation theory has garnered attention in recent years in the field of social science research and practice in the Philippines. Collaborative efforts between researchers from the Philippines and Japan have resulted in publications. One practical example highlighted is the success of sustainable regional management through social business, Human Nature for the impoverished in the vicinity city of Manila. This case was also presented in a research conference I participated in Taiwan three years ago.

The concept of "Phronetic leadership" is related with the term "Servant Leadership" in Western cultures. Servant Leadership, proposed by Greenleaf in the United States, emphasizes that leaders should serve people first before leading them. And recognizing also the importance of outsiders, I use the term "Keyperson" for individuals who, including outsiders, contribute to the philosophy and people, and "Keypersonship" for their spirituality.

For the development of regional management, I believe that the roles and development of individuals embodying "Phronetic leadership" or "Servant leadership" and the cultivation of their capabilities are extremely crucial. Particularly, in today's highly uncertain society, a "noble spirit and proactive behavior based on altruistic principles" is essential.

In the United States, there is an economist named Saras Sarasvathy. She is said to be the last disciple of Simon, the Nobel laureate in economics. Sarasvathy, an Indian-American, studied the psychological behavior patterns of successful entrepreneurs in an unpredictable modern society. She revealed that successful entrepreneurs creatively utilize existing resources, minimize risks, work in a patchwork manner, leverage failures, and ultimately demonstrate their full mental

and physical capabilities to avoid crises and achieve success.

She presents this pragmatic and effective process of achieving results as the reality of successful entrepreneurs and names it "Effectuation Theory." This theory has gained global attention.

So far, I have explained the positioning of education in contemporary society as the cultivation of talents capable of Inclusive and Innovative practices. We are required to consider what we can do, what educational practices are necessary, and engage in them.

I have been involved in practical work in local government management for 13 years, educational practices in public management (education) for 5 years, and educational research at the current university for 19 years. Fortunately, a new regional course was established within the Faculty of Business and Economics at the current university, allowing for educational practices that emphasize small-group fieldwork.

Today, four teams of students related to my research lab will present modest reports, which can be considered mid-term reports on educational research practices.

The keywords of the students' practical reports are "Community Innovation" and "Community MICE." Community Innovation refers to the innovative process emerging within a community, and Community MICE represents Meetings, Incentive Travel, Conferences, and Exhibitions. It is said to originate from the Singapore government. I believe that in the Philippines, which is rich in natural resources and has a strong spirit of hospitality, we can leverage Community MICE in collaboration with Japan, embedding it in both communities.

In this case, the "I" in MICE stands for Innovation, and the "E" stands for Entrepreneurship. Entrepreneurship and an entrepreneurial spirit are becoming increasingly crucial. The Japanese government is also beginning to make serious efforts in this regard. However, past successful experiences are hindering progress, and what Clayton Christensen refers to as "disruptive innovation" has been slow to develop (examples being AI, IoT, etc.). However, I believe that in education, we can start from where we can and progressively move forward. One such attempt is the Community-oriented MICE practice. I hope to conduct inclusive and innovative practices for regional development together with all of you and aim for new value creation.

In conclusion, the overarching theme of this research conference, "Synergizing Sustainability," underscores the importance of elucidating practical leadership,

organizational, and management theories. It emphasizes the need for innovative education to meet society's expectations.

Lastly, I extend my gratitude to you all for this opportunity of my speech. Let us collectively embark on a journey of inclusive and innovative practices, aiming to create new value and contribute to the sustainability of our communities.

With this, I conclude the plenary speech. Thank you very much for your attention.

以上の報告内容から判明するように、コミュニティ MICE のコンセプトは、数年前に初めて使って以降、我々の中では、徐々に意味内容を深めてきている。本来の MICE は、大規模集客可能な施設を前提としたものであった。その後、ユニークアベニュー（特色のある会場）として、博物館や仏閣などが取り上げられたり、あるいはワーケーションの取り組みの中で自然豊かな山村、温泉地の一角が活用されたりすることもあった。我々としては、こうした流れも踏まえ、現在では、下記の図で表しているように、大胆に“Make Innovation with Conferences by Entrepreneurship in Communities “が良いのではないかと考えている。曰く「コミュニティにおいて、起業家精神によって、会議（研究会）でイノベーションを興す」である。ここには、「地域社会において起業家精神を發揮しつつ会議や研究会、旅行や展示会をきっかけに、大いに地域イノベーションを興していこう」という意味を持たせている。もとより、グローバルに展開している現代社会において、コミュニティは地理的範囲を超えており、様々なネットワーク（SNS、電子メールなど）を介して、グローバルなコミュニティという視点から、地域（もしくは、コミュニティ）イノベーションを考察していく必要がある。



図1 Community MICE コンセプトの意味合いの変遷

How to make “Community MICE”

= How to Make Innovations with Conferences by Entrepreneurship in Communities

- ▶ Awaken your entrepreneurial spirit
- ▶ Make an idea by oneself utilizing Serendipity
- ▶ Make the idea formulize through trial and error
- ▶ Make friends who empathy it
- ▶ Make a social business model by experimentations, fieldworks with team
- ▶ Make the model prototype
- ▶ Make the communities with empathy and entrepreneurship
- ▶ Make these process through “effectuation”
- ▶ This is “Community Innovationship”
- ▶ Entrepreneurial spirit resides in the communities

図2 Community MICE をどう創出していくか

それでは、どのような仕掛けを作っていくことによって、それが可能となるであろうか。それを考えたのが、図2である。まず、潜在的な意識、暗黙知のレベルで起業家精神の在り方に気づいたり、メンターから引き出されたりすることが大切ではないか。また、偶然の出来事も大切にすること（セレンディピティ）や、さらに、試行錯誤を奨励。その真摯さ、誠実さに共感する仲間が存在。プロトタイプで実践的にモデルを精緻化しつつ顧客志向の商品化、サービス化を図ること。サラス・サラスバシーが述べているプラグマティックで実効性を志向する取り組み方法と態度を養成する（エフェクチュエーション）。このような方法が数を重ね、習慣化されることによって、地域イノベーションのチャンスが生まれてくるのではないか。コミュニティMICEは、こうしたチャンスを大いに育み、支援する“場”となるのである。

今年度のプロジェクト事業を進めていく中で、2023年12月14日セブノーマル大学とCommunityMICEに関し、相互交流、研究実践について今後、さらに強化していくことが申し合わされた。（MOAの締結）



図3 セブノーマル大学、筆者（中央）の向かって右側がセブノーマル大学新学長、左側が Dr. Genara 教授である。（2023年12月14日、セブノーマル大学学長室で撮影）

3. セミナール活動、学生自主研究によるプロジェクトの進行

本プロジェクトは、遠藤研究室を一つの実践コミュニティとみため、地域社会や海外と相互浸透しやすいシステム作りが心がけた。フィールドワークを行う際も、現場で Zoom 中継し、海外とオンラインでつながっていくという試みを何度か行った。英語を学習する際も、参加する学生や市民が関心を持つ事柄やテーマから入ったり、米国英語手話（ASL）と歌を使って楽しみながら馴染みやすい方法を使用してきた。それは、実社会とつながることを意識し、「経験を重視したコミュニティ志向の取り組み」をするためであった。また、実践志向の研究の進め方としては、学生が自主的にテーマを決め進行を自ら行うパターンと、ある程度ルールを敷いて行う方法があるが、3年生の春学期（知の挑戦Ⅱ、フィールドワーク）、4年生の卒業研究は前者の方法を採用している。1年生の春学期（自己の探求）は後者の方法に位置づけられる。

このような形で演習、フィールドワークを活用しつつ、課外研究としても行ってきた。3年生は、従来の英語教育を批判的に取り上げ、自分達で課題設定を行いプロトタイプ型の実践研究を行った。本報告書では、自分たちの関心あるサブテーマを設定し、まとめたものを掲載している。また4年生は、卒業研究の中で研究を進め、その一部を所収している。さらに、1年生は、少人数フィールドワーク中心の演習を活かして検討した内容と、その後課外研究の一環として取り組んだものの一部をまとめている。地域イノベーション創発という観点から考えると、この一連のプロセスは、現在のフィリピンセブノーマル大学や米国ノースダコダのコミュニティMICEに係って進められた様々な試行錯誤の経験そのものである。英語学習では、「米国英語手話（ASL）と歌」活用の方法が一つ挙げられるし、現在は「セブ島山岳地帯の自生シナモン群生地が発見による地域住民の方々との商品開発や市場開拓の共同研究」がまさにそれである。セブと青森とで実践的研究が今回のプロジェクト期間中に始まった。さらに、「セブノーマル大学大学院のカリキュラム改革において、オンライン、海外フィールドワーク、ソーシャルビジネス開発志向での学位取得」を日本と共同で進める内容を含んでいる。これは、初めて筆者がセブノーマル大学を訪問した際（2019年）に、当時の先生方へプレゼンテーションしていたのであるが、その内容が、セブノーマル大学の新学長となってから具体化の方向へ舵が切られたものである。

以上は、本プロジェクトの中で現在進行しているのであるが、研究方法としても、調査分析のみならず、デザイン思考、サラス・サラスバシーの実効的（エフェクチュエーション）方法、さらには当事者研究などの諸理論と実践との融合という、教育研究分野におけるイノベーションを試みているともいえる。

今回本プロジェクトにおいて、大鰐町の若い起業家で作られたカフェ・バー（From-0）に何度か足を運んでいるが、そこは「おばあさん」たちの憩いの場にもなっており、いわば、農村版サードプレイスの素敵な居場所である。夜は、若い方々が集まりバーとしてもにぎわっている。ここに、海外の方もアクセスし、交流できるグローバルなデジタル空間の演出ができないかと考え、策を練って試行的に行ってみたのが、下記の写真である。フィリピンマニラの Roger 氏と夜 Zoom で交流を行っている。青森の魅力を海外に伝え、ご当地をインバウンド観光に来るツアー客の選択肢に入れてもらうことを意図した。今年度は、試行的な取り組みになっている。なお、学生との取り組みについては、次章以降の学生レポートでまとめている。



図4 大鰐町、From 0 の店内におけるインバウンド顧客獲得、アイデア探し



図5 大鰐町 From 0 の店内、インバウンド志向デザイン戦略に向けて

次章からは、学生の研究報告を掲載している。本プロジェクトの調査研究テーマを厳格に計画し、統制して行う分析型のものというより、かなり自由な枠組みで、方法も多種多様である。これまでに述べてきたように、地域イノベーションに対して、我々のささやかな一連の取り組みの現在地と位置付けていただければ幸いである。

Community MICE **Micro- Webinar by Zoom**
 "for a simulation as one of new activities" At **from O** in **Oowani Town in Aomori, Japan**
 (A community café and bar as a third place)

18:00- 18:25 June 27, 2023 in Philippine time
 19:00- 19:25 June 27, 2023 in Japan time

* Preparation time at 14 : 30 —16:55 in your time
 (17:30 - 17:55 Japan time)

Dialogue

To bring out the charm of Aomori and disseminate information about the world, and to create regional innovation through network exchange




DR. TETSUYA ENDO & MR. ROGER, JR. T

Theme: Let's lead a healthy and peaceful life by carrying out "Local management" with a simple community life

- ▶ To revitalize "Local (Regional) Management" from a global perspective
- ▶ Sub-theme: For sharing the ideal philosophy of starting businesses and small/medium enterprises that contributes to the regional communities (regional entrepreneurship philosophy)
- ▶ For example, the philosophy of "UNIQLO" and "KYOCERA Corporation", which have now become global companies, is similar to this.
- ▶ From the theory of management, the philosophy of Dr. Drucker and Dr. Ikujiro Nonaka is close from of my perspectives.

63 Cultivate Your Sense of Gratitude: The Deeper Meaning of a Casual Phrase

- ▶ How are you? **おかげさまで (Okagesam de)**
- ▶ Good morning! **おはようございます (Ohayo gozaimasu)**
- ▶ Gratitude toward food or people **いただきます (Itadakimasu)**

Reference: Sinmyo Masuno(2009),The Art of Simple Living: 1 0 0 Daily Practice from a Zen Buddhist Monk for a lifetime of Calm and Joy(English Edition), Penguin books.

1 Make Time for Emptiness : First, observe yourself

- ▶ Making time for not thinking about anything. That is the first step toward creating a simple life.

Reference: Sinmyo Masuno(2009),The Art of Simple Living: 1 0 0 Daily Practice from a Zen Buddhist Monk for a lifetime of Calm and Joy(English Edition), Penguin books.

12 Discover the benefits of a Vegetable-centric Diet: A vegetarian fast is a “Quick cleanse” for your mind and body

- ▶ When you adopt a vegetable-centric diet, your mind becomes peaceful, untroubled by minor irritations.
- ▶ Try eating only vegetables one day a week.

Reference: Sinmyo Masuno(2009),The Art of Simple Living: 1 0 0 Daily Practice from a Zen Buddhist Monk for a lifetime of Calm and Joy(English Edition), Penguin books.

62 Cast Away the “Three Poisons.” Bring a Zen mind-set into your life

- ▶ The three poisons are greed, anger, and ignorance.
- ▶ Greed (貪欲)
- ▶ Anger (怒り)
- ▶ Ignorance (無知) *

Reference: Sinmyo Masuno(2009),The Art of Simple Living: 1 0 0 Daily Practice from a Zen Buddhist Monk for a lifetime of Calm and Joy(English Edition), Penguin books.

Reference Books & Texts

- ▶ (1) Sinmyo Masuno(2009),The Art of Simple Living: 1 0 0 Daily Practice from a Zen Buddhist Monk for a lifetime of Calm and Joy(English Edition), Penguin books.
 - ▶ (ex.)
 - ▶ 1 Make Time for Emptiness : First, observe yourself
 - ▶ 2 Discover the benefits of a Vegetable-centric Diet: A vegetarian fast is a “Quick cleanse” for your mind and body
 - ▶ 63 Cultivate Your Sense of Gratitude: The Deeper Meaning of a Casual Phrase
 - ▶ 62 Cast Away the “Three Poisons.” Bring a Zen mind-set into your life
- ▶ (2) P.F. Drucker, Management, HaperCollins e-books.
 - ▶ 25 Management by Objectives and Self-Control
 - ▶ A philosophy of management
 - ▶ P. 267- 267

コミュニティ MICE について考える ～フィールドワーク、シナモンプロジェクトの体験をもとに～

佐藤木乃香

目次

- 1、はじめに
- 2、コミュニティ MICE とは
- 3、コミュニティ MICE 例
 - ①フィールドワーク in 「でる・そーれ」
 - ②フィールドワーク in From 0
 - ③春学期英語プロジェクト
- 4、コミュニティ MICE シナモンプロジェクト
- 5、コミュニティ MICE 見解

1、はじめに

今まで様々なコミュニティ MICE の活動を実践的に体験し経験してきた。これまでの活動を通して考えたコミュニティ MICE の在り方や効果などについて場合に分けて論じていく。そして、コミュニティ MICE に対する自分なりの見解をまとめていく。

2、コミュニティ MICE とは

一般的なコミュニティ MICE とは、観光・ホスピタリティ業界用語で Meeting (会議全体を示す概念), Incentive Tour (企業が従業員や代理店などに授与するや褒め賞などに基づく旅行を指す), Convention (一般に政府関係、学会、教会、産業団体が開催する大型の会議を指す), Exhibition (展示会、トレードショー、見本市、博覧会を指す) を合わせたものである(注1)。しかし、私たちが行っているコミュニティ MICE は、少し定義が異なる。MICE の「I」は Innovation (=新しい価値の創造、創造的取り組み) とし、「E」についても Experimentation (=実験) や Entrepreneurship (=起業家精神) という意味を込めて使用している。つまり、会議などを通して様々な人と繋がり、新しい価値を創造し革新を起こしていくために多様な実験を繰り返し実践していくというものである。

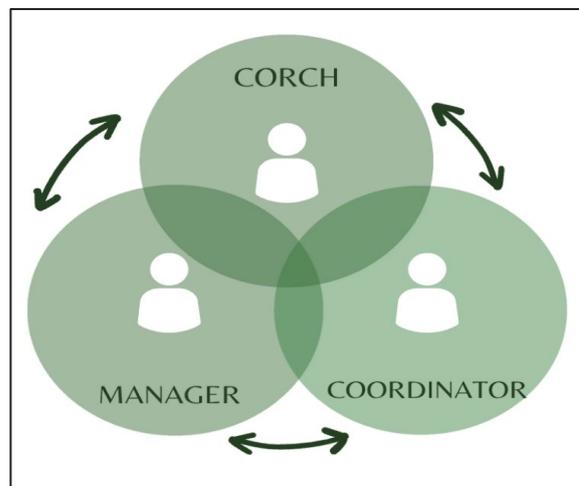


図1 Community MICE の基本構造

また、コロナ禍で対面でのコミュニティ MICE が困難になった時にコミュニティ MICE を継続していくための方法として「バーチャルコミュニティ MICE」が注目された。バーチャルコミュニティ MICE とはこれらのコミュニティ MICE について国際的な視点を加え、それをインターネット、デジタルネットワークを活用して行っていくことである。バーチャルな空間を活用することで場所を問わず隙間時間を活用しながら行うことができるというメリットがある。対面のコミュニティ MICE とバーチャルコミュニティ MICE の2つを活用していくことによってコロナ禍の問題がなくなった時にそれぞれの良さを統合しながら MICE を行っていくことが期待できる。

このコミュニティ MICE では、主にコーチ、マネージャー、コーディネーターの三つの役割に分けられる。この三者が互いに交流し合うことで多くのネットワークが生まれ、双方がメリットを得られる仕組みとなっている。

2、コミュニティ MICE in フィールドワーク

①From 0

大鰐にある From 0 は、一年生の時からフィールドワークで訪問しており交流を続ける中で地域の良さを知り、活躍している方のヒアリングから考えたことをゼミ活動の中で発展させてきた。ここでは、今年度の訪問記録を中心に From 0 のコミュニティ MICE について述べていく。

From 0 とは、青森県大鰐町、大鰐温泉駅前にある空き家を自分たちでリノベーションして開業したカフェ&バーである。この経営者である山本晴也さんと坂本洋治郎さん（二人合わせてワンダーワンド）が「わんどすとリーと」というフード&クラフトマルシェイベントを大鰐のシャッター商店街で開催したので、その時の様子や開催までの準備、想いなどについて意見交換した。大鰐町役場からの業務委託のような形で街と協力し開催することとなった。今回のイベントは「大鰐で開業したい人や商店街で店をやりたい人のために空き店舗を貸してくれる人を増やし、同じように起業して地域を盛り上げたい人を増やしたい」というのが目的だった。そのために、このマルシェイベントで、まずはシャッターを開けて大家さんの貸家を貸すということへの抵抗を無くすことへ取り組んだ。そのシャッターの中でキッチンカーの販売をするという低いハードルから始めたことが今後貸家を貸すということにつながるのではと考えたそうだ。

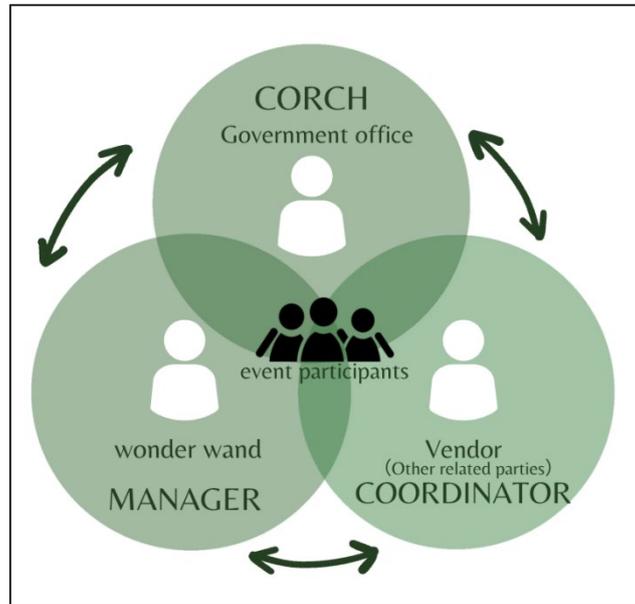


図2 Community MICE From 0の例

このイベント開催から、リスクを考えるよりもまずやってみるという精神が周りを巻き込む力にも繋がっていると感じた。一般的な自治体と民間には少し壁を感じるが、大鰐の場合住民中心の政策になっているので市民自らがまちづくりに参加し、共同して町を作っている環境が整っていると感じた。行政が住民の考えを前向きに捉え考えてくれるから住民もまちづくりに参加しやすく、一緒になって街を作っていけるのだと考えた。このイベントでは、役所、ワンダーワンド、大鰐町の住民によって MICE が構成されていると想定してみる。

このマルシェイベントを、コミュニティ MICE のモデルに当てはめて図式化すると図2のようになる。大鰐の役所の方が「住民参加型まちづくり事業」50万円の補助金提供やイベント開催のルール、などの基本的注意事項などを伝授するコーチの役目を果たす。そして、これらの情報を元にワンダーワンドの二人はマネージャーとしてイベントを開催する中心的存在の仲介役を果たした。そして、出店者はコーディネーターとしてイベントに参加し、イベント全体を盛り上げる役割を果たしている。

この三者は MICE を通して「互いに学び合う」そして一緒に作っていくということが可能になったと考える。この場合、コーチ（役所の人）は、どのくらい助成金があれば成り立つのかの再確認や民間が行政の介入なしにどのように、どこまで進めていくことができるのかを知るきっかけになった。マネージャー（ワンダーワンド）は、イベント開催の進め方やイベント関係者全員への指示などのイベントを取り巻く環境面のことに加え出店料の決め方などお金の面も出店者からアドバイスをもらった。コーディネーター（出店者）は、小規模でのマルシェイベントの経験、新しい町の良さを知るという意味でも良い影響があったと思う。このように、MICE の中でそれぞれが「コミュニケーション」を取り続けたことで同じ目的を共有し進んでいくことができると考える。

また、参加者を快く受け入れ誰もが参加しやすい雰囲気を作り上げることや MICE を通して多くの人に関わる中で MICE が一つになりゴールに向かっていくことの実現には、二人の人柄、二人の絆が大いに関係していると考えた。このことは、私が実際にフィールドワークを通して何度も交流してきたからこそわかることである。何う時はいつも元気に明るく歓迎してくださり、私たちに様々な体験を教えてください。私たちは、実際に地域復興に関わ

る何かをしたいと考えた時に、イメージが湧かないまたは、どの点からアプローチしていけば良いのかわからないことが多い。しかし、ワンダーワンドの二人は実際にやってきた経験を全て教えてくださるので現実味を感じるし実践している人を目の当たりにすることはとても良い刺激になる。また、ワンダーワンドの二人からはとにかくやってみるという行動力と勢いが成功に導くことを学んだ。挑戦する勇気が二人の情熱を掻き立たせ、この熱意が周りを惹きつけていると感じた。このような、行動力、情熱をもった人を巻き込む力のある人がコミュニティ MICE には必要であると考えた。MICE（特にバーチャルコミュニティ MICE）はすぐに繋がれる、関係を築けるというメリットもあるが、関係者一人一人が意識するか一人でも声をかける存在がいないとすぐに解散してしまう、関係が途切れてしまうというデメリットがある。よって、ワンダーワンドの二人がこの想定されるコミュニティ MICE でのキーパーソンであり、二人がいたからできたイベントだと感じた。

私はこのイベント自体知らなかったことが残念だと感じている。イベントが終わった後にこのような話を聞くことになったのでより私たちも参加したかったと感じる。私たちが加わるならば、情報発信という面でサポートできたのではないかと考える。

左の図のようにイベント本番に至るまでの活動過程を SNS やその他情報発信ツールを活用して発信できると考える。ワンダーワンドの二人は主に SNS を中心に発信していた。しかし、少し投稿頻度が少ないように感じた。店を営業しながら情報発信していくことはとても負担になると思う。情報発信はどのツールを使うのかも大切だが、新しい情報を日々更新することも大切であると思う。よって、この情報更新を私たちが行っていく方法は From 0 の負担削減と私たちが情報発信のやり方を学びながら研究していく点で双方にメリットがあると考えた。

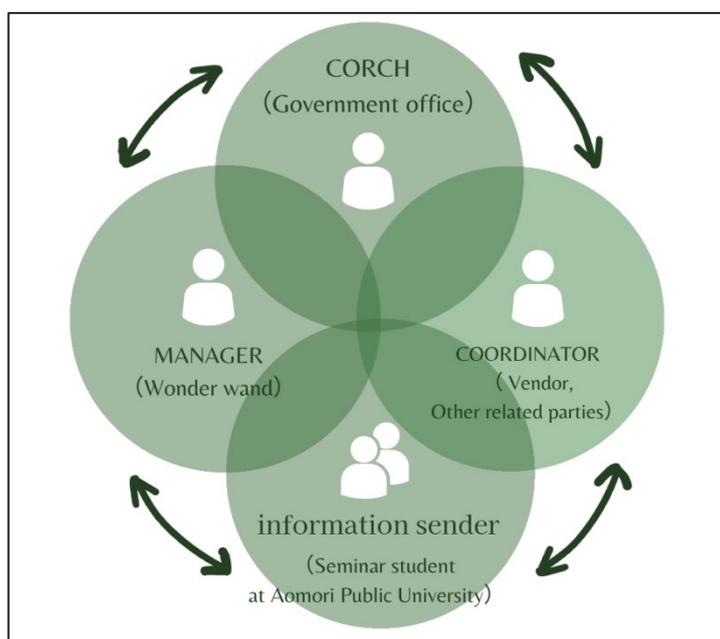


図3 Community MICE の新たな提案

私は、イベント決定の情報（詳細）を発信することも大切だが、開催に至るまでの経過の発信に重点を置いて発信したいと考えた。例えば、開催者はどのような人たちなのか、どのような想いを持って取り組んでいるのか、苦労した点や試行錯誤の様子を共有することで

共感者が増え、応援したいという気持ちにつながると考えたからである。実際に、ワンダーワンドの二人も YouTube を通して発信していたが、そこに第三者の私たちの視点を入れ、少しプライベート要素を盛り込むことも面白いのではないかと考えた。このことは、約一年間の大規模オーディション番組「Nizi Project」を見た経験から考えたことである。この番組ではオーディションを通して 9 人のアイドルが選ばれる過程がテレビなどで配信された。全員が様々な葛藤や苦悩と向き合い、チームや個人で乗り越えていく姿や成長をみることで勇気と感動をもらった。そして、心の底から応援したいという気持ちに繋がり、今後どのように活躍していくか見届けたい気持ちになった。アイドルのファンは容姿や歌、ダンスなど外面的な面からファンになり、推していく過程で性格、意外な一面を知ることでもっと好きになるというパターンが多いと思う。しかし、NiziU の場合は人柄や努力の姿勢など内面的な面からファンになるという全く逆のパターンである。この後者の方法を様々な情報発信の中に取り入れてみたいと考える。つまり、「ファン化」するということである。地域の中には地域をよくするために事業を起こしたり、活動したりしている人が多くいる。その活動をより多くの方に知ってもらうためにもその人たちに密着し、その様子を発信していくという密着型情報発信でファン（サポーター）を増やしていくことがネットワークを拡大させることにつながると考える。私たち大学生が密着することで同時に地域の良さも知れるきっかけになると思う。今までは、既存の情報を発信ツールを利用して発信する方法しか考えてこなかったが、私たちが自ら出向き情報の素材集めから行うことはコミュニティ MICE でも新たな刺激となり相互に好影響し合えるのではないかと考えた。

フィールドワークで From 0 を訪問したことで住民参加型まちづくりについて詳しく知ることができ、改めてまちづくりは住民一人一人の力が必要であり、自治体を作る受け入れの体制と積極的な住民の参加が不可欠であると考えた。さらに、コミュニティ MICE を行うことで「人の繋がり」や「交流が生み出す助け合いの輪」が広がり、街にとっても人（住民や観光客）にとっても良い影響を及ぼすことを学べた。また、MICE に新しい要素を加えたり柔軟に変化させたりすることもまちづくりイノベーションには必要であり、今後コミュニティ MICE をより発展させた取り組みを行っていったら良いのではないかと考えた。



*写真 From 0 でのフィールドワークの様子

②コミュニティレストラン「でる・そーれ」

2年生の時に行ったコミュニティレストラン「でる・そーれ」で行ったバーチャルコミュニティ MICE についてまとめていく。

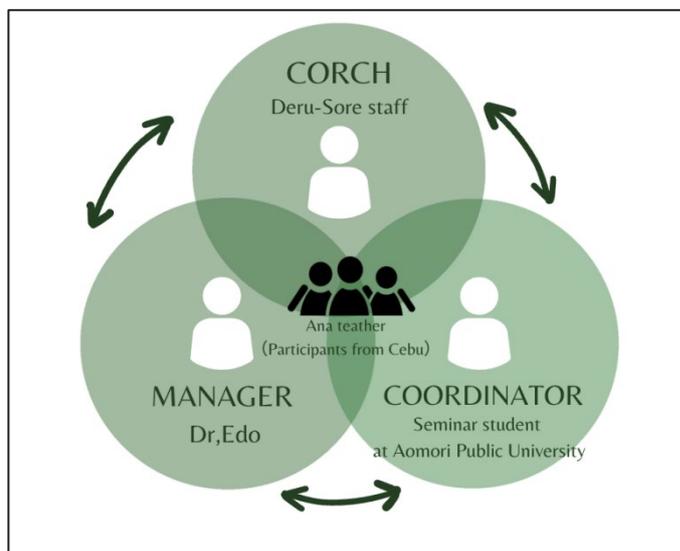


図4 Community MICE「でる・そーれ」の例

「でる・そーれ」とは青森県五所川原駅前の津軽鉄道本社1Fにあるコミュニティレストランである。一年生の時から何度か訪問しており今も交流を重ねている。「でる・そーれ」は、津軽鉄道を守っていきたいという地域のお母さんたちの思いからできたレストランである。「太宰治と若生のおにぎり」が看板メニューであり、津軽半島沿岸で採れる若生に包まれたおにぎりや津軽鉄道沿線で育てられた地鶏青森シャムロックのだし巻き卵、汁物など地域の食材をふんだんに使った健康的な料理を食べられることが魅力的である。また、店内には石炭クッキーやりんごジャムなど津軽鉄道・五所川原ならではのお土産を買うことができる。このような青森の良さが詰まったコミュニティレストランで、「でる・そーれ」の良さや日本の食文化を海外にも発信し、観光客誘致、文化交流を目的としたバーチャルコミュニティ MICE を実施した。

「でる・そーれ」の店員は店のメニューや津軽鉄道のことなどをセブの人へ向けて日本語で説明した。「でる・そーれ」の方は英語を話せずセブの人でも日本語を理解できない。そこで、英語を話すことができる遠藤先生が仲介役（翻訳者）になり、二者間を繋ぐことで言語の壁を超えた文化交流が可能となった。私たちは実際に食べている様子を自分たちの英語レベルで伝えたりなるべく料理を近くで映したりしながら発信した。店員と私たちで少し違う方向（内容）から伝えることでより詳しくそれぞれの良さを活かしながら伝えることができたと思う。私自身、伝えたいことをスムーズに英語で伝えることの難しさや自分の英語力の乏しさを感じることができた。しかし、このような交流の中で実践的に英語を使うことが重要であり、インプットアウトプットが同時に行える効率的な英語学習方法だと感じた。コミュニティ MICE を通して交流が生み出す様々なプラスの効果を実感した。このような場合、マネージャーが一番鍵となると思った。サポーター的役割が MICE 全体に安心感を与え、円滑に進めていくことができたからである。

このようなバーチャルでの国際交流は双方にとって外国観光客誘致につながるきっかけになると考えた。実際に訪れないとできない体験を伝えていることで行ってみたいという

気持ちを大きくさせ、訪れた際にも現地に知り合いがいるという安心感にもつながると思った。また、交流を続けていくほど双方に新しい発見があり仲も深まっていくと考える。以上のコミュニティ MICE では、将来の利益を見越した無償のサービスである。しかし、これをビジネス化することも可能ではないかと考えた。

ビジネス化したコミュニティ MICE では以下のようになる。参加費を提供することで「でる・そーれ」で売っている石炭クッキーやその他の特産品が家に届くという仕組みである。さらにこの参加費の一部が通訳者に渡され、職の確保につながる。参加者が多ければ多いほどギフトの質が上がり、様々な分野の参入が可能になる。

このように、「でる・そーれ」では、外国人観光客誘致、文化交流などを目的としたコミュニティ MICE について学ぶことができた。この交流がインバウンド・アウトバンドに繋がり、コミュニティ MICE によって地域のコミュニティからワールドワイドなコミュニティへと広がっていけると考えた。また、ビジネス化することによって観光の幅が広がり、海外観光の在り方も多様化していけると思った。

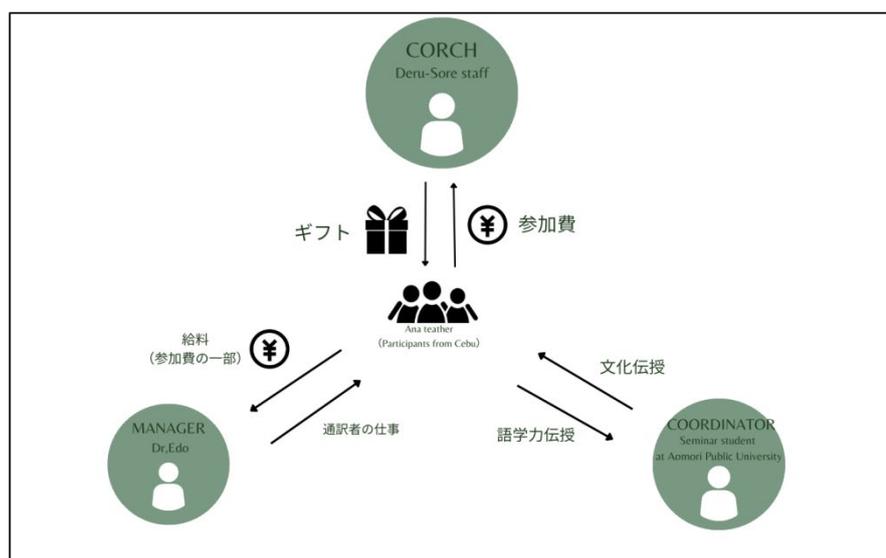


図5 Community MICE ビジネス化案



*写真 Community MICEの様子、Zoomでセブの方々と交流（写真4枚）

③2023 春学期プロジェクト

日本の英語学習の現状や日本の英語教育のやり方など調べたことより、小学生と中学生の間に学習方法にギャップがあることがわかった。このギャップが英語への苦手意識を生み出しており、このような課題を解決するために小学校に入学した段階で英語を全般的に触れられる機会が必要であると考えた。そこで、学習としてではなくあくまで英語で遊ぶ・楽しむことができる場を親しみやすい距離感で提供したいと考えた。さらに、私たちも学習としてではなく日常的に英語に触れる時間をもっと確保したい。そして一緒に英語楽しんで身につけ、成長していきたいという思いから今回のプロジェクトを実行したいと考えた。英語を楽しみながら英語力を高めていく方法は効果的なのか、コミュニティ MICE での英語力向上は可能なのかを明らかにすることがこのプロジェクトの目的である。

主な内容は、歌とダンス（話す・聞く・読む）、ジェスチャーゲーム（話す・聞く・書く）、ビンゴゲーム（聞く・読む・書く）である。

「話す・聞く・読む・書く」という四つの分野を全て盛り込んだ今回の内容は学習するという意識はあまり持たずに取り組めた人が多かったのではないかと思う。全てゲームのために必要な工程の一つであるという流れの中で取り組んでいる感じがよかったのではないかと考える。今回のプロジェクトにより、楽しむ英語学習は提供できたが楽しむということが難しいという苦手意識を生じさせないことに直接影響しないことが明らかになった。

今回のプロジェクトでは、英語学習方法に着目した内容であった。よって、私たちと子供

達という二者間のみでの交流になってしまったため、他の刺激を受けづらく、本来のコミュニティ MICE とは言えないプロジェクトだった。今回のようなスタイルでの言語習得を目的としたときは、コミュニティ MICE は成り立ちにくいと感じた。

4、シナモンプロジェクト

これまでのコミュニティ MICE を経て本格的なビジネスコミュニティ MICE「シナモンプロジェクト」を行っている。このプロジェクトは、セブ島で採れるシナモンと日本の独自性のコラボレーションによる新商品開発を目標に取り組んでいるプロジェクトである。

このシナモンプロジェクトをモデル化するとこのようになる(下図)。プロジェクト全体を管理しセブノーマル大学と研究関連そして私たちを繋いでくれている Genara 先生がマネージャーとして位置付けられる。また、このマネージャーの役割の中にはシナモンについて研究している Dr.Picardal やその他のセブの人が含まれる。そして青森公立大学の遠藤先生がコーディネーターとして主に日本とセブを繋ぐ役割を果たしている。形式化するとこのようになるがこのコーディネーターとマネージャーは役割が交換する場合や一人が2つの役割を担う場合もあり、状況に合わせて柔軟に変化できるものと捉えてもらいたい。セブの学生はコーチとして私たちに英語を教えたりセブの文化を発信したり、主に教育面での先生的立場である。そして、私たちはクリエイター、アイディアマン、イノベーターの役割を果たす「クリディベーター」である。これは私たちが新たに作り出した造語であり、私たちが学んでいるマーケティング力やこれまでの知識、研究者との協力によって新たなアイデアを元に具体的案を構築していく役目である。

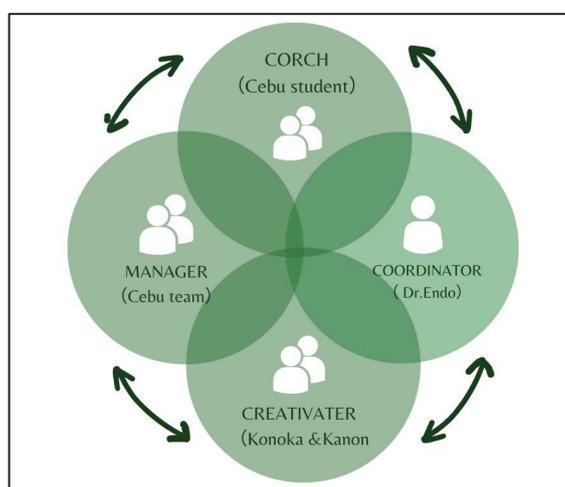


図6 Community MICE シナモンプロジェクト

このプロジェクトでは(マネジメント力やマーケティング力を提供したり学べたり、英語力の向上、コミュニケーション力、異文化理解、世界のネットワークをひろげられる、教育力、指導力の研究) 専門知識の授受や異文化理解、語学力向上といった様々な良い効果が期待できる。これらの効果を十分に活かしシナモンプロジェクトの商品化へと進んでいきたい。

このシナモンプロジェクトのアイデアを少し紹介する。セブノーマル大学の Dr.Picardal は、生物学的な観点からシナモンを研究し、社会貢献したいと考えている。彼はセブ島のシナモンの特徴は2つあると言った。一つ目は今回新たに特定したシナモンの群生はまろやかなシナモンの香りと味で知られており、古くからコミュニティによって広く使用されてきたことで二つ目はシナモンから採れるシトロネラ油は 100%有機的でクオリティが高いことである。

Dr.Picardal の研究内容に加えてさらにシナモンに含まれる栄養素と効果について詳しく調べた。スパイシーで甘い香りが特徴のシナモンには、マグネシウム、カルシウム、カリウム、ナイアシン、鉄など多くの栄養素が含まれ、健康に良いとされる効果がある。これには、①血流を改善する効果、②むくみを予防する効果、③消化を促進する効果④糖尿病を予防・改善する効果、⑤抗菌・防腐効果、⑥胃や腸を健康にする効果がある（注2）。以上のことからシナモンにリラックス効果があると考え、「シナモン×香り」をコラボさせたアイデアを思いついた。新型コロナウイルスの拡大で在宅時間の増加などにより、自宅での快適な空間を作ることを気に配る人が増え、年齢性別問わず、香りに対する需要は高まっている（注3）。香りと言ったら海外では「オイル」のものが主流である。しかし、日本には「お香」という香原料と水とタプ粉というものを練り上げて作られる文化がある。これは元々、日本の芸道の一つである香道が由来になったもので、今では「お香」の在り方も多種多様化し香りを楽しむものとして、年配の世代だけでなく、若い世代を中心に「お香」がブームとなっている。また、セブと日本の魅力が詰まった1つの商品を作りたいため、2つの「日本らしさ」を盛り合わせたお香を模索中である 1つ目は、日本のお茶や青森特産品リンゴの香りとシナモンの香りをミックスさせたお香などの「香り」（嗅覚）に日本らしさを盛り込む方法である。2つ目は、日本の四季や富士山、日本食などといった伝統文化を「デザイン」（視覚）の中に日本らしさを盛り込む方法である。

このような案を考えているが、私は実際にセブ島を訪れたことがないのでセブ島の良さや課題の現状を把握できていない。そこで、シナモンの原料や香りの特性、地元の貧困状況などを理解し、プロジェクトの信頼性を高めるために、実際にセブ島を訪れたいと考えている。しかし、私たちは学生でもあるため十分な資金が不足しているため実現困難な状況である。そこで、クラウドファンディングを通じて資金調達を試みることを計画している。私たちはこのクラウドファンディングを長期的に考えており、将来の商品化に向けて資金を活用する具体的な方法も検討中である。リターンについても考えており、お香のサンプル、オリジナルグッズのような比較的リーズナブルな商品に加え、多額な支援をしてくれた人にはセブ島旅行券や青森ツアーなどといった特別なリターンも検討中だ。実際にセブに行き、MICE のメンバーとも直接交流したいと考えている。

このようにセブと日本の交流によりシナモンを活用した新たな商品で新規市場を開拓し、セブの地域問題や廃棄物問題などの解決を目標に取り組んでいきたいと考えている。このゴールを果たすために今後もコミュニティ MICE の中で交流を続けていきたい。

5、コミュニティ MICE 見解

以上のように私は三年間様々な分野のコミュニティ MICE の中で活動してきた。この活動を通してコミュニティ MICE の力が最大限発揮される時やコミュニティ MICE のメリット、

コミュニティ MICE の在り方など考えをまとめていく。

コミュニティ MICE の力が発揮される時は、役割がはっきり決まっています、その役割について MICE 全体に共通認識があるときであると考えた。特に、マネージャー（仲介者）の存在は重要である。英語圏の方々とバーチャルコミュニティ MICE は、英語を必要とする。その時に、通訳者的存在を果たしてくれるマネージャーが MICE の安心材料になり、ポジティブな雰囲気を保つことに繋がるからである。私自身英語力には自信がなく、英語を話す場面では緊張したり不安になったりすることが多い。しかし、困った時やミスコミュニケーションがあった時に助けてくれる存在や常に一緒に考えてくれる人がそばにいたので安心して楽しみながらプロジェクトを続けることができた。実際に、メッセージを通してセブノーマル大学の先生とやりとりをしていた時に、英単語の意味の捉え方によって話の食い違いが起こった時があった。私たちは英単語の様々な意味について理解しないまま Google 翻訳の日本語変換した意味でそのまま理解していた。そのため話の理解にズレが生じ、その後のやりとりでもどこか違和感を感じながらやりとりを進めていた。その時に、マネージャーが双方に確認をとり、話をまとめてくれて双方が理解できるようにサポートしてくださった。そのおかげで私たちは英単語の複数の意味についても学べることができ、内容についてもお互い正しく理解することに繋がった。このように、コミュニケーションをうまく取れないことや言語の壁による問題が生じることがあるが、コミュニティ MICE によってこれらの問題を解決しながら事を進めていけるという良い点がある。

これらのことから、春学期に行った英語学習プロジェクトでは、マネージャーの役割の重要性に気がついた。アンケート結果からもプロジェクトの内容が楽しかったと回答した人は 100%であることに對して、難しかったと回答した人は 50%存在したということがわかった。私たちはプロジェクトの中で教える側という立場になり、プロジェクト中に苦戦している子供になかなか気付かず、対応することができなかった。このような自体を防ぐためにもその場全体を管理する「マネージャー」が必要だったと感じる。マネージャーは、MICE の仲介役の他に「第三者の客観的視点」を含む組織の管理者でもあると考える。組織が行き詰まった時や視野が狭くなっている時に、一歩引いて外側から全体を把握できる存在が MICE の方向性を一つに保っていくことに繋がると思う。また、これら役割の名前は必ずしも決まっているものではない。そのプロジェクトや MICE によって自由に変化可能であり、属している役割が気に入っていることや自分的にじっくり力を最大限発揮できるネーミングが大切だと思った。基本となるコーチ、マネージャー、コーディネーターの要素を含みつつ新しい役割の名前を造語として加えることも面白いと考える。このように、役割を果たしつつ自由にコミュニケーションしていくことが、良い MICE を構成していけるのでは無いかと考えた。

さらに、一つのプロジェクトに対して様々な分野の研究者が複数関わることで新しいユニークなアイデアの創出に繋がり、それぞれが交流することで得られる知識や発見も大きくなると考えた。シナモンプロジェクトでは、生物学の研究者、教育分野の研究者、マネジメント分野の教育者、地域（日本）について詳しく勉強中の人達が一つの MICE に位置する事で学びながら知識をアイデアに変換しながら取り組んでいる。例えば、「シナモン」に関して述べる時も生物学的視点やマネジメント的視点、自然・地理学的視点のような違う角度からの情報を得ることができる。このように関係ないだろう分野も積極的に参加する事で何かしら結びつく点や発見が見つかると考えている。また、英語学習に関して、コミュニテ

イ MICE 自体にこのような要素が含まれていることがわかった。英語学習を目的としてコミュニティ MICE を行うのではなく、別の目的があるときに自然と取り組んでいることであり、このことがまさに NOT 学習形式の英語身につけ方法であると思った。実際にコミュニティ MICE を通して Zoom で会話をする機会やメッセージで英語でやりとりする機会が増えたことで、座学で英語学習を三年間続けていた高校時代よりも遥かに早いスピードで英語が聞き取れたり理解できたりしていることを実感している。私が一番驚いたことは、自分自身の英語の発音である。私は、英語のイントネーションや英語特有の抑揚がうまくできなかったのが英語で話すたびに悩んでいた。しかし、コミュニティ MICE を通してネイティブな英語の発音を常に聞いていることで耳が慣れ、自然と話せるようになっていた。英語を話しやすいことはとても嬉しく、もっと英語を話したいと思うようになる。このように MICE の共通言語を英語にする事で英語が話せなくても MICE の存在が英語を上達させる事を実感した。話せるという面白さはコミュニケーションまでも楽しくさせる効果がある。コミュニケーションをとることで英語が上達することはさらに交流を楽しくさせてくれると思う。コミュニティ MICE のコンセプトとしてコミュニケーションを楽しむという要素も念頭におきながら今後も交流していきたいと考えた。

以上のようにコミュニティ MICE を通して役割の大切さやその効果、MICE の在り方について考えを深めた。今後は主にシナモンプロジェクトを通して質の高いコミュニティ MICE を目指し、交流を続けていきたいと考えた。

〈参考文献〉

(注1) <https://www.shodai.ac.jp/frontier/sozai/miceworkbook.pdf> (参照 2023-12-14)

(注2)

<https://kawashima-ya.jp/contents/?p=13137#:~:text=%E3%82%B7%E3%83%8A%E3%83%A2%E3%83%B3%E3%81%AB%E5%90%AB%E3%81%BE%E3%82%8C%E3%82%8B%E4%B8%BB,%E3%80%81%E3%83%8A%E3%82%A4%E3%82%A2%E3%82%B7%E3%83%B3%E3%80%81%E9%89%84%E3%81%AA%E3%81%A9%E3%81%A7%E3%81%99%E3%80%82>

(参照 2023-12-14)

(注3) <https://www.nipponkodo.co.jp/blog/information/3503/>
https://www.itochu.co.jp/ja/business/textile/geppo/202112/geppo_vol740.pdf

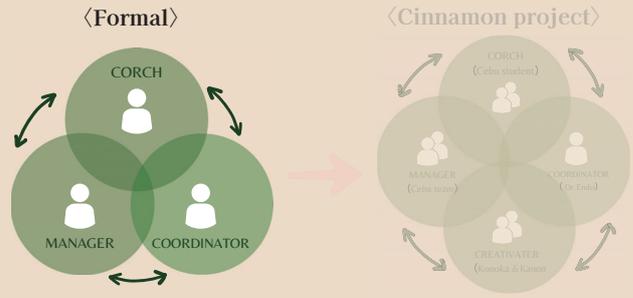
(参照 2023-12-14)

Aomori public university

An adventure in collaboration between Cebu and Japan to develop new products ~A new form of Community MICE~

Konoka Sato
Iida Kanon

Community Mice (Meeting, Innovation, Convention, Experimentation)



Characteristics of Community MICE

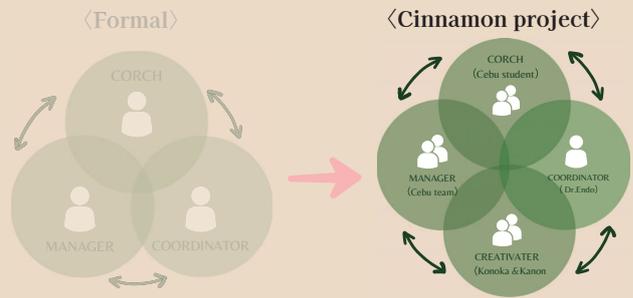


This is an example of a Community MICE activity carried out at a restaurant called "Deru-sole". We introduced meals using vegetables grown in this region to people in Cebu via Zoom. We mainly conveyed our impressions of the taste and showed them up close. The waiter then explained the dish in more detail. It turns out that having at least one person who can speak both English and Japanese makes international cultural exchange easier. It was great that everyone enjoyed participating and making new discoveries.

Benefits of Community MICE

- Management ability
- Marketing power
- Improve your English skills
- communication skills
- Cross-cultural understanding
- Expand your network
- Improving educational ability

Community Mice (Meeting, Innovation, Convention, Experimentation)



JAY P. PICARDAL, PH.D.

Director, Center for research & development and publications [CRDP]
 Director, research institute for tropical bio. & pharma. biotech [RITBPB]

Dr. Picardal studies cinnamon from a biological perspective. He also wants to use cinnamon to contribute to society.

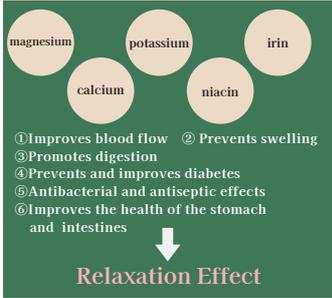
Two characteristics of cinnamon from Cebu Island

- The newly identified cinnamon clump is known for its mild cinnamon aroma and taste, and has been widely used by the community since ancient times.
- Citronella oil from cinnamon is 100% organic and of high quality.



+63 9278610855 / (032) 254-1452 loc 127
 picardalj@cnu.edu.ph
 CRDP, Cebu Normal University
 Osmeña Boulevard, Cebu City, Philippines
 https://cnu.edu.ph
 https://www.facebook.com/jay.p.picardal

Nutrients and Benefits of Cinnamon



- ① Improves blood flow
- ② Prevents swelling
- ③ Promotes digestion
- ④ Prevents and improves diabetes
- ⑤ Antibacterial and antiseptic effects
- ⑥ Improves the health of the stomach and intestines

↓
Relaxation Effect

"cinnamon and fragrance"

As people spend more time at home due to the spread of the new Covid-19, more and more people are paying attention to creating a comfortable space at home, and demand for fragrances is increasing among people of all ages and genders.

Japanese culture of "Okou"

Japan has a culture of "Okou," which was originally derived from the Japanese art of Kodo, one of the Japanese performing arts. In the past, it was used in the form of "incense" as an offering for graves and Buddhist altars. However, as time went by, the ways of incense sticks became more diverse, and now "Okou" as something to enjoy the fragrance is booming, not only among the older generation, but also among the younger generation.

~How to make "Okou"~

kneading incense ingredients + water + tab powder



Okou is usually made by kneading incense ingredients, water, and tab powder. When kneaded, it becomes like clay and can be made into various shapes. We thought of grinding the ingredients of cinnamon into powder and mixing them together to create incense.

"Japaneseness"

The reason we decided to assemble "Japaneseness" was because we wanted to create a product that combines the charms of Cebu and Japan.

- ① **scent of Japan** × **cinnamon**
 (such as incense that mixes the scent of tea or apple with the scent of cinnamon...)
- ② **design of traditional Japanese culture** × **cinnamon**
 (such as the four seasons, Mt. Fuji, Japanese food, etc...)

Aomori public university

Thank you so much

Konoka & Kanon

References

[Cinnamon nutrients and effects](#) [What is incense?](#) [How to make incense](#) [history of incense](#) [demand for incense](#)

これからの英語教育の在り方

赤沼風香

三年遠藤ゼミでは昨年フィリピンとの zoom を通じて行った英語学習を元に、自分たちが教える側になるための活動を行ってきた。春から綿密な話し合いを重ね実際に行ったプロジェクトではスムーズに進行でき、プロジェクト後の先生と生徒たちに行ったアンケートでも前向きな意見をもらうことができた。

そこで本稿では、三年次に行った調査やプロジェクトをもとに幼少期からの英語学習が与える影響について以下の構成で考察していく。

1. 調査・プロジェクトの趣旨
2. 調査・活動の概要・結果
 - 2-1. 文部科学省が示す英語教育のあり方について
 - 2-2. 活動の概要
 - 2-3. 沖館市民センター（なかよし会）での実践
 - 2-4. プロジェクトアンケート結果
 - 2-5. 今後の課題
3. 県外の事例
4. 参考文献・引用

1. 調査・プロジェクトの趣旨

2 年次はグローバル化が進む中で日本では実用的な英語を学ぶ機会が少ないことに触れ、学習の定着率が高い幼少期から英語学習を行う方法について提案した。その一つとして私たちが昨年行っていた zoom などを使ったオンラインでの英語学習だ。新型コロナウイルスの蔓延により、zoom の国内シェア・認知度が向上したというデータや、オンライン英語学習を試験的に導入している学校もあることから取り入れやすいのではないかと考えた。

しかし、2011 年から英語教育の小学 3 年生必修化になり英語の苦手意識が強まってしまった。文部科学省の全国学力・学習状況調査で、小学 6 年生に英語の勉強について好きかという質問に対し 2013 年度は「そう思わない」、「どちらかと言えばそう思わない」という回答の合計が 23.7%だったが、2021 年度には 31.5%に増えた。また 2013 年度、2021 年度ともに小学 6 年生から中学 3 年生の間で英語の学習に対しての苦手意識が強まる傾向にあることがわかった。2013 年度の小学 6 年生は「そう思わない」、「どちらかと言えばそう思わない」という回答の合計が 23.7%であったのに対し、同じ 2013 年度の中学 3 年生では 46.6%となっている。2021 年度でも小学 6 年生が 31.5%に対し、中学 3 年生は 42.9%となっている。

この二つの点から私は英語の授業の進め方や内容に原因があるのではないかと考えた。授業がつまらない、むずかしいと感じてしまうと苦手意識の促進につながる。そこで先生の話聞きテストのための学習をするのではなく、実際に使うコミュニケーションや単語を交えた実践的かつ楽しく理解できる学習を取り入れることで苦手意識を軽減できるのではないかと考える。

2. 調査・活動の概要・結果

当ゼミでは、沖館市民センター（なかよし会）に出向き、私たちが主体となる英語教育を行ってきた。この項目では、行政が示す英語教育についてふれながら調査の概要及び、結果とプロジェクト後のアンケートを経て考えたことをまとめていく。

2-1. 文部科学省が示す英語教育のあり方について

まず国ではどのようなことを目標に英語教育を行っていきたいのかを明らかにするために、文部科学省が出す小学校、中学校・高校における英語教育のあり方について調べた。現在の小学校学習指導要領の「外国語活動」における内容として以下のようにある。

1. 外国語を用いて積極的にコミュニケーションを図ることができるよう、次の事項について指導する

- (1) 外国語を用いてコミュニケーションを図る楽しさを体験すること。
- (2) 積極的に外国語を聞いたり、話したりすること。
- (3) 言語を用いてコミュニケーションを図ることの大切さをしること。

2. 日本と外国の言語や文化について、体験的に理解を深めることができるよう、次の事項について指導する。

- (1) 外国語の音声やリズムなどに慣れ親しむとともに、日本語との違いを知り、言葉の面白さや豊かさに気付くこと。
- (2) 日本と外国との生活、習慣、行事などの違いを知り、多様なものの見方や考え方があることに気付くこと。
- (3) 異なる文化を持つ人々との交流等を体験し、文化等に対する理解を深めること。

次に中学校の英語教育のあり方については次のように示されている。

・身近な話題についての理解や簡単な情報交換、表現できるコミュニケーション能力を養う。

例) 短い新聞記事を読んだり、テレビのニュースを見たりして、その概要を伝えることができる

・授業を英語で行うことを基本とし、内容に踏み込んだ言語活動を重視

・小学校高学年の教科型導入を踏まえ、中学校ではより多くの英語に触れることにより、学習内容の着実な定着を図る。また、コミュニケーションを円滑に図るために必要とされる基本的な文法事項については中学校で一通り活用できるようにする。

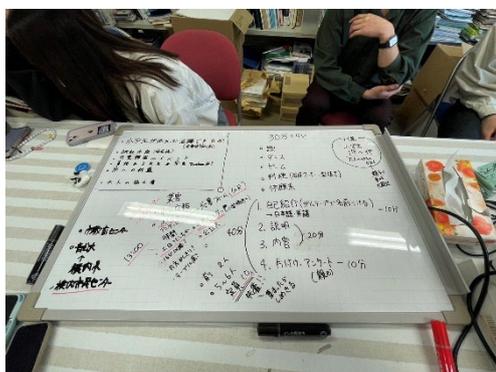
これらを見るとコミュニケーションを図る楽しさや、外国を知ることからはじめ年齢にあった基準であるように思う。これらが児童の理解につながっているのかは疑問が残る。その理由として文部科学省が出した「小学校における外国語活動の現状・成果・課題」という資料にある。この資料の課題の面で、小学校高学年は、抽象的な思考力が高まる段階であるにもかかわらず、体系的に学習を積んでいないがために、学習内容に飽き足らない児童が見られるとある。また、児童には、自らの考えを英語で表現するための十分な語彙や表現を身につけることが困難であるが、コミュニケーションに積極的に関わろうとする態度は育つ

てきているとある。児童にとって自分が表現できないことはもどかしさや、つまらなさにつながってしまっているのではないかと感じる。また、小学校では知ることや、楽しさを重視しているのにも関わらず、中学校で急に授業内容のレベルが上がるため生徒の英語に対する苦手意識を促進していると考え。実際に、中学生の7割以上が小学校で「英単語・英語の文を読むこと」、8割が「英語の単語・文を書くこと」をしておきたかったと回答している。

これらのことから、小学校から中学校にかけての英語教育のレベルの格差を緩和しつつ英語に対して苦手意識を植え付けないように実践的な英語を学ぶという両立がむずかしいと感じた。また現在のテストや資格のための英語を学ぶために、文法を中心とした英語学習も全く必要ないというわけではないため、実践的な英語とわけて取り組むことができれば「英語」自体を苦手と思うことは少なくなるのではないかと考察する。

2-2. 活動の概要

私たちは2年次から行ってきたフィリピンとの英語学習を基盤として、英語を通じて老若男女が交流できるサードプレイスを作ることができないかという案から活動を進めてきた。これから必要になる機会が多くなる英語を通じて、幅広い世代をつなげ英語に強い地域を作るということは次世代につながる地域活性化だと考えた。その前段階として、現在英語への苦手意識が強まっている小学生に楽しんでもらいつつ日常生活で目にすることの多い者から英語で理解してもらうために沖館市民センター（なかよし会）に通う子どもたちを対象としたプロジェクトを行った。前述したとおり現在は小学3年生から英語の学習が始まっているため、その前から発達段階に応じ母国語以外の言語を学ぶことに対する抵抗感を和らげようと考えた。



*写真 プロジェクト計画・話し合いの様子

当初はゼミの活動で何度か利用させていただいている「でる・そーれ」で行うことも考えた。「でる・そーれ」は駅前のコミュニティカフェで様々な人が集まり地域の憩いの場となっている。その一角を借りて、ご飯を食べることやセットメニューなど売上にも貢献しつつ英語学習をすることができれば地域交流にもつながる。プロジェクトの概要を伝え実施について相談したところ「でる・そーれ」の皆さんにはこのプロジェクトに大いに賛同してもらうことができた。また、「短いスパンで考えるのではなく長い目で見て、今私たちが考えているプロジェクトに参加したことがきっかけで子どもたちが将来この地域に英語に関わる仕事に携わったり、地元にもどってきて英語を使って活躍してくれたり、いろんな機会に地元のことを思い出してくれるようになってくれたらうれしい」や「学校や塾のように形式

的な英語を先生に教えてもらうのではなく、私たちのような歳の近い大学生が教える方が子どもたちもうれしいのではないか」というような意見をいただくことができた。しかし開催する時間や、子どもたちの交通手段の面などから断念することとなった。そして様々な面を考慮して最終的に沖館市民センター（なかよし会）で実施することとなった。

私たちの今回の目標は、小学校低学年の子どもたちが英語を学ぶことに対して楽しいと思ってもらい親しんでもらうことだ。このプロジェクトを行うに当たってゲーム感覚で英語に触れてもらうことを重視し、以下の構成にした。

① 英語の歌

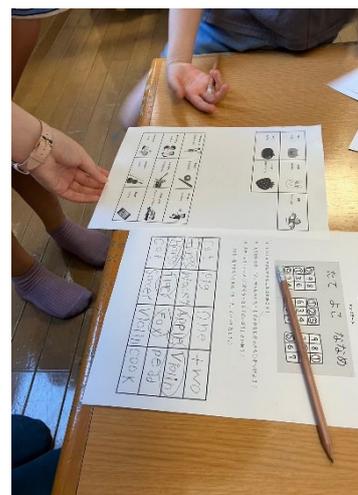
Tik Tok というアプリで少し前に流行した「Baby Shark Dance」という歌を使用し、簡単な振り付けも交えて歌った。この歌は出てくる単語が簡単で歌詞もわかりやすい内容となっており、振り付けも歌詞とリンクしているため子どもたちも覚えやすいのではないかと考えた。また、うたを通常の数よりも遅くし歌詞の英単語がはっきり聞こえるようにした。最初は私たちが歌って踊りお手本となる、次に更に歌の速度を落として歌詞の意味や振り付けを説明する、最後にみんなで一気に通すというように段階を設けることでより理解を深めようとした。

② ジェスチャーゲーム

身近な職業やものをお題にし、わかりやすいものにした。また、普段カタカナで自分たちが使っている単語を含めることで日常に潜む英語を実感できるようにする。問題数自体を少なくし子どもたちが飽きないようにすることやチーム対抗戦にすることで盛り上がるようにした。ジェスチャーゲームのお題となった単語は正解発表時に2.3回繰り返し声に出すことで勉強にもなる。優勝したチームには景品を配ることで達成感をもたらす。

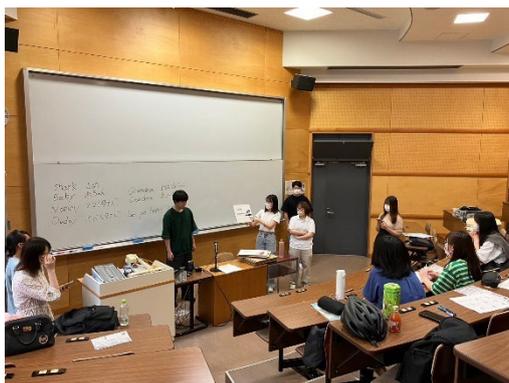
③ ビンゴゲーム

ジェスチャーゲームでも使用した単語などに加えて、食べ物や数字を入れすぐにでも使えるようなものを選んだ。ジェスチャーゲームでも使用した単語をいれることで反復練習にもなり頭に残りやすくした。ビンゴカードは自分で作るものにして、英単語を書く機会にもなる。ビンゴカードは、事前に一人一枚配った単語カードを見ながら作成してもらった。ジェスチャーゲーム同様にビンゴした人には景品を用意して達成感をもたらす。加えて、ジェスチャーゲームとビンゴゲームのどちらでも段ボールで作成したボードに、単語をわかりやすく表現するためのイラストと英単語、日本語を付けた。



*写真 ビンゴカード用紙

全ての準備が終わった後、本番を想定したりハーサルを行った。そこで第三者からの客観的な意見をもらうため遠藤ゼミに所属する1年生に参加してもらった。リハーサルに参加した1年生からは説明がわかりづらい、話すスピードが速いなどといった意見をもらった。私たちは成長しある程度の理解能力や、聞き取る力を身につけているため気付くことができなかつたが、小学生の立場になり考えるというのはとても大事なことだと感じた。その指摘を受けて、説明をわかりやすい言葉にしたり普段よりもゆっくりハキハキと話すようにしたりした。内容を修正することでよりよい状態に仕上げ本番を迎えることができた。



*写真 ゼミ一年生協力の元プロジェクト練習の様子

2-3. 沖館市民センター（なかよし会）での実践

当日沖館市民センター（なかよし会）に行ってみると、先生たちから伺っていたとおり落ち着いていて静かな雰囲気の子どもたちだったが、プロジェクトを進行していく中でだんだんと心を開いてくれて私たちが説明したことに対し相槌や大きな返事をしてくれるようになった。私たちも子どもたちに楽しんでもらえるように、笑顔を心がけ柔らかな雰囲気を作れるようにした。

最初の英語の歌を歌うところでは、お手本を見せる段階で「この歌知ってる！」や「すごい！」といった反応をしてくれた。私たちの中で特に流行した曲を選んだが、私たちの年代と小学校低学年で流行が異なった場合選んだ曲を知らない可能性があるという不安があったが子どもたちも知っていたようで安心した。またお手本や、説明している最中にこちらが指示せずとも動きをまねてくれたことでスムーズに進めることができた。最後の通しでは音楽にのりながら大きな声で歌い、全力で踊ってくれた。

次のジェスチャーゲームでは、私たちが想像するよりも早く答えに気がつき子どもたち同士でトラブルもなくホワイトボードに答えを書いてくれた。答え合わせのときも私たちが見やすいようホワイトボード高く掲げ、正解したら大きな声で喜んでくれていた。その後の単語を繰り返す場面では、次に行く指示をすると静かになってくれて私たちのまねをしながら発音良く単語を繰り返していた。結果的にお題がわかりやすかったこともあり、全チームが全問正解したことは予想外であったが、自分たちが想像していたよりも英語を使ったジェスチャーゲームを楽しんでくれてよかったと思う。

最後のビンゴゲームは、見本を使って実際に書きながら説明したことと、一人一枚単語カードを配付したことで子どもたちもビンゴカードの作り方で迷うことなく作成できていた。しかし、小学1年生の子どもたちにとって字を書くということは私たちが考えるよりも

むずかしいことに気がついた。英単語を書くことに苦戦していたというわけではなく、ひらがなを書くこともむずかしそうにしていたのは盲点であった。また学年を混ぜてチーム編成をしなかったために、1年生から3年生のグループで回答時間や書く時間に差が生まれてしまった。次にこのようなプロジェクトを行う際にはターゲットの年齢や学力にあった学習方法の提案が必要だと感じた。ビンゴゲームは特に子どもたちの反応が良く、今後沖館市民センター（なかよし会）以外での児童室や児童館で行う際にも構成に組み込むべきであると感じた。このプロジェクトを通して、楽しみながら英語を学ぶことの大切さを改めて実感することができた。今回は小学校低学年を対象としたプロジェクトであったが、小学校高学年の子たちや中学生、高校生にも楽しい英語教育を体験してもらえたらと思った。



*写真 当日の様子(写真2枚)、テーブルに1人ゼミ生配置している

2-4. プロジェクトアンケート結果

ここではプロジェクト終了後に児童28人と先生3人にとってアンケートの結果について考察していく。児童には、(1)今回の英語学習は楽しかったか、(2)今回の英語学習はむずかしかったか、(3)英語をこれからも勉強したいと思ったか、(4)一番楽しかった内容はどれかの4つの質問と感想を記入してもらった。

1つ目の今回の英語学習は楽しかったかの質問に対し28人全員がはいと答えた(図1)。今回は英語への抵抗感をなくすことを目指し、ゲームに英語を交えた形で英語学習を行ったこともありみんなが楽しめた。プロジェクトを進行していく中で、私たちから見ても心から楽しんでいると感じた。

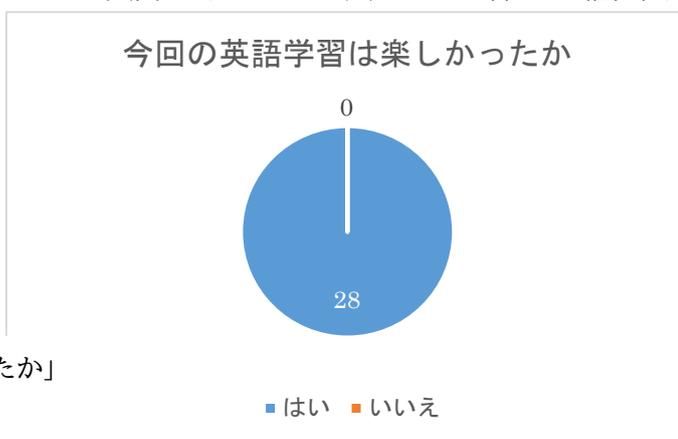


図6 「今回の英語学習は楽しかったか」アンケート結果

しかし、2つ目の今回の英語学習はむずかしかったかという質問に対してはいと答えた人が14人、いいえと答えた人が14人ときれいに分かれてしまった(図2)。私は楽しい=簡単だと考えていたためこの結果は驚きだった。むずかしいと思った要因の一つとしてビンゴカード作成が挙げられると考える。前述したとおり、小学1年生の子どもたちは字を書くことに苦戦しており、その点むずかしいと感じてしまったのではないかと考える。そのため英語自体をむずかしいと感じたのか、英語以外の部分でむずかしいと感じたのかは判断しかねる。しかし、半数がむずかしいと答えたため1年生だけでなく他の学年でもそう感じた人がいるということになる。内容について難しさを感じてしまったのであれば、職業や食べ物などの英単語からではなくアルファベットを知ることから始めることも検討する必要があると考える。このアンケートの反省点として、むずかしいと感じた人はそのような点がむずかしかったのかを記入する場所を設ける必要があった。楽しいと簡単は伴わないこともあるということを理解し、楽しいかつむずかしさを感じない学習方法、内容を考えることが大切だと感じた。また先生3人にとつたアンケートで、英語学習の内容は子どもたちのレベルにあったかという質問に対し3人全員がはいと回答している(図3)。子どもたちと先生で認識の違いがあることも頭に置いておく必要があると感じた。これはこの沖館市民センター(なかよし会)だけでなく、どの学校でも起こりうるため先生も子どもたちがどう感じているのか見極めることが重要だ。

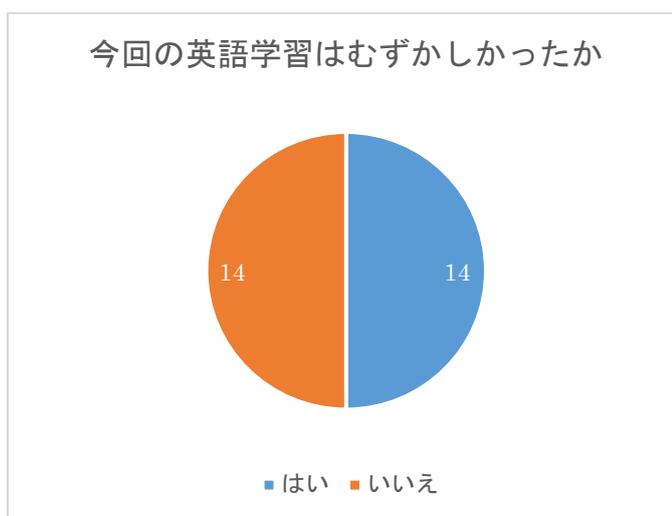


図7 「今回の英語学習は難しかったか」アンケート結果

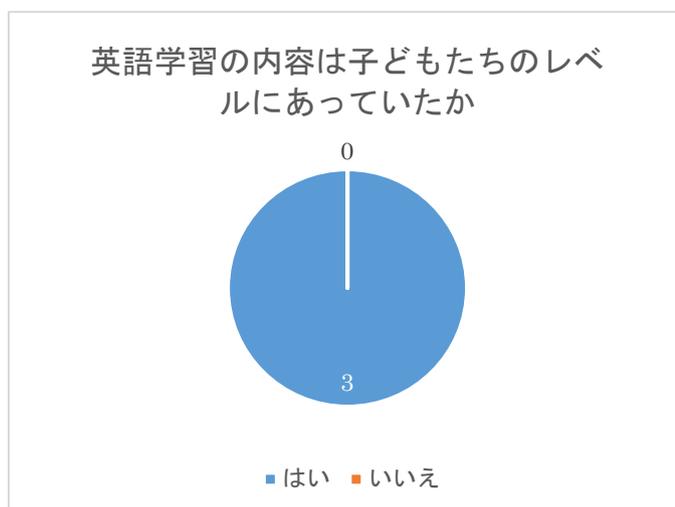


図8 「英語学習の内容は子供たちのレベルにあったか」アンケート結果

最後に私が着目した点は、3つ目の英語をこれからも勉強したいと思ったかである。この質問に対し24人がはい、4人がいいえと回答した(図4)。8割以上がはいと回答したことは英語の抵抗感をなくすという目標に大幅に近づいたのではないかと感じる。小学校低学年の段階では日本語でもむずかしいことが多くあり、勉強そのものが苦手だと考える人がいる中で英語という母国語以外の言語を勉強したいと思ってもらえたことがとてもうれしく、今回のプロジェクトをやって良かったと思える。それとは反対に、いいえと答えた人が4人いることも事実であり、この4人に英語を勉強していきたくて思ってもらえるように努力することが大切である。そのためには、なぜ勉強したくないと思ったのか、どのような方法であれば勉強したいと思うのかを調査して反映していくことで将来的に英語の苦手意識を払拭することにつながっていくのではないと思う。

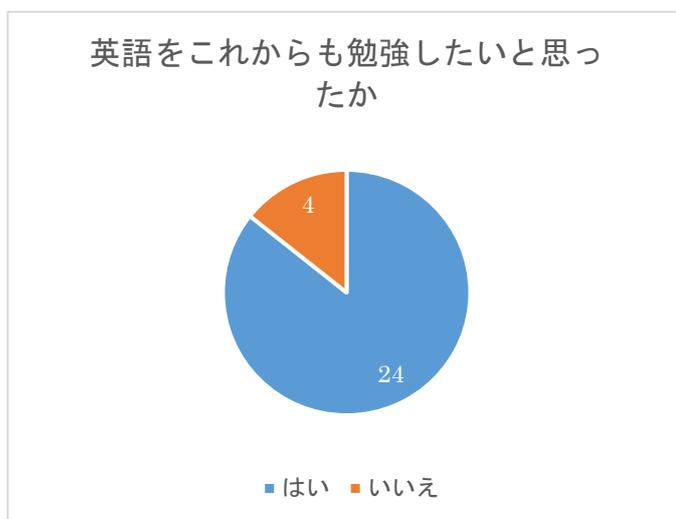


図9 「英語をこれからも勉強したいと思ったか」アンケート結果

今回アンケートの最後の欄には子どもたちからのたくさんのうれしいメッセージがあり、特に楽しかったという感想が多かった。前向きな感想をたくさんもらったことで、また次の機会があったときも頑張ろうという励みになる。今回の結果は楽しかったが、むずかしかったということがはっきりしたため学校ではどのような英語教育をしているのか、子どもの学習状況などについて更に調査していく必要があると感じた。

今回アンケートの最後の欄には子どもたちからのたくさんのうれしいメッセージがあり、特に楽しかったという感想が多かった。前向きな感想をたくさんもらったことで、また次の機会があったときも頑張ろうという励みになる。今回の結果は楽しかったが、むずかしかったということがはっきりしたため学校ではどのような英語教育をしているのか、子どもの学習状況などについて更に調査していく必要があると感じた。

2-5. 今後の課題

これからの課題として「でる・そーれ」の方たちの意見にあったように短いスパンではなく長期的に行えるように私たちのゼミで完結するのではなく、他の機関と連携し持続的に行える方法を模索する必要があると考える。

英語学習は一度行ったからといってすぐに身につくものではなく、連続的に回数を行うことで自分が英語を使えるまでになる。そのため今回の夏の1回だけでなく月に1回や3ヶ月に1回、長期休みごとに1回など高い頻度行うべきである。また私たちだけが行うのではなく他の機関・場所でも行い輪を広げていくことにより日本の将来的な人材育成につながる。具体的には、英語を専攻する他大学との連携である。私たちよりも英語への理解が深いためより高度な英語教育が実現できると考える。今回は対面で行ったが、対面で行うには時間の確保やスケジュールの調整がむずかしくなるため、私たちが行ってきた英語学習の方法である zoom を活用したオンラインでの学習も有効だと考える。しかしオンラインで行うことのデメリットとして大人数は対応することがむずかしくという点がある。学校単位、施設単位で行うときには注意が必要だ。どの手法を使うにしても楽しさと理解しやすきの両立が必要不可欠である。

3. 県外の事例

行政が行っている英語教育の事例とは異なるが、子どもたちを対象とした英語での交流の場について紹介する。それが KIV 子ども国際村である。この KIV 子ども国際村は子どもたちと外国人がつながる青空国際交流・英会話コミュニティだ。日本の子どもたちがもっと身近に英語で外国の方と話せる機会を作るために、2017 年にボランティア市民団体として設立し、2020 年に非営利型 NPO 法人として東京都に認可を受けた団体である。

この KIV 子ども国際村が行っているのがこども英語村というものだ。これは、各地の公園などで子どもたちと外国人が集い、英語を使った様々なゲームや音楽を通じて遊び、交流する場である。この英語村には先生がおらず、参加する外国人の方は各地域に住む一般人だ。毎月 1.2 回程度開催され、場所は東京代々木公園や横浜臨港パーク、千葉幕張舟溜跡公園など 5 都県 8 カ所である。場所によって異なるが 1,800~2,000 円で参加できる。

4. 参考文献・引用

文部科学省 「【資料 3-1】小学校における英語教育に関する論点（2014/06）」

https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/102/shiryo/attach/1348399.htm

(2023/11/01 閲覧)

文部科学省 「【資料 2-1】中学校・高等学校における英語教育の在り方に関する論点（2014/06）」

https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/102/shiryo/attach/1349083.htm

(2023/11/01 閲覧)

文部科学省 「【資料 3-1】小学校における外国語活動の現状・成果・課題（2014/05）」

https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/102/shiryo/attach/1347444.htm

(2023/11/07 閲覧)

葉山 梢。「英語好きの小学生が減少、中学生は成績が二極化の傾向 その原因は？」（2023/01/13）」.朝日新聞デジタル

<https://www.asahi.com/edua/article/14808736>

(2023/11/07 閲覧)

NPO 法人 KIV 子ども国際村 Kids International Village こども英語村

<https://kidsinternationalvillagejapan.net/event/>

(2023/11/20 閲覧)

AI を用いた英語学習

小泉拓也

(1)プロジェクト実践について



写真1 プロジェクト当日の様子

私たちは8月9日（水）に沖館市民センターにおいて放課後児童会の小学校低学年向けの英語を使った交流会を開催した。小学生に英語に楽しく触れてもらうことを目的として開催した。幼いころからの英語学習はメリットがあると考えられる。

ドイツの学者であるレネバーグは言語の獲得には年齢限界があるという「言語獲得の臨界期仮説」を提唱した。言語獲得には年齢限界があり、乳児期から思春期（2歳～13歳ごろ）までの期間を過ぎると母語話者並みの言語を獲得できなくなるというものである。この仮説はもともと失語症から言語を回復する過程の研究より得られたものであり、研究例が少ないことから仮説として不十分という意見もある。しかし、現在は第二言語の学習は幼少期に行うのがよいという考えが一般的であり、英語学習を開始する年齢も年々低くなっている。「言語獲得の臨界期仮説」をもとにすると、今回私たちが交流した小学校低学年はちょうど言語獲得の臨界期の年齢である。

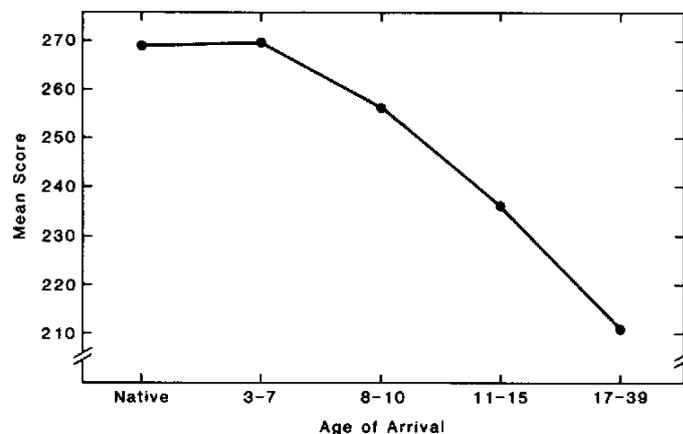


図1 レネバーグの「言語獲得の臨界期仮説」

今回私たちが行ったイベントの内容は、英語を使った歌と踊り、ジェスチャーゲーム、

ビンゴである。まだ英語の勉強を初めてすぐの小学校低学年の子どもでもわかりやすいように、読み書きよりは声や動きで英語に触れることを重視した。

英語を声に出して練習することは高い効果が期待できる。「英語リメディアル教育における音読指導再考—チャンツを用いた音読練習を通して—」（川井、2021）によると、30代から40代（英検4、5級程度）を対象としたグループに音読練習を継続的に行かせたところ、発音、リスニングの面において優位に効果が認められたという。言語獲得の臨界期を過ぎた大人であっても効果が認められたことから、幼少期の子どもにはさらなる効果が期待できると考えた。しかし、この勉強法において留意しなくてはいけないのは、会話のように臨機応変な対応力が求められる場面には効果がないということである。そのため、うまく会話のキャッチボールを行なえるようになるには実際に英会話を数多く経験することが大切になる。

私たちが言語を獲得してきた過程を考えると、最初は親が話す言葉の真似、つまりリスニングとスピーキングの能力が最初に備わる。その次に本を読んだり、文字を書いたりといったリーディング、ライティングの能力を獲得する。そのため、この順序で第二言語の獲得も同じように行うことが効果的だと考えられる。しかし、現在の日本ではこのような順序での英語学習が行われていないと感じる。その理由として、日本の英語教育そのものの問題だけでなく、日常的に英語を離す機会が少ないという点が挙げられる。日本は単民族・単言語社会であることから、英語を話せなくても困ることがない。

ここで、私たちが昨年プロジェクトで交流したフィリピンと比較してみる。フィリピンは英語とフィリピン語を公用語とする国であり、9割以上の人が英語を話せるといわれている。その理由としては、授業が日本より早い段階から英語で行われ、日常的に英語に触れているからである。また、フィリピン語はアルファベットが使用され、フィリピン語から英語の学習に移る際にアドバンテージがある。2つの言語が似ているほど言語獲得をしやすくなることを「正の転移」という。しかし、日本語の場合は1からアルファベットを覚える必要があり、発音や文法も日本語と異なるものが多い。先に学習した言語が第二言語の学習にマイナスの影響を与えることを「負の転移」という。日本人が「r」と「l」の発音が苦手だったり、「a」と「the」の使い分けが苦手だったりするのは、母語である日本語の発音や文法を前提に英語を学習してしまい、影響してしまうからである。これは日本語と英語に限った話ではなく、他言語同士でも起こる。

日本人が間違いやすい英語の例：

Right Light, See She, Ear, Year など

コンセント、サラリーマンなどの和製英語

日本語と英語で意味が異なる単語 (Claim, Challenge など)

また、日本の場合、学校での英語教育が読み書き中心になってしまっている。やはり、スピーキングやリスニングといった話す際に必要になる能力を小学校、中学校といった義務教育のうちにある程度形作ることが必要になるのではないか。

それでは、日本の英語教育はこれまでどのように行われてきたのか。英語教育の始まりは江戸時代初期と言われる。明治時代になると、中学校と一部小学校での英語教育が始まる。しかし、江戸時代から戦後までは鎖国や戦争といった社会情勢によって度々英語教育が断絶してきた。現在に近い形で英語教育が再開したのは1951年である。2002年まで中

学校では選択科目として英語教育が進められてきたが、2002年以降は必修科目として行われるようになった。一方小学校では、グローバル化に伴って英語教育の必要性が高まり、1992年から一部の小学校で英語教育が始まった。2002年から全国の小学校で本格的に英語教育が取り入れられることになる。2011年には5、6年生での英語の必修化、2020年には3年生までが対象となり、近年は英語教育の低年齢化が進んでいる。しかし、小学校における義務教育は中国（2001年開始）や韓国（1997年開始）に大幅に遅れを取っており、日本における英語教育の遅れが明らかである。

さらに、英語教育の需要の増加に伴い、ALTの不足やALTを十分に活用できていないことも問題になる。下のグラフは小学校、中学校、高校それぞれにおいてALTがどの程度の頻度で来たかを調査したものである。週一回以上ALTと授業を受けている学校もある一方で、その比率と同じ程度、ALTが来ていない学校があることがわかる。また、学校により、ALTが来てあまり交流の機会がなく、ALTの良さを生かし切れていないという例もあるようだ。このような現状は英語学習における教育格差を生んでいる。

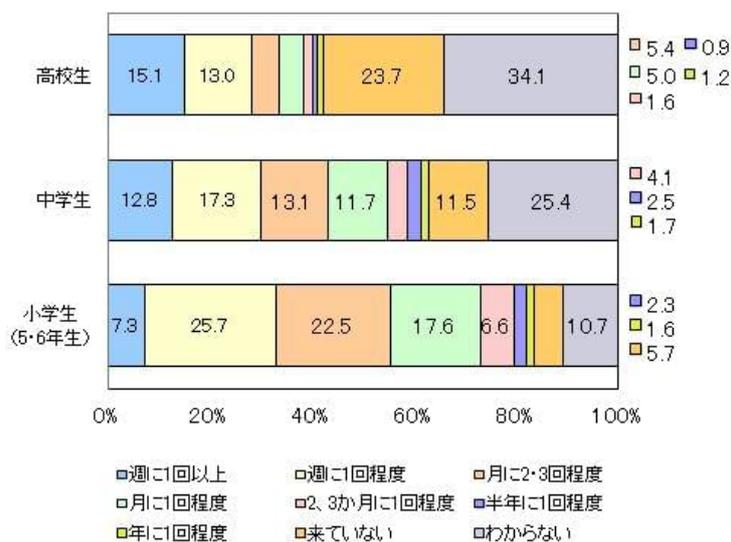


図2 小・中・高校別 ALT の来校頻度

今回のプロジェクトを通して、小学生が英語に興味をもち、英語学習を促進できるような環境づくりが大切だと感じた。幼少期の英語学習は本人の意思によるものではなく、両親の意向、周囲の環境によるものが大きい。英語学習には多くの時間とお金がかかることから、学ばせたい、学びたいという気持ちがあってもできないこともある。今回のプロジェクトのように、お金をかけなくても英語を学べる手段を作り、幼少期の英語教育を促進していくべきだと感じた。そのためにも、私たちが交流してきたフィリピンやアメリカといったネットワークを駆使しながらこのようなプロジェクトを定期的に開催できたらよいと感じた。

(2) 研究に関する考察

日本人が英語を話せないのはなぜかを考えていくと、3つの理由があることに気付いた。①日本式英語教育、②日本語と英語の違い、③歴史の3つである。②や③は変えられない、私たちが乗り越えていかなければいけないものであるが、①は変えていくことが可能である。

そこで私が卒業研究のテーマとして考えているのは「大人を対象とした英語教育」や「AIを用いた英語学習」である。英語を話せるようになるためには、日本人は2000～3000時間の勉強が必要だとされている。これは他言語と比べても比較的長い時間が必要な言語にあたる。これは日本語と英語の特徴が発音面、文法面で大きく異なるためである。一方で、語順が同じ韓国語や共通の文字を持つ中国語は日本人にとって比較的学びやすい言語である。日本人が英語を習得するためには多くの時間が必要であるが、現在の日本の教育政策では小学校から高校で1000時間ほどしか確保されていない。習得に十分な時間を確保するためには、留学をする、オンライン英会話を受けるなどがあるが、金銭的負担が大きい。また、(1)で先述したように、言語学習には適切な時期がある。英語の習得には時間的制約と金銭的制約の両方が伴うのである。そのため、大人を対象にした英語学習は需要があると考えられる。公務員や民間企業でも採用時にTOEICや英検を評価に入れることも多い。また、ソフトバンクのように、入社後にTOEIC900点以上を取得すれば100万円の報奨金を支給する企業もあるように、英語力が高い人材を優遇する企業もある。

では、大人を対象とした英語教育はどのような方法で行えばいいだろうか。私が考えた方法は、AIと対人を使い分けた学習方法である。私は「Voice Control for ChatGPT」を用いてChatGPTとの英会話を一週間ほど試してみた。ChatGPTは2022年11月に公開された無料のサービスであり、インターネット検索やアイデア出しの手段として用いられている。今回はそのChatGPTを英語学習の手段として用いた。その中で感じたAIとの英会話のメリット、デメリットは以下の通りである。

メリット

- ・無料（一部有料）で使える
- ・時間を気にせずいつでも勉強できる
- ・顔出しに抵抗がある人でもできる
- ・文法の訂正を行なえる
- ・英語や日本語だけでなく他の言語にも対応している

デメリット

- ・無料版は2021年までの情報にしか対応していない
- ・正しい発音をできているのかわからない
- ・正確な情報でない場合がある
- ・AIの返答を理解するにはある程度の英語力が必要

対人では正しい発音を教えてくれたり、こちらのレベルに合わせた英語を選んだりしてくれるがAIはそこまで対応していないことが気になった。そのため、AIを用いた英語学習は子どもではなく、どちらかというと大人向けなのだと感じた。上記のデメリットは対人での会話によって解決することができる。普段の勉強はChatGPTを使って行い、疑問ができた場合は対人で相談するような新しいスタイルの英語学習ができる。時間が限られる社会人や、使えるお金が限られる学生にも適した勉強法だと感じた。

私は、これから子どもや大人を対象とした英語学習の機会を作っていきたいと考えているが、それぞれの年代に応じた学習方法を提供することが大切である。そこで、各年代に応じた学習方法について考えてみた。

小学生

- ・英語の勉強を始めて間もないため苦手意識を作らないことが大切
- ・言語習得の臨界期にあたる。リスニングやスピーキングの能力が習得しやすい
- ・外国人と話すこと、英語を話すことへの抵抗をなくすことが大事

→英語を使った遊びを通してリスニングやスピーキングの能力を上げる。正しい発音をネイティブの講師から学ぶ。

中学生

- ・基本的な文法を習い始める。
- ・高校受験に向けた対策も必要になる。

→英語を学びたい生徒、日本語と英語を話せるコーディネーター、ネイティブの講師のように三者での英会話。コーディネーターが講師の翻訳をし、生徒のレベルに応じてサポートする。また、可能であれば授業にティーチング・アシスタントとして参加し、気軽にわからないところを質問できる環境があればよいと考える。

高校生

- ・大学受験、就職試験、留学など、英語を使う目的が多様化する。
- ・英語の得意・苦手が明確になってくる。

→1対多数よりは1対1や1対少数のように、目的に合わせた教育方法を行う。

大学生、大人

- ・実用的な英語力が求められる。
- ・研究や仕事の分野によっては専門的な英語を使う場合もある。
→講師に要望を伝え、講師と自主的に学習を行ってもらう。英語力に応じてコーディネーターを交えての交流も可。授業料を徴収し、ビジネスモデルとして運用していく。

ゼミ活動内でのフィールドワークを通して、大人でも英語教育に興味を持っている人がいたり、コロナ禍が収まり外国人観光客が増えたことで対応が求められたりすることが増えてきているのではないかと思う。実際に大鰐町のカフェバー「From 0」を運営する坂本さん、津嶋さん、山本さんに伺ったお話では外国人観光客を見かける機会も出てきたという。現状では日本語を話せる外国人観光客がほとんどであるため英語の必要性は感じていないが、英語メニュー作成の提案には前向きであった。青森でも外国人観光客を呼び込みたいと考えている経営者は少なくないと感じたため、そのような人に向けて英語教育の機会を提供したり、多言語のメニューを作成したりするといった応用的な活動もできるのではないかと感じた。

青森県のインバウンド受け入れに向けた対応

<https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kkokusai/shinkanko/tachiyorishisetsu-jouhou.html> (参照 2023-12-14)

青森県では飲食店での外国人観光客に対する対応として以下のものを挙げている。

- ・メニューに写真やピクトグラムを付ける
- ・簡単な説明文を付ける
- ・算用数字を用いた値段表記
- ・多言語翻訳アプリの導入、英語対応スタッフ配置

メニュー写真の追加や値段表記の変更は比較的簡単に行うことが可能だが、個人で営業する飲食店で英語対応スタッフを配置することは難しい。また青森県においては、チェーン店でも外国人観光客に向けた対応ができている場所は多くないとフィールドワークや普段の経験から感じる。外国人観光客を増やしたい飲食店の経営者と言語、デザイン面でスキルを持った人をマッチングすることで新たなビジネスも生まれるのではないか。

また、学生の英語力向上や、英語に対する意識を高めてもらうため、アルバイトであってもある程度の外国語能力があれば、多言語対応スタッフとして、多少のインセンティブを与えるのも良いアイデアであると思う。多言語対応スタッフが在籍していることで外国人観光客は店を選ぶ際の基準や、安心材料にもなる。店側としては客単価が高くなりやすい外国人を呼び込むことができるようになる。

私はこれまで研究してきたことを発信するために、フィリピンのセブノーマル大学主催で行われた学生研究発表会に参加した。「日本人の英語力を上げるために最適な方法は何か」というテーマで、日本の英語教育の問題点を指摘し、AIを使った英語教育を提案した。去年はゼミのメンバーと協力しての発表であったが、今年は個人で準備しての参加だった。短い準備期間での発表であったが、自分の研究を海外の人にも知ってもらう良い機会になったと思う。また、フィリピンの学生の研究発表を聞いて、英語のプレゼンテーションでの効果的な伝え方や、話し方など、学ぶ点も多かった。来年はさらに良い内容の発表ができるように、これからデータの収集やプロジェクトの実践をしていきたい。

このような研究と並行して、多言語オープントークをできるような環境も整えていきたい。多言語オープントークとは、学びたい言語でマッチングして互いの言語能力向上や異文化交流を促すものである。例えば、英語を学びたい日本人と日本語を学びたいフィリピン人をマッチングする。この多言語オープントークの特徴は既存のオンライン英会話のように一方が先生や生徒とならず、両者が先生、生徒になることである。そのため金銭のやり取りなしで学びたい言語を学べる。単なる言語能力だけではなく、国際的な人材育成にも役立つ環境になると考える。

このプロジェクトを本格的に行う前段階として、ある程度範囲や年代を絞って実験的に行っていきたい。レベルの違う話者をどのようにマッチングするか、学習効果はどれほどあるのかなど考えるべきことは多いが、多くのメリットがあるため自分の研究と並行して実践していきたい。

(参考文献)

言語獲得の臨界期仮説

<https://kotobank.jp/word/%E8%A8%80%E8%AA%9E%E7%8D%B2%E5%BE%97%E3%81%AE%E8%87%A8%E7%95%8C%E6%9C%9F%E4%BB%AE%E8%AA%AC-2099761> (参照 2023-12-14)

Critical period effects in second language learning

<https://www.semanticscholar.org/paper/Critical-period-effects-in-second-language-The-of-a-Johnson-Newport/be5a30c950daa063b437f76551d8556f91605478>

(参照 2023-12-14)

英語リメディアル教育における音読指導再考

—チャンツを用いた音読練習を通して—

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jade/15/0/15_2021.04.20.01/_pdf/-char/ja

(参照 2023-12-14)

言語転移とは？日本人に間違えやすい英語がある理由

<https://englishhub.jp/sla/language-transfer> (参照 2023-12-14)

学校での英語教育はいつから始まった？ 歴史から最新事情まで紐解きます！

<https://www.meikogijuku.jp/meiko-plus/elementary-school/20220712.html>

(参照 2023-12-14)

「ALT」を知っていますか？ 全体の約3割でALTによる授業が

<https://benesse.jp/kyouiku/201212/20121217-3.html> (参照 2023-12-14)

What is the Best Way to Enhance English Skills of Japanese People?

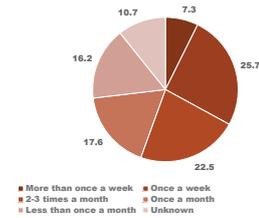
PRESENTED BY:
TAKUYA KOIZUMI

1. Japanese-style English Language Education

Problem

- Lack of study time
- Less opportunity to speak English in class
- Lack of Assistant Language Teachers(ALT)

How often do ALT come?(Elementary school)



1

3

Why Can't Japanese People Speak English?

Several aspects

- Japanese-style English Language Education
- Difference between Japanese and English
- History

2. Difference Between Japanese and English

Japanese

- 3 kinds of characters:
- Hiragana(46 letters)
- Katakana(46 letters)
- Kanji(2136 letters+)

5 vowels, 16 consonants

Word order: S+O+V

English

-26 letters(upper & lower case letters)

-15 vowels, 24 consonants

-Word order: S+V+O

◆Common Mistakes for Japanese Speaker:

light right, see she, ear year...

2

4

3. History

Prohibition of English Language Education

- 200 years of Isolationism in Edo period
- World War 2 period
- >English education became mandatory at elementary school in 2011.
(China 2001, South Korea 1997)

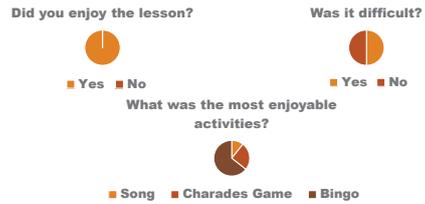
Mixture of British English and American English

- Prewar: British English
- Postwar: American English

5

Our Activities

Questionnaire results(28 students answered)



7

Our Activities

Interaction with elementary school students

- Aim to make an opportunity to learn English for children
- Stimulate curiosity in childhood
- Put importance on Speaking and Listening skills
- Song, Charades Game, Bingo Game
- Feedback from students and Teachers

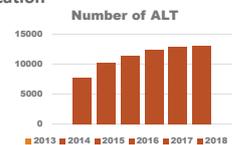


6

New Ideas

Growing Demand for English Language Education

- Foreign Tourists
- University Entrance Exam
- Employment
- Studying abroad



AI(Artificial Intelligence) is the key to success
in English Language Education

8

New Ideas

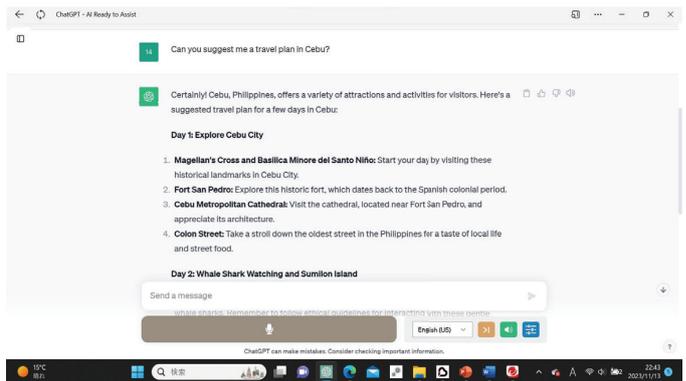
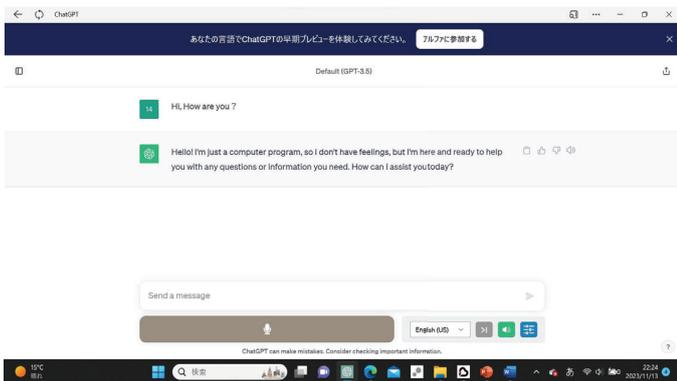
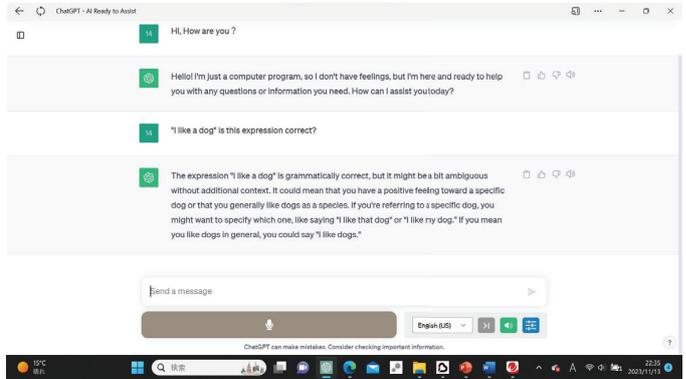
UPSIDES

- Affordable price
- Available anytime
- No need to worry about mistakes



DOWNSIDES

- Wrong information
- unsuitable for beginner



Thank You for Listening!

13

国内外に向けた効果的な情報発信

小鷹捺緑

2023年度の遠藤ゼミは、コミュニティ MICE の実践と研究の年であったとともに、個人の研究テーマについて熟考する一年となった。春学期には、「子供たちとの英語学習」をテーマにゼミ生全員でプロジェクトを計画・実施し、子供たちや先生方にアンケートを取るなどしてプロジェクトの効果について考察を深めた。秋学期にはフィールドワークで大鰐の from-0 や青森県庁を訪問し、個人が興味ある研究テーマに沿って考えをまとめた。

目次

1. 春学期のプロジェクトについて
 - 1-1. プロジェクト実施の背景
 - 1-2. プロジェクトを振り返って
2. 個人の研究テーマについて
 - 2-1. 情報発信のツールについて
 - 2-2. 各自自治体の SNS 活用成功事例
3. まとめ
4. 参考文献

1. 春学期のプロジェクトについて

私たち遠藤ゼミは春学期に「子供たちとの英語学習」をテーマにあるプロジェクトの計画を立てた。それは、小学1～3年生を対象に、歌やダンス、ゲームを通じて英語を楽しく学んでもらおうというプロジェクトである。このプロジェクトは、難しい英単語や正しい文法などにこだわらず英語に親しみを持ち、外国語を学ぶことは楽しいことなのだと思うことを目的としている。プロジェクトの内容は、英語の歌を使った簡単な英単語学習と、ジェスチャーゲーム、ビンゴの3つの項目で構成されている。夏休み期間に沖館市民センターの方々から協力をしていただき、28名の子供たちと英語学習の実践に臨んだ。プロジェクト中は、ゼミ生2人が司会を担当し、残りの5名は子供たちが座る各テーブルに1人ずつ座って補助役を務めた。英語の歌を使った英単語学習とは、歌って踊りながら簡単な英単語を学ぶといったもので、最初は私たちが歌いながら踊って見せ、二回目に歌詞の意味を説明したり子供たちに英単語を復唱してもらったりした。そして、三回目に最初はゆっくりとした速度で子供たちと一緒に踊り徐々に速度を速めていった。子供たちへの負担を減らすために一回目は元の音源より速度を落とした音源で一緒に歌ったり、模造紙に英語の歌詞、日本語の意味、英語の読み方(カタカナ)を書いて説明する時間を設けたりと工夫をした。子供たちは、私たちが英単語の説明をしているときは静かに聞き、歌を歌ったり英単語を復唱したりするときは元気な声で楽しそうに話してくれていた。ジェスチャーゲームでは、司会役のゼミ生がジェスチャーをし、各テーブルに1つ渡されたボードに子供たちが答えを記入して一斉にボードを上げて答え合わせするといったものだ。そして、答え合わせの後にジェスチャーのお題に使った英単語の日本語の意味や読み方などを説明し、子供たちに英単語を復唱してもらった。ジェスチャーゲームをするにあたって、子供たちが答えを理解しやすいように画像付きの単語カードを用いて説明した。ビンゴでは、ビンゴカード作成用の英

単語カードとビンゴのルールを知らない子供がいた場合に備えて、ビンゴのやり方について簡単に説明したプリントを配って行った。子供たちのモチベーションを上げるためジェスチャーゲームとビンゴはポイント制で、正解したチームやビンゴした子供たちに景品としてお菓子のプレゼントを用意した。プロジェクトを実施する前に公立大の遠藤ゼミ1年生に子供たち役としてシミュレーションを行った。その際に、子供たちが説明を理解しやすいようビンゴのときは前の方と一緒にビンゴをすると良いのではないかという意見や、盛り上げるためにBGMをかけるのはどうかなど多くの参考になる意見をもらった。

1-1. プロジェクト実施の背景

このプロジェクトを始めた背景として、中高生で正しい文法や単語にこだわった授業やテストによって、英語を苦手になる子供たちが増えているということを知ったことがきっかけである。私たちゼミ生の中でも英語を学ぶことに対して消極的な人、モチベーションがないといった人たちが多くいた。しかし、2022年の春学期から実践していたzoomでのセブの人たちとの交流を通して、歌いながら英語手話を覚えたりお互いの趣味について話したりしていくうちに英語への抵抗が薄れ、もっとこんな話をしたい、もっと良い英語表現はないかなど英語を学ぶモチベーションが向上していった。英語交流実施後に取ったゼミ生へのアンケートでも、「カタコトでも英語が通じると嬉しかった」、「英語は難しいものと思っていたが、楽しいものというイメージが変わった」など、セブの人たちとの英語交流が英語に対する意識の改革にプラスに働いたと思われる意見が多かった。これらの経験から、英語は単語や文法の正しさにこだわって学習するよりも、遊びも交えて学んでいったほうが継続的な学習につながるのだということを実感した。そこで、吸収力のある幼少時代から楽しく英語を学ぶことで英語に対する苦手意識を払拭し英語へのハードルを下げれば英語を学びたいという人が増えるのではないかと考えこのプロジェクトが発案された。

1-2. プロジェクトを振り返って

まず、このプロジェクトを計画するうえで様々な課題があった。その1つがどこでこのプロジェクトを実施するかであった。子供たちを相手にするプロジェクトだけに場所はかなり限られた。最初は母校である小学校にコンタクトを取るのが良いと話が出たが、ゼミ生の中で青森市内出身の者は1名しかいなかったため、小学校での実施は難しいとされた。次に市民センターなどでイベントとして実施するのはどうかと意見が出たが、許可が下りるか否か、また集客の難しさが課題であった。ほかにも実施場所の候補として五所川原駅近くのコミュニティカフェ「でる・そーれ」も意見として出た。「でる・そーれ」を実施場所とする場合、場所を貸していただく以上店側にも利益が出るよう英語学習とセットの複数のランチプランも考えた。「でる・そーれ」の方々にこのプロジェクトについて説明したところ、長期的に考えプロジェクトをうまく進められれば新たな交流場所として店が活気づくうえ、五所川原で英語に精通した若者の育成に期待ができると賛同してくださった。しかし、「でる・そーれ」周辺に小学校などはなく、どうやって子供たちを「でる・そーれ」まで連れてくるか移動面での課題が見つかり、「でる・そーれ」でのプロジェクト実施は断念することになった。最終的に市民センターか児童館で実施するのが一番良いと意見が出たところ、ゼミ生が過去に行っていた市民センターとコンタクトが取れ、プロジェクトの実施を許可していただいた。このようにプロジェクトの実施場所の決定までにどうやって子供たちを呼び込むか、移動手段や集客方法など多くの課題に直面し、計画にかなりの時間がかかっ

た。しかし、自分たちがプロジェクトを計画し実施する立場になって、イベントの開催がいかに大変なことなのかを知ることができた。

プロジェクトを実施して、ほとんどの子供たちが楽しかったと言ってくれて嬉しかった。また、アンケートでは難易度について簡単だったと答えた子供は14人、難しかったと答えた子供は14人とちょうど半分に割れた。この結果から考察すると、英語の授業を受け始めた3年生にとっては比較的簡単と感じる子が多く、まだ英語の授業を受けたことがない1・2年生にとっては難しく感じたのではないかと思われる。しかし、読み書きの点では難しい単語もあり、とくにビンゴカードを書くときはほとんどの子供たちが時間をかけながらも英語で書いてくれたため良い勉強になったと思う。このプロジェクトの内容は、全体的に「話す・読む・書く」の練習が効率的にできたと感じる。また、子供たちが積極的に英単語の意味を質問してきてくれたり、「これは英語でなんていうんですか？」と聞いたりしてきてくれて、自分が思っていた以上に英語学習に意欲的な子供が多いと感じた。

2. 個人の研究テーマについて

ここからは今までのゼミ活動を通して私が個人的に興味を持ち、研究したいと思った内容について述べる。まず、私は情報発信について興味があり、「地域活性化と情報発信」をテーマに自身の地元、青森の魅力を国内外に効果的に発信するにはどうすればよいか研究を進めている。これまでのゼミ活動で、フィールドワークとして大鰐や五所川原などさまざまな場所に出向き、地域の活性化のために独自の活動をしている人たちと会って今まで知らなかった青森の魅力に気づくことが多々あった。そうした魅力を県外もしくは国外の人たちに伝えることができれば、より地域の活性化につながると思いこのテーマを研究している。

最近まで私は、興味があることや分からないことなどがあって調べるときに SNS を使って情報を得ている人の方が圧倒的に多いのだと思っていた。だから Web サイトからの情報発信よりも Instagram や Facebook などに注力した方が情報発信の効果は得られやすいのではないかと考えていた。しかし、ハコレコドットコム株式会社の青森オフィスにフィールドワークで訪問した際、山田さんから情報蓄積型である Web サイトの需要はこの先もなくなることはないとお話を聞き、Web サイトの重要性に気づかされた。Web サイトに詳細な情報が載っていたり、情報が定期的に更新されていたりすると信頼性の獲得につながる。さらに、Instagram や Facebook のアカウントは持っていて定期的に投稿しているものの、Web サイトは開設していなかったり更新が止まっていたりすると、Google や Yahoo! の検索エンジンからの集客が見込めずもったいないと山田さんはおっしゃっていた。とくに、年代が上がるにつれ検索エンジンから情報を探す人の割合は高くなる。Instagram や X (旧 Twitter) などは、リアルタイムな情報を発信するのに適したツールで、Web サイトは詳細な情報を知りたいときに便利なツールである。人気かどうかにかかわらずそれぞれが特徴を持っており、利用者が状況に合わせて使い分ける。フィールドワークでの山田さんのお話から、情報を効果的に発信するにはただトレンドに沿ってアピールするだけでなく、フロー型とストック型の2つの性質をうまく組み合わせながら情報発信のツールを使いこなすことが重要なのだと気付くことができた。ここで一度整理しておくが、情報発信のツールは大きく2つの性質に分けられる。1つはフロー型で、これはトレンド性や速報性のある情報によって短期的な集客を獲得するタイプの情報発信のことである。フロー型はコンテンツの寿命が短い反面、情報発信のハードルが低く継続的に運用しやすいというメリットがある。Instagram や

Line などがフロー型に分類される。もう1つがストック型で、これは一度発信した情報が継続的な集客力につながるタイプの情報発信のことである。ストック型はコンテンツ1つ1つの集客力はそれほど大きくないが、情報発信を継続していくことで集客コンテンツが積み重なり、最終的に非常に大きな集客を獲得することができる。ブログやYouTubeなどがストック型に分類される。

人は知りたい情報に合わせて検索ツールを使い分けたり、また年齢によって利用するツールが異なったりすることが分かった。では、観光情報の場合はどうだろうか。訪日外国人を例に考えてみる。コロナ前は青森県のインバウンド促進により海外観光客が増えつつあった。初めて青森に観光に来るとなれば、おすすめの観光スポットや青森の有名なものなどについて知りたいはずである。そうしたときにどこから情報を得ているのか調べてみたところ、動画サイトやSNS、個人のブログ、日本政府観光局ホームページなどから情報を得ていることが分かった。(国土交通省 観光庁 訪日外国人の消費動向調査「出発前に役に立った旅行情報源」p23)より参照)私は観光庁が行った訪日外国人の消費動向調査の結果を見て、日本政府観光局や旅行会社のホームページよりも個人ブログの情報の方が役立ったと回答している人の割合が高い点に注目した。これは、個人ブログには観光経験者の率直な意見、現地のリアルな情報が載っているため、このような結果になったのではないかと考えた。また、国別で情報収集源が異なるようで東南アジアではSNSで情報収集している人が多く、北米では個人ブログや口コミなどで情報を得ている人が多いことが分かった。SNS以外にもWebサイトから観光情報を得ている人はかなり多いことに気づいた。一方で2年生のフィールドワークで、from-0やでる・そーれなどのさまざまな飲食店を訪問して、青森の飲食店に外国語に対応したHPが少ないことにも気づいていた。ブログや口コミから観光場所を探している人へ青森の魅力ある観光スポット情報を届けるとなると、InstagramなどのSNSからの発信だけでは不十分だと分かった。青森県の海外観光客を増やすためにも、多言語に対応した分かりやすいWebサイト情報の発信が必要だと考えた。私はwebデザインにも着目して、どのような構成、言葉遣いが分かりやすいのか、海外観光客はどんな情報を求めているのか知りたいと思った。そこで参考として、海外観光客に向けて情報発信している自治体や飲食店はないか調べることにした。

その前に基本的な知識として各SNSについて、情報を発信する際のメリット・デメリット、特徴などをまとめた。

2-1. 情報発信のツールについて

現代はFacebookやInstagramなどの情報発信ツールが充実しており、これらのツールを使って、年齢、職業、立場関係なくいつでも情報を発信することができる。しかし、それぞれのツールには特徴があり、発信したい内容によっては使い分けが必要なこともある。下に主なSNSの特徴についてまとめた表がある。ここでいうSNSは、Webサイト、Instagram、Facebook、X(旧Twitter)、YouTube、TikTokの6つに絞っている。まず、Webサイト、Instagram、Facebookの3つについてまとめた図表1に注目する。

〈各 SNS の特徴 図表 1〉

Webサイト	Instagram	Facebook
 <ul style="list-style-type: none"> ・ユーザー層を問わず集客が可能なツール ・検索エンジンからの流入だけでなく、ほかのSNSと組み合わせて運用すると効果的 	 <ul style="list-style-type: none"> ・写真や動画がメインとなるため、言語の異なる海外にも魅力を伝えやすい ・ファッションや飲食店などビジュアルが魅力の商材と相性が良い 	 <ul style="list-style-type: none"> ・世界最大級のSNSで、BtoBに利用しやすい ・意味のある交流がなされた投稿が優先的に表示されるため、エンゲージメント獲得を意識すると効果的

※エンゲージメント…深いつながりを持った関係性のこと

Web サイトで情報を発信する場合、ブログであれば「はてなブログ」や「アメブロ」など多くの無料サービスがあるため、Web サイト制作の知識があまりない初心者の方でもお試しで始めやすいのが特徴である。また、少し難易度は上がるが「WordPress」と呼ばれるサイト作成ツールを利用すれば、オリジナリティあるサイトを作ることができる。これらを使って実際にブログを更新し、情報を発信している一般の人々が多くいる。私はこれまで、青森県に観光に来た海外観光客が更新しているブログを何度か見たことがある。そのブログでは、青森のここがよかった・興味深かった、青森のこれが美味しかったなど、観光客目線で感じたことを発信していた。中には、観光施設でのコミュニケーションの取りにくさや英語表示の分かりにくさなどを指摘したマイナスな意見や手厳しい意見もあったが、そうした情報も初めて訪れる観光客にとっては重要な情報になりえるかもしれないため、貴重な情報の1つである。情報を発信する側は、受け手に良い印象を持ってもらいたいという思いから魅力的な情報だけを発信することが多いが、どんな地域・場所にも改善点や不便とを感じるもの・ことはあるものだ。実際に訪れたときに、確かに宣伝通りこれは魅力的であったが、ここが不便だったもしくはこれがあると役立つなどという現地に行ったからこそわかる情報がマイナスな意見に含まれているのではないかと考える。

次に X (旧 Twitter)、YouTube、TikTok の3 つについてまとめた図表 2 に注目する。

〈各 SNS の特徴 図表 2〉

X (旧Twitter)	YouTube	TikTok
 <ul style="list-style-type: none"> ・幅広いユーザー層で拡散性や流動性の高い情報発信ツール ・多くのジャンルで活用可能 	 <ul style="list-style-type: none"> ・活用するには一定の動画編集スキルや運用リソースが必要 ・若年層から高齢層まで幅広く利用されている 	 <ul style="list-style-type: none"> ・動画を使った情報発信ツールとしては比較的手軽に活用できる ・若年層に向けた情報発信ならおすすめ

TikTokには動画作成用のBGMや加工ツールなどがサービス内に備わっており、YouTubeよりも動画作成のハードルが低い。そのため、動画を使った情報発信ツールとしては手軽に利用できるのが特徴である。ただし、現在各国でTikTokの利用を禁止する動きが広がっていることが注意点である。2022年12月に出た不正アクセスの件で、中国政府がTikTokを通してユーザーデータにアクセスしている可能性があるとして各政府機関の政府端末でTikTokの利用を禁止する法案が可決された。2023年に入ってからベルギー、イギリス、カナダ、フランスなどおよそ10か国で政府支給端末や政府関連端末での同アプリの利用が禁止されている。各国のTikTok利用状況については図表3で示した通りだ。

〈各国のTikTok利用状況 図表3〉

	アメリカ（他イギリス、カナダ、フランスなど10カ国）	インド	台湾
TikTokの利用制限	・政府支給端末や政府関連端末での利用禁止 ・アメリカモンタナ州では個人端末での使用禁止	・すべての国民が事実上半永久的に利用できない状態	・民間での使用全面禁止も視野に入れていることを発表

アメリカの一部の大学では、学生が学校のインターネットを通じてTikTokにアクセスできないように制限されている。また、2023年5月時点では、全米で大学30校以上が学校のWi-Fiネットワークを通じたTikTokへのアクセスを禁止している。2024年度1月からアメリカモンタナ州ではTikTokの個人端末での使用を禁止し、アプリをダウンロードした場合、罰金などの罰則が科される。もしこの先個人端末でのTikTokの利用が各国で制限されるとなると、世界利用者数10億人以上（2023年9月時点）の人気アプリだけに民間・企業ともに与える影響は大きいと考えられる。今のところ日本ではTikTokの利用制限などの動きは見られないものの、これらの状況を見るに、今後海外観光客を対象とした情報を発信する際はTikTokはあまり効果を期待できないツールになっていくのではないかと予想する。とくに、青森県の訪日観光客数の割合のうち最も高い割合を占める台湾でTikTokの利用が禁止となった場合、ほかのSNSから青森の観光情報を発信しなければ伝わらない。そうなれば、FacebookやInstagramなどのTikTokに代わる情報発信のツールを使いこなせることが重要になってくる。動画作成の手軽さが魅力の1つであるTikTokで情報発信ができなくなる場合、2021年にリリースされたショート動画機能「YouTube ショート」がTikTokのような活用ができることから重要視されていくのではないかと考える。

2-2. 各自治体のSNS活用成功事例

ここで国内の各自治体のSNSを活用して成功した事例を紹介する。

I. 高知県の海外観光客向け観光情報サイト

高知県の観光情報サイトでは、アジア・東南アジア圏からの観光客を主なターゲットとし、英語、中国語、韓国語、タイ語の4か国語で対応している。記事の執筆や写真撮影の依頼は高知県在住の英語ネイティブの方に依頼している。また、サイトの情報には訪日外国人に実際にヒアリングを行い、生のデータを取り入れている。訪日外国人のヒアリングデータを取り入れている点から、観光客がどんな情報を求めているかをよく理解してサイトが作られているのが分かる。また、記事の執筆や写真撮影を高知県在住のネイティブの方に依頼する

ことで、高知に住んでいるからこそわかる魅力を記事や写真にうまく反映できるのだろうと考える。

II. 和食料亭がんこの情報発信

関西・関東を中心に店舗を展開する和食料亭がんこは、訪日中国人をターゲットに中国独自の SNS を活用している。中国で圧倒的人気を誇る SNS「Weibo（ウェイボー/微博）」の公式アカウントを開設することで、訪日中国人の獲得に成功した。Weibo は X（旧 Twitter）と Facebook を組み合わせたような機能が実装されているのが特徴の SNS である。この事例を知って、使い慣れた SNS での発信だけでなく、海外で人気の SNS に注目し、積極的に観光客を呼び込もうという姿勢は大胆に思えた。世界的に人気の SNS はあっても、国や言語によって SNS の利用率の高さは異なってくる。情報を誰に届けるかターゲットを見据えたときに、国や地域ごとの SNS の利用率が分かっているればより確実に情報を届けることができ、集客力アップにつながる。和食料亭がんこの事例を知って、自身が使い慣れた SNS だけでなく他国で人気の SNS にも注目しようと思った。

III. 和歌山県の自治体

和歌山県は、3つの Instagram アカウントを使い分けて情報発信している。観光振興課・広報課・食品流通課がそれぞれ運営しており、アカウントの目的とコンセプトを明確に分けている。アカウントを分けることで、目的に沿った統一されたコンセプトの情報を発信することができる。「地域活性化」を目的とした情報発信の場合、イベントや観光地情報、移住者情報などそれぞれジャンルの違う情報を発信する必要がある。それらを 1 つのアカウントで行うと、情報過多に加えてコンセプトの一貫性が損なわれるなどの問題が出てくる。そうした問題を解消しつつ、課ごとにアカウントを分けることで、投稿のタイミングや数、コンセプトなど他の課に気を遣う必要がなくなるこの手法は、より多くのユーザーに見てもらうことが可能となる。

IV. 神奈川県葉山町の自治体

神奈川県葉山町は、転出超過の状況を改善しようと 2015 年 6 月に Instagram の公式アカウントを開設した。「#葉山歩き」のハッシュタグを設け、町の魅力が伝わる投稿を促したところ「住みたい」との声が増加した。その後転入者はプラスに転じ、以降も転入超過を維持するといった状況にまで達成した。現在、フォロワー数は 3 万 7000 人超で全国の自治体でもトップクラスの人気ぶりである。独自のハッシュタグを作り拡散させることで葉山町の認知度が高まり、それに加えて葉山の美しい写真や映像を発信することで葉山町をまったく知らない人にも知っている人にもどちらにも魅力が伝わるため、Instagram の機能をうまく活用している事例の 1 つである。

各自治体の SNS 活用事例を調べて、成功している事例は誰に情報を伝えたいかが明確で、SNS の特徴をおさえつつターゲットが何を求めているのかしっかりと分析できているところが共通していると分かった。

3. まとめ

1 年間のゼミを振り返って、プロジェクトの実施を通してさまざまな課題に直面すること

が多かったが、同時に新しい発見や知識の習得も多かった。これまでの活動で得た知見を卒業研究に活かしつつ、今後も情報発信に関する資料を読み込んでまとめていきたい。

今後の計画としては、海外のサイトを分析(どんな構成か、色使い)して、英語のWebサイトを制作してみたいと考えている。もしくは、地元の魅力をSNSで発信している人たちの投稿を分析し、どんな発信方法がより魅力が伝わっているのか、どれだけ多くの人たちに注目されているのかなどを分析し考察を深めたい。今のところ、ネット上での情報から知識を得ることが多いので、卒論をまとめる際は自身が興味ある研究分野の著書を読むなどして、レポートの内容を充実させていきたい。

〈参考文献〉

国土交通省 観光庁 「訪日外国人の消費動向調査 2023年 1-3月期 報告書」
(2023年 11月 15日閲覧)

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/content/001615363.pdf>

情報発信のツールについて (2023年 10月 24日閲覧)

<https://bmb.jp/maildeliver/spread-information-tool>

海外観光客誘致 SNS成功事例 (2023年 10月 24日閲覧)

<https://www.nttcoms.com/service/social/column/inbound-sns/>

各自治体のSNS活用事例 (2023年 10月 24日閲覧)

<https://help-you.me/blog/sns-admin/>

SNS種類別 自治体の地域活性化成功事例 (2023年 10月 24日閲覧)

<https://www.macs-chiba.co.jp/machiokoshi/column/4-merit-sns/>

訪日外国人の情報収集方法 (2023年 11月 15日閲覧)

<https://yamatogokoro.jp/report/49776/>

SNS種類別の世界の利用者数 (2023年 11月 19日閲覧)

<https://find-model.jp/insta-lab/sns-users/#:~:text=2023%E5%B9%B4%E6%9C%88%E7%8F%BE%E5%9C%A8,%E5%8B%95%E7%94%BB%E3%82%92%E6%8A%95%E7%A8%BF%E5%8F%AF%E8%83%BD%E3%81%AB%E3%80%82>

空き家問題の現状とこれから

豊田 彩音

目次

1. 春学期の取り組み
2. 個人の研究について
 - (1)空き家について
 - (2)フィールドワーク
- cafe & asobiba 4-6 さん
- Cafe & Bar From 0 さん
- 公益社団法人 青森県観光国際交流機構 専務理事 秋田 佳紀さんのヒアリング
3. 今後の取り組み

1. 沖館市民センター 英語イベント

小学生に、英語に親しんでもらう機会を作るため英語の歌やゲームを一緒に行った。今回の対象は1年生～3年生である。全体的な感想としては、自分達が思っていたよりも楽しんでくれていた様子で嬉しかった。

まず、私が手助けをしていたグループの中での様子を述べる。ベイビーシャークは聞いたことがある子が多く、「知ってる！」とみんな楽しそうに踊ってくれていた。歌詞も、意味を確認しながら歌ってくれていた。ジェスチャーゲームでは、グループの中で分かった子と分からなかった子が居たが、全員で協力して正解を導くことができていた。どのグループも全問正解だったことには驚いた。ホワイトボードに答えを書く子、ホワイトボードを上に掲げる子を一問ごとに変えていて、普段もこのような機会があったらみんなが活躍できるようにしているのかなと感じた。ジェスチャーを行ったのは今回は大学生であったが、次の機会があれば、小学生達にやってみてもらえるようにすることもいいなと思った。ビンゴでは、単語を16個自分で選んで紙に書くのだが、英語で単語を書いていた子、日本語で書いていた子、書けそうなものは英語で書いていた子など様々であった。自分で語群シートを見ながら全て英語で埋め、さらに日本語の意味を英単語の上にも書いている子もいて、英語学習としての効果を強く感じた。手助けをしながら全員がビンゴカードを埋めることができた。ビンゴゲームが始まって、出たものに丸をつけていく際には、選ばれた単語が自分のシートにあるかどうかを探すのに苦戦している子がいた。チェック漏れが無いように、グループ全員のビンゴカードを確認しながら回ることができた。前で司会が掲げている単語を、自分が書いたかどうか分かっていない子がいたため、一緒に探してあげた。やはり、イラストと単語そのもの、そして日本語での意味を共通化して理解することには時間がかかるなと思った。

アンケートの内容を簡単にまとめると、今回の英語学習について楽しかった、これからは勉強したい、もっとやりたいという声が多く見られた。しかし、英語学習の難易度について、難しかったと答えた子が思っていたよりも多かった。学年の差があるため、難易度にばらつきが出てしまったのかなと思う。難しいと答えた子に対して、どのような場面で難しいと感じたのかについて聞くことができていたら、より難しいと感じた子に寄り添える内容を考えていくことができたのかなと思う。英語に関する知識は人それぞれであり、それは小学生

だけでなく私達大学生においても言えることである。難しいと感じる原因を見つけ、その部分をどのように理解していくか、身につけていくかを考えなければ中々英語に対する難しいという感情は無くならないのかなと思った。

英語に親しむためには、やはり普段から英語に触れることが大切だと考える。「英語の勉強」と考えるのではなく、日常生活の一部を英語に変えてみたり、少しでも話してみたりすることでより身近なものとなる。一度のゼミの英語学習だけではどれほどまで習慣化することができるか分からないが、今回参加してくれた小学生の皆には少しでも英語について普段から意識してくれるようになればと思う。自分もまだ、英語に対して難しいと感じてしまっている・苦手意識を持ってしまっているため、日常生活の中にある何気ない英語に目を向けてみたいと思う。

準備期間

イベントというものを開催することについて、準備段階での難しさ、そして実際に開催して学ぶことがたくさんあった。

高校生の時、友人と2人で企画したイベントでも小学生を対象としたものであった。そのイベントでは高齢者と小学生の交流を促し、お互いの存在を気にかけることに重点を置いていた。そのため老人ホームの一室を借り、その施設で生活をする方に参加をしていただいた。イベントの内容を考え、場所を考え、日時を考え、と決めなければならないことが沢山あり大変だったが、やはり参加者を集めることが一番難しかったように感じる。高校時のイベントでは、地域の小学校に実際に足を運び、ポスターを貼っていただけのようにお願いしに行き、ネット上の応募フォームを用いて参加者を募った。しかし、ポスターだけでは応募フォームにまで来てくれる人が少なく、実際ポスターによる集客は少なかった。そこで私と友人の母校へ行き、対象学年の生徒の前で宣伝を行った。今回は沖館市民センターの方々に協力していただき、夏休み中の小学生を集めていただくことができた。自分に縁のない土地や、コネクションが全く無い状態で人を集めるということはとても難しいものであると改めて感じた。地域では様々なイベントが行われており、街を盛り上げるための取り組みとして素晴らしいものである。しかし、開催までには沢山の時間が費やされており、誰が主催しているのか、どのような準備がされているのかについて私達は知る機会が無かった。高校生の時に参加した能代市役所のインターンシップで、イベントの準備を手伝うことがあった。市役所の方が地域の店をまわって材料を確保したり、訪れた店の方とお話をしていたりした。私はインターンシップでそのイベントを初めて知った。宣伝のチラシがあり、インターンシップの際に貰ったが普段生活している中で貰うことはできるのだろうかと思った。イベントを開催しているも、私達が知らないものは沢山ある。今では、ネット上で宣伝をすることも増えてきているが、検索しようと思うきっかけ作りやネットを使いこなせないお年寄りへの対応などを考えていく必要があるなと思った。

今回のイベントでは、五所川原駅近くのコミュニティカフェ「でる・そーれ」でこのイベントを行う話も出ていたが、小学生の交通手段について安全性を確保することが難しかったり、お店の営業時間との兼ね合いが上手くいかなかったりしたため、今回は市民センターで行うことになった。店を拠点にしたコミュニティマイスのモデルや、さらに発展させてビジネスへと繋げていくことができるかについて個人的に考えてみたいと思った。

2. 個人の研究

私は、地域活性化とはどのようなものを言うのか、地域をどのように盛り上げていくことができるかについて興味を持っている。これらについて知識を持つことは、将来自分がどのように地域に関わりたいか、貢献していくことができそうかについて考える際に役立つと思う。

(1)私は秋田県庁のインターンシップに参加した。あきた未来創造部の地域づくり推進課でインターンシップを行い、その際に県庁の事業内容や実際に外へ出て地域の方のお話を聞く機会があった。地域づくり推進課では空き家問題や若者の活躍の場を広げる事業を行っていた。今回、特に空き家問題について学んだことを述べる。

空き家問題について、秋田県のみならず全国、そして世界でも注目されている。少子高齢化や人口減少が進み、各地で空き家が増加している。秋田県内で見てみると空き家は、20年間で1.5倍以上増加している。所有者が老人ホーム等へ入居したり、親族の家を相続したりと原因は様々である。空き家になってしまうと敷地の老廃や建物の老朽化が加速し危険な状態になりがちである。子供たちや地域のために空き家を持っている人や相続人は早めの対応が必要なのである。空き家を適切に管理しないことによるリスクはいくつか挙げられる。まず維持費用である。誰も住んでいなくても出費が発生する。都会に比べると土地代が安いので、解体や修繕の費用を考えると土地代と固定資産税の方が安いと考えてしまうことがある。次に老朽化・積雪などにより近隣を巻き込んだ重大事故に繋がるということである。また不法侵入・占拠、放火などの犯罪の温床となってしまうこと、害獣・害虫被害の拡散源となり衛生環境の悪化へ繋がる。空き家の現状を確認し、適切な管理や利活用について考えていかなければ問題は一向に解決しない。

空き家の発生を抑えるためには主に4つのアクションがある。一つ目は管理である。空き家をどうするのか決まらないときは、適切に管理する必要がある。二つ目は売却・賃貸である。空き家を売りたい・貸したいと考えているときは不動産事業者に相談する他、空き家バンクに登録するなどの方法もある。三つ目は改修である。リフォームやリノベーションにより所有者が居住する他、賃貸、店舗利用など活用の幅が広がる。四つ目は解体である。利活用の予定がないときには周囲に危険を及ぼさないために解体することも選択肢の一つである。

秋田県では、空き家相談会というものを今年から開催する。空き家を所有している方や自宅などが空き家となる見込みのある方を対象に、不動産事業者や司法書士などの専門家がアドバイスを行うものである。県北、県央、県南それぞれいくつか会場を設け、8月中旬から11月末にかけて開催される。能代市でも10月1日に開催される予定である。昨年、試験的に空き家相談会を行った際には、能代会場はほぼ満席だったそうである。能代市では、かつて店で賑わっていたが今はほぼ使われていないシャッター街と呼ばれる通りがある。何とか活用したいと考えていても所有者の同意がなければ何もできない。所有者は別の場所に住んでいるということもあり、空き家の増加が目につかず問題意識が低いということが課題である。

今回、空き家問題について自分が思っているよりも手が付けにくく、解決が難しいもので

あるということを学んだ。難しいものでも解決へ向けて動いている人達がいる。今後具体的な事例を調べ、空き家についてさらに知識を深めていきたいと思う。

【空き家について】

空き家対策の処方箋 利・活用で地域・都市は甦る！（玉木賢明 株式会社 日本地域社会研究所 2017年10月17日 第1刷発行）より引用

平成27年2月26日に、空家等対策の推進に関する特別措置法（略して空家対策特措法）が施行された。その立法背景を見てみる。総務省の調査によると、空き家は年々増加している。平成25年時点で全国に約820万戸、空き家率は約13.5%である。空き家の増加の傾向は地方だけに限ったものではなく、都市部においても同様である。空き家の増加は少子高齢化が大きな原因の1つとなっている。いずれにしても、このような空き家を将来においても放置することは、防災や衛生の点で問題があることは明らかである。地域の住民の生活環境に深刻な影響を与えかねないものである。

「空き家」と一言と言っても、知っておかなければならないのは「空家等」と呼ばれるものと、「特定空家等」と呼ばれるものがあり区別する必要があるということである。空家対策特措法上、「空家等」とは建築物、または、これに附属する工作物であって、居住、その他の使用がなされていないことが常態であるもの、および、その敷地（立木、その他の土地に定着する物を含む）とされている。一方「特定空家等」とはそのまま放置すれば倒壊など著しく保安上危険となるおそれのある状態。著しく衛生上有害となるおそれのある状態。適切な管理が行われていないことにより、著しく景観を損なっている状態。その他周辺的生活環境の保全を図るために放置することが不適切である状態にある、と認められる空き家等と定義されている。平たく言うと、特定空家等は、廃屋であり、それまでに至らないのが空家等と捉えてよい。空家が特定空家とみなされる段階になってしまうと、特定の手続きを経て、取り壊し（除却）が許されることになる。空き家の様相については、まだ使用できる空き家から倒壊の恐れがある空き家までであるということであり、その段階（レベル）に応じて臨機応変な対応が求められる。

空き家の活用法について、各地での事例を見ていく。まず、滋賀県多賀町では少子高齢化が進んでいる地域の活力維持、向上をめざして集落の空き家を改修して地域の交流施設、地元大学生の学生寮として活用しているようである。次に徳島県三好市では、古民家を滞在型体験施設に改修し、NPO法人が管理運営しているとのことである。これはコンバージョンであり、リノベーションでもある。新潟県三条市では、特色あるまちなみ保全を通して、地域の賑わい創出、町中への移住促進につなげることを目的に歴史的建造物を改修し、創造活動支援施設を開設したとのことである。これらの他にも、民泊、シェアハウスや有料老人ホーム、保育所としての活用も見られる。「空き家」になった途端、それを直ちに利・活用する、という決断はなかなかできないかもしれない。経済的な事情や相続人としての悩みなどがあるかもしれないが、いずれにしても「処分できない」状態が続く場合にどうするか、ということが問題になる。

(2) フィールドワーク

【cafe & asobiba 4-6】

9/16(土)に、能代市の元町にある cafe & asobiba 4-6 (カフェとアソビバ よんのろく)さんを訪れた。ここは、元々酒屋だった場所をイノベーションした場所である。子供が広いスペースで遊びまわり、親がカフェでくつろぐということを考えられて作られた。

リノベーションに取り組んだのは、「合同会社 のしろ家守舎」のメンバーの1人である湊 哲一さん。私は湊さんに直接お話を聞かせて頂くことができた。

まず、自分が実際に行った際の感想である。

店に入った瞬間、独特な形のテーブルが目についた。これはお客さん同士の距離を近くも、遠くもすることができる。新たな出会いが生まれたり、一人の空間を生み出したりすることも可能なようにと考えられたデザインであるとのことであった。木が店内の所々に使用されていて暖かい印象だった。オリジナル商品を購入することもでき、自家焙煎オリジナルブレンドコーヒーや手作りお菓子などを購入した。

また、地元のモノを使った商品の販売をしているコーナーがあり、自分が知らなかった地域の魅力に気がつくところがあった。新しい物に出会えるワクワクが味わうことができた。

実際にお話を伺った際には、事前に聞きたかった質問に答えて頂いた。

以下はその質問とその答えである。

・来るお客さんの層は？

若い人はもちろん、思っていたよりお年寄りも来る。外から店の中が見えにくく、店の前に入るか迷っている人がお年寄りに多い。

→湊さんが直接声をかけ、来店を促すこともあった。

・どこから来る人が多いか

能代市の人が多いが、秋田市や、八戸市、山形などからも訪れることがある。

・外国の方がお店を訪れることはあるか

スラムダンク効果によって、台湾や韓国、中国からのお客さんが見られた。

・湊さんはもともとカフェをやりたいと考えていたのか？

関東の大学へ行き、6年間くらい家具作りをしていた。

能代市で家具を作りたいと戻ってきたが、人が居なくて寂しかった(湊さんは畠町出身)。

そこで、2019年に秋田県主催の勉強会「動き出す商店街プロジェクト」に参加し、畠町商店街を「歩く風景」として盛り上げたいとカフェを考えた。

もともとは「あそびば」メインだった。

・リノベーションの際に大変だったこと

もともと「マルヒコビルジング」だった

→雨漏りがとても酷かった。

元々の大家さんは90歳のおばあちゃん。初めはリノベーションに猛反対だったらしいがその後説得し、今では応援してくれているらしい。

湊さんのお話によると、今、新たにコワーキングスペースを作りたいという人がいて、畠町で場所を探しているとのことであった。

また、畠町再開発の案も出ている。畠町再開発事業に取り組んでいるのは「畠町第一地区再開発準備組合」というところである。カフェがある場所は町内が変わっており、カフェ自体はその準備組合には含まれていない。別々な動きではあるが今後の将来を考えた際には連動も検討したいと話しているそうである。湊さんはこの再開発事業について、行動することはとても大事なことであるが全く新しいモノばかり作っても、人が来るかどうかということに心配していた。再開発もしつつ古いものも残していきたい、もともとの能代市の姿が全く無くなってしまふのはどうかと、このバランスが難しいと仰っていた。

湊さんは、畠町は駐車場が少ないのも問題であると仰っていた。実際、畠町商店街を見てもみると車道を挟んで店が向かい合う形で並んでいる。そのためゆっくり歩いて見て回ることには向いていない（反対側へ行くには横断歩道を渡らなければならない）。今は車で移動する人がほとんどであるため、駐車場が必須なのであるが、店や空き家が連なっているため駐車場がほとんど無い。店が3つくらい並ぶと、店同士の距離が近くなるため歩いて行ってみようかなという人が増えるという、「歩く風景」が生まれるきっかけとなる。湊さんはこの「歩く風景」というものを目指しているそうである。

能代市では『のしろいち』というマルシェを行っており、第一回は2021年の10月30日（土）に開催された。一番最近では2023年10月29日にも開催され、それは5回目の開催となる。1988年から開催されてきた市の一大イベントである『おなごりフェスティバル』が運営スタッフの人手不足により2019年の夏に廃止になってしまった。街から賑わいや地域交流の場が失われつつあった。そんななか『のしろいち』が新たにスタートし、「帰ってきた 大通り歩行者天国」と賑わいを取り戻す取り組みとして続けられている。当日は12:00～21:00まで通行止めとし、大通りにキッチンカーが集結したり音楽ライブやダンスステージイベントなども行われたりした。また、バスケットの街らしく3×3バスケットイベントも行われた。畠町に足を運ぶきっかけになる、とても素敵な取り組みであるなど思った。会場は能代駅前商店街～畠町大通りとなっており、地元の方はもちろん、駅を訪れた方が街中に入ってもらうために効果的な手段であるなど思った。おなごりフェスティバルが無くなってしまった今、人々のコミュニケーションの場を守り、能代の代表的なイベントとなるために今後も続いてほしいなど思った。

湊さんに能代市の課題や今後どのような姿になってほしいかについてお話を伺った。まず課題について、「昔は賑やかでパワーが凄かったが、今は中心市街地のドーナツ化によって一番元気のない所になってしまっている」と仰っていた。今後については、「どこの町でもそうだと思うが、全ての場所にインフラ整備などが人口減少や予算削減などでできなくなってしまうと考えると駅前畠町を中心にコンパクトな街づくりを行っていく必要があると思う。行政や私達民間も少し先の未来を見据えながら街づくりを行なっていけたらなど思っています」と仰っていた。

自分自身、小学校や中学校、高校の学習で畠町商店街の現状を学んでいたため課題があるということは知っていた。しかし実際どうするべきかについて、このままでは良く無いと分かっていても行動に移すことはとても難しいことであるなど感じている。今後の畠町商店街、能代市の未来を守るために再開発事業の動きや前向きな取り組みについて情報を入手し、自分も力になることをしたいなど思った。

【Cafe & Bar From 0】

青森県南部津軽郡大鰐町にある Cafe & Bar From 0（フロムオー）さん。

JR 大鰐温泉駅すぐ近くの空き店舗を改修し出店へと繋げた。From 0 を経営する「ワンダーワンド」さんは、2023 年 9 月 17 日（日）に空き家空き店舗活用イベント『わぁんどすとリーと』を初開催した。イベントを開催するにあたり、まちづくり事業の一環として街の単独予算 50 万円を受けて準備を行った。フィールドワークでは実際に大鰐町へ行き、実際にイベントが行われた場所を歩いたり From 0 さんでお話を聞いたりした。

大鰐温泉駅から真っ直ぐ続く大鰐町の商店街を使い、約 800m ものルートの間にはキッチンカーやワークショップ、屋台などが約 30 店舗並んでいたそうである。イベント当日は行くことができなかったが、当日どのような通りで行われたのか歩いてみた。感想として、800m のコースはゆっくり歩くことができ、自然の風景に触れながらマルシェを楽しむことができそうだなと思った。歩道が広くなかったため基本的に一列で歩き、車が通ると少し怖いなと思った。

From 0 さんでは、イベントまでのお話や当日の様子を伺った。

質問の内容と答え

・どのくらい的人数が訪れたか、またどこから来ていたのか

当日は約 1500 人ほど訪れた。

町内の方はもちろん、車や弘南鉄道を利用して町外からも沢山の方が訪れた。

・訪れた方の年齢層

お年寄りの方はほとんど町内の方であった。

車を利用して家族連れが町外からも訪れた。

・イベントを開催するに当たって大変だったこと

誰も住んでいない物件は持ち主が分からないため連絡を取ることが難しかった。また大家さんの物置になっていることが多く、自分達で無料で片付けるということも考えていた。

出店してくれる方を探すことが難しく、インスタグラムで繋がっている方に声をかけたりした。

・出店してくださったお店はどこにあるお店か

大鰐町のお店もあるが、ほとんどが町外のお店であった。弘前などからも来てくれた。

実際に開催してみて課題も見られたとのことである。まず、当日イベントスタッフとしてボランティアを学生にしてもらったが、情報伝達がうまくいかなかったとのことであった。さらに 800m のコースであるためシフト制にした際に移動の大変さが見られたと言う。また、車の規制に関して、商店街で普段通り仕事している方々がいるため完全に規制してしまうということが難しかったと仰っていた。日曜日で元々車通りが少ないということもあった

が、今後開催する際に、雪の影響でそもそも開催自体難しいかもしれないが特に冬には歩道の確保が困難になってしまうと思った。

ワンダーワンドの方々は今回「わぁんどすとリーと」を開催してみて、年一度と言わず、今後もこのようなマルシェやっていきたい！と仰っていた。またイベントを経て、どのくらいお金がかかるか分かったため、今後自分達で補助金がなくても開催できるようにしていたらと仰っていた。第一回わぁんどすとリーとでは新聞会社 4 社に取り扱ってもらったり、想像以上の賑わいで 15:00 までのイベントにも関わらず 13:00 には商品が売り切れてしまったりということがあったそうである。初開催であるのに沢山の目に留まり、当日商店街に笑顔が溢れるとても素敵な取り組みであるなどと思った。現状を何とかしたい、と強く思っただけで行動に移すということがどれだけ難しいことか、素晴らしいことかということに改めて感じた。今後開催される際にはぜひ参加したいなどと思った。またこのイベントをきっかけに空き家や空き店舗について知ってもらい、問題意識を高めたり新たに活用したいという方が増えたりしたらいいなどと思った。

【青森県観光国際交流機構 秋田 佳紀さんのお話】

10月20日(金)のフィールドワークでは、秋田さんに直接お話を伺いに行った。そこで、①青森県のインバウンド、②インバウンドに力を入れる理由、③インバウンド誘客に必要なこと、④我が国のインバウンド戦略についてお話をいただいた。

①青森県のインバウンドとは

まず、日本におけるインバウンドとは訪日外国人旅行(者)のことで、青森県のインバウンドは青森県を訪れる外国人旅行(者)ということである。東北の各県別外国人宿泊者数を見ると、青森県は来訪した外国人宿泊者数の推移(2010年の数値を100とした場合の指数)が右上がりであり、2016年に傾きが大きくなっている。また、東北各県における外国人延べ宿泊者数は平成22年と平成29年を比べると約4倍に増えている。

②インバウンドに力を入れる理由とその効果

インバウンドに力を入れる理由の一つ目は日本の人口減少に伴う国内旅行市場の成長の限界だからである。定住人口1人あたりの年間消費額(130万円)は外国人旅行者8人の旅行消費額や国内旅行者(宿泊)23人分の旅行消費額、国内旅行者(日帰り)75人分の旅行消費額で補うことができる。外国人旅行者は一人当たりの消費する額が大きい。

理由の二つ目は、急成長する世界の旅行市場を日本の活力にするためである。外国人旅行者受入数ランキング(2019)で日本は12位であった。世界全体の国際観光客数は世界の実質GDPに連動していて、近年は国際観光客の伸びが上回る。インバウンドが日本にとって、各都道府県にとって必要であり、少子高齢化や人口減少が進む中で今後さらに力を入れる必要がある。

③インバウンド誘客に必要なこと

一つ目は、お客様を知ることである。STPマーケティングという言葉があり、

Segmentation、Targeting、Positioning の頭文字から取ったものである。S (Segmentation) は「どんなお客様がいるか」ということであり、地理、属性、趣味志向、行動スタイルなどから「モレなくダブリなく」分類する必要がある。人、一人一人によってライフスタイルは変わってくる。全員の需要に平等に応えることはとても難しいため、ここで T (Targeting) 「どのお客様に狙いを定めるか」が求められる。ターゲットを定めたらより具体的に一人のペルソナ(物語の登場人物)に落とし込んでみるのが大切である。そして P (Positioning) 「狙いとするお客様に約束できる独自の価値は何か」まで考えることで”お客様を知る”ということができる。

二つ目は、競合(ライバル)を知ることである。旅行者は色々な国・地域・施設等を訪れて体験している。そのため、比較して評価することへ繋がる。比較するということは、良い評価が得られる可能性も悪い評価を受ける可能性もある。世界には様々な場所があり、自分達の住む地域が選ばれ、訪れてくれるという段階まで進むためには、自分の地域で留まらず視野を広く持つ必要がある。

三つ目は、ウリ・ヤド・ヒト・コネ・アシである。一つずつ見ていくと、“ウリ”は魅力的コンテンツの発掘力・商品造り力である。“ヤド”は上質なインバウンド対応の宿泊施設のことである。“ヒト”はターゲット層のニーズを満たす人材である。“コネ”はターゲット層を誘客する人脈である。“アシ”は円滑な移動環境である。インバウンドを増やしたい、回復させたいと言葉で言っても、これらの要素を見逃してしまっただけでは達成は難しいと思う。

④我が国のインバウンド戦略

基本的な方針として、「持続可能な観光地域づくり戦略」「インバウンド回復戦略」「国内交流拡大戦略」を掲げている。

今回のヒアリングを通して、今まで何となく使っていたインバウンドという言葉の意味や必要性について学ぶことができた。②のインバウンドに力を入れる理由にあったように、日本の人口減少が進む今、インバウンドやアウトバウンドが必要不可欠だということは誰もが思うだろう。ここで気になったのが、[2023年1月~7月]東北6県外国人延べ宿泊者数(10人以上施設)を見た際に秋田県の数値が他の東北の県に比べて圧倒的に低いことである。訪日外国人の割合とインバウンド消費額は台湾が最も多く、その理由として秋田空港へは頻りに台湾からのチャーター便が運航されているからであると考えられる。まだまだ観光スポットやグルメなどの認知度が低く、アクセスの悪さなどの原因もありインバウンドが伸び悩んでいる状況である。

また、秋田県内の大学に在籍する留学生を対象に行ったアンケート(https://www.akitakeizai.or.jp/journal/20111102_topics.html)の結果では、花火大会などの祭事や自然、温泉が好まれていることが分かった。観光地では男鹿半島や田沢湖などの景勝地や角館が人気を集めた。食事の味わいや県民のホスピタリティが高評価を得た一方でアクセスの不便さや英語の対応が不十分との指摘があった。

調査によって外国人観光客は何を目的に訪れるのかということは分かったが、知名度が低く観光資源が誘客に結びついていないということが分かった。地元の人がこの問題について興味を持ち、どうしたら魅力を発信することができるのかについて考える必要があると考える。現在、既にどのような発信を行っているかについて今後調べていきたい。そして、

今後は SNS を有効活用した発信の効果について考えていきたい。多言語への対応は、AI などを効果的に使うことで補えるのではないかと思う。口で言うことは簡単であるが、実際に行動へ移すという時にどのような問題があるのかについて調査を進めたい。

【今後の研究について】

空き家や空き店舗の現状やこれからどうすべきかについて、今回までのフィールドワークでお話を聞いたお店やこれからの新たな活用事例に注目していきたい。身近な事例だけではなく日本各地、世界の事例にも目を向けたい。今回まとめるにあたって中心市街地の過疎化やインバウンドなど、課題として挙げられても解決への糸口が見つかっていない・解決が難しい問題に新たに直面した。考えていきたいことが増えたため空き家や空き店舗問題と関連させながら解決策を導くことができるように今後も文献を読んだり調査を続けたりしたい。

2023年度遠藤ゼミ3学年活動報告

～地域イノベーション創発のフィールドワークと今度の展開～

川田 青空

目次

1 遠藤ゼミ活動報告

1-1 Virtual・Community・MICE

1-2 小学校低学年向け英語イベント（沖館市民センター）

①英語イベントの概要

②英語イベントの内容

③振り返り

④アンケート結果

⑤まとめ

2 世界文化遺産 北海道・北東北の縄文遺跡群

(Jomon Prehistoric Sites in Northern Japan)

2-1 縄文時代とは

2-2 青森県外ヶ浜町大平山元遺跡

2-3 縄文ボランティアガイド

①2021～2022年の活動

②2023年の活動

2-4 課題

①オーバーツーリズム

②交通アクセスと設備の格差

2-5 今後の取り組み

3 学年 活動まとめ

川田 青空

1 遠藤ゼミ 活動報告

1-1 Virtual・Community・MICE

Virtual・Community・MICE とは、言語学習と地域ビジネスを同時に提供できるプロジェクトモデルだ。日本の現在の教育カリキュラムはひたすら教科書を読んで問題集を解く、文法重視の教育であり、多くの学生が英語学習を苦痛に感じている。しかしこの Virtual・Community・MICE モデルでは正解というものを求めず、学習者にとって興味深いトピックを扱うことで関心を高めることが出来る。さらに従来の英語学習は、先生と学生という立場がはっきりと区分されているため情報発信は一方向のみであるが、このモデルは学習者からトピックを提供しながら実践的な英語力を高めていくことが可能だ。

このモデルを応用することで実践的な英語学習の機会を誰もが得ることが出来る。特に保育園や小学校などで文法に囚われない教育の場を提供し楽しく英語を学ぶことが出来る。

プロジェクトモデル

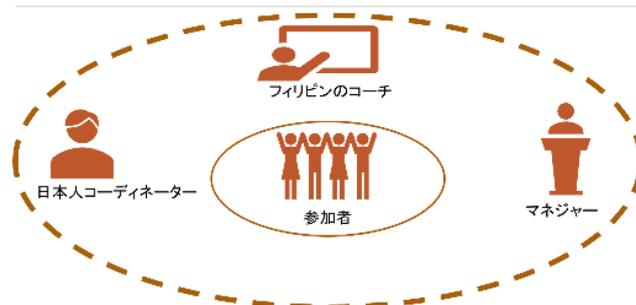


図1 Community MICE プロジェクトモデル

1-2 小学校低学年向け英語学習イベント（沖館市民センター）

①概要

三年の春学期は、昨年度にまとめたコミュニティ・マイスの具体例をベースにして、ビジネスモデルの実践を目指して活動した。最初は英語教育と観光ビジネスの2つのテーマで実践を検討していたが、議論を重ねた結果、小学生向けの英語学習イベントを企画することを最終的に決定した。

5月に、五所川原駅に隣接するコミュニティカフェ「でる・そーれ」を訪れ、ビジネスプランについて相談した。この場所を五所川原市の子供たちの英語学習の場として活用する初期案の検討を行い、実現可能性について議論した。この議論の中で、子供を持つ従業員からの親の視点に関する意見を聞くことができた。議論を通じて、子供たちの安全、準備期間、距離など、多くの課題が浮かび上がった。

準備期間が短いため青森市内の放課後児童館、なかよし会での開催を検討した。なかよし会を管理する先生方と相談し、構成を決めて準備を進めた。なかよし会では小学校1年生から

3年生の低学年が30人から40人ほど通っている。そのため議論で挙げられた距離や子供たちの安全に関する懸念はなく、また子供たちの人数も多いため英語イベントとして成立すると考えた。

なかよし会のスケジュールも踏まえながら子供たちが最後まで集中できるようにイベントの時間は一時間とし、3つのゲームを考えた。これまでの活動を踏まえ、日本の学校教育の英語学習は学ぶ人のやる気を削ぎ、苦手意識を持たれやすいということが分かった。一方、体の動きや音楽を用いた英語交流は楽しく英語に触れることで苦手意識を無くすることが出来ると分かった。そのため音楽や動きがあり、ゲーム性を備えたイベントが適していると考えた。

②英語イベントの内容

・英語の歌に合わせたダンス

イベントを楽しんでもらうために、子供たちが緊張を解す必要があると感じた。知名度があり簡単でポップな音楽として「ベイビー・シャーク」を使用してダンスを踊ろうと考えた。リズムがあることでより効果的に英語に親しくもらえると考えた。

・英単語カードを使用したジェスチャーゲーム



図2 ジェスチャーゲームで使用した英単語カード

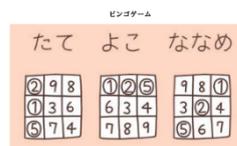
歌って踊るだけでなく、簡単な英語の単語を覚えてもらうためにジェスチャーゲームを用意した。単語は身の回りにあるものや職業など子供たちに関わりのある名詞にし、イベントが終わった後も気軽に使う機会がありそうだと思うものを選んだ。昨年度の英語手話では手話の動きと英語の意味が関連付けられて非常に覚えやすくなるということを感じた。そのためジェスチャーで表現して楽しく覚えられるゲーム形式が適していると考えた。

・英単語カードを使用したビンゴゲーム

ジェスチャーゲームで覚えた単語をさらに定着させるために自分で単語を選んで実際に書くビンゴゲームが適していると考えた。



BINGO



1. しかくのマスに好きなことばをかこう！
2. えらばれたカードと、マスにかいたことばがおなじだったら○をつけよう！
3. タテ・ヨコ・ナナメに○がそろったら「ビンゴ！」といおう！
(あと、斜めでもそろうときは、「リーチ」といってたおう。)

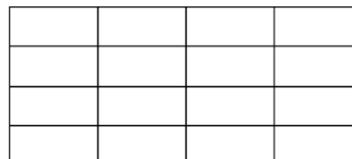


図3 ビンゴゲームで使用した英単語カード（左）と説明付きのビンゴカード（右）

③英語イベントの振り返り

8月9日の10時から11時の1時間、沖館市民センターのなかよし会でイベントを実行した。司会進行に2人、残りの5人を各テーブルに配置し、子供たちに丁寧に対応できるようにした。

最初にアイスブレイクもかねて子供向け英語音楽「ベイビー・シャーク」を流し、踊りながら歌った。話し合いの段階で、スピードが速いと児童がついていけないのではないかという懸念があり、0.75倍速で流した。そのかいあってか、恥ずかしがる児童はいたもののほとんどが楽しく参加できていた。また、ベイビー・シャークを知っている児童も少なく無かったため想定よりも盛り上がりを感じられた。

次にジェスチャーゲームを行った。当初は6問出題し児童がジェスチャーもやるという方針だったが時間が足りないのではないかということとなり児童には回答に専念してもらうこととした。動きで分かりやすく英単語を覚えるだけでなく、グループワークで協力して回答を導き、更にポイント制によってゲーム感覚で学ぶことが出来たと思う。

最後にビンゴゲームを行った。それまで使用していた英単語カードに加えて数字の0~10、20、30、40、50、60、70、80、90、100を加えた。当初は10分程度記入する時間を予定していたが、ビンゴカードに何を書こうか迷う児童が多く大幅に時間を延長した。しかし前のゲームで時間を短縮していたおかげでゆっくりと英単語を確認しながら記入できた。この時日本語での記入も可としていたが英語で書こうと頑張る児童が多く、英語学習に意欲的な様子だった。

④アンケート結果

また、単発ではあるものの、イベントの効果を知るため小学生となかよし会の先生方にアンケートを実施した。

小学生向け英語学習についてのアンケート集計

【小学生28人】

(1) 今日の英語学習は楽しかったですか？

はい・・・28人

いいえ・・・0人

(2) 今日の英語学習は難しかったですか？

- はい・・・14人 いいえ・・・14人
 (3)英語をこれからも勉強したいと思いましたが？
 はい・・・24人 いいえ・・・4人
 (4)一番楽しかったゲームはどれですか？
 歌・・・3人 ジェスチャーゲーム・・・7人 ビンゴ・・・18人
- (5)他に感想があれば自由に書いてください。

- ・ビンゴでお菓子をもらえてうれしかったです。
 - ・さめのうたが上手でしたよ。
 - ・楽しくて英語を覚えました。
 - ・歌やダンス、ビンゴできたので良かったです。
 - ・ビンゴでビンゴをとれなかったけど楽しかったです。
 - ・またやりたいです。またきてください。
 - ・またきてよ。
 - ・楽しかったです。(5人)
 - ・1人だけ背がめちゃくちゃ高くてびっくりしました。
 - ・今日はとても楽しかったです。またやりたいです。
 - ・ビンゴではリーチだったけど楽しかったです。
 - ・ビンゴでリーチが一つもなかったけど楽しかった。
 - ・ジェスチャーゲームが楽しかったです。もっとやりたかったです。
 - ・もう一回やりたいです。
 - ・ものの名前でもビンゴができるのを知った。
 - ・楽しかったです、だからまたやりたいです。
 - ・ビンゴでリーチ5回とれて面白かったです。
 - ・ビンゴでリーチになったり、ビンゴになってうれしかったです。英語を教えてくれた皆さんありがとうございました。また児童会のみんなに英語を教えに来てくれると嬉しいです。

【先生3人】

- (1)子供たちが英語学習を楽しんでいたと思いますか？
 はい・・・3人 いいえ・・・0人
- (2)英語学習の内容は子供たちのレベルにあっていたと思いましたが？
 はい・・・3人 いいえ・・・0人
- (3)今後も子供たちにこのような英語学習をさせたいと思いますか？
 はい・・・3人 いいえ・・・0人
- (4)一番いいと思ったゲームはなんですか？その理由をお書きください。
 ジェスチャーゲーム・・・1人(動きを見てそれを子供が協力するのがいいと思った)
 ビンゴ・・・2人

(5) 本日の内容についてのご意見・ご感想があれば自由にお書きください。

- ・とても考えて楽しい企画をしてくれたと思います。楽しい時間をありがとうございました。
- ・とても楽しかったです。ありがとうございました。

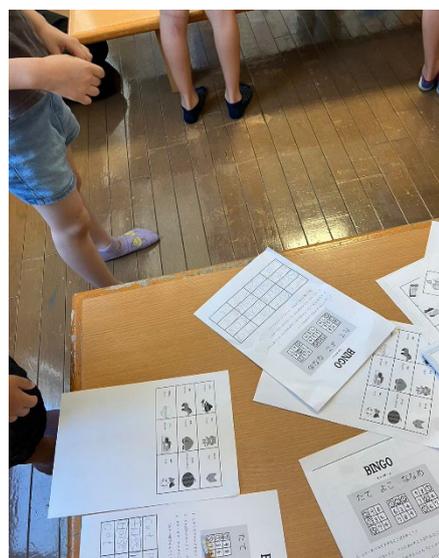
⑤まとめ

小学生低学年向けに実施した英語イベントは成功したと考える。構成も児童が集中できる1時間で効果的に英語を教えることが出来たといえる。進行に関しても予定を変更しながら調整したためビンゴゲームで遅れが出た時も適切に対応出来た。

アンケート結果からも約半分の児童が今回のイベントを難しいと答えたにも関わらず、全ての児童が楽しかったと答えた。日本人は、日本語と英語との間にある文法やアクセントの大きな差から、英語の習得に大きな壁があると多くの人考えているだろう。実際、英語に苦手意識を持ってしまう要因ではあるが、やはり日本の教育機関の在り方を変えることでそういった苦手意識を少しでもなくすことが出来るのではないかと今回のイベントから確信を得ることが出来た。



画像1 ビンゴゲームの様子



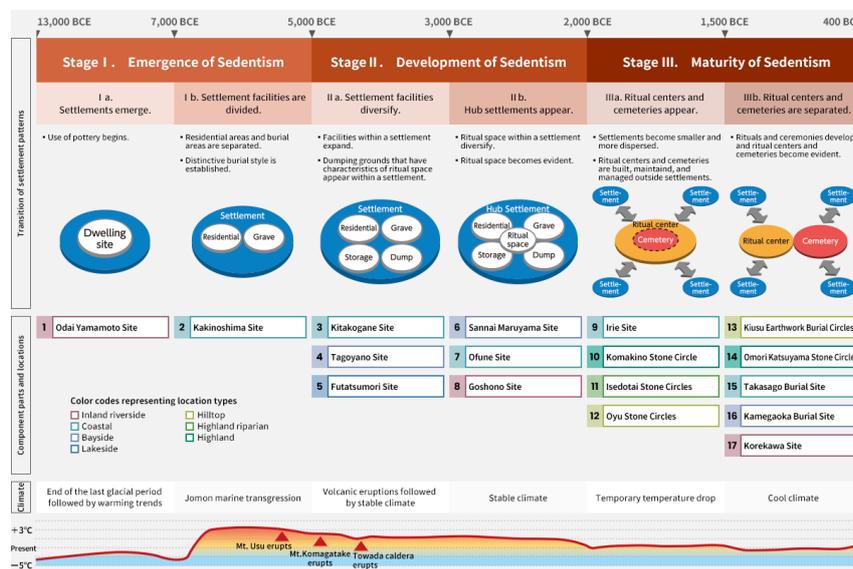
2 世界文化遺産 北海道・北東北の縄文遺跡群 (Jomon Prehistoric Sites in Northern Japan)

2-1 縄文時代とは

世界文化遺産北海道・北東北の縄文遺跡群は先史時代の人々の農耕社会以前の生活の在り方と複雑な精神性を示す北海道、青森県、岩手県、秋田県にまたがる17の考古遺跡から構成されている。氷河期が終わるとともに、石器を主な道具としていた旧石器時代は終わり、約1万5千年前に縄文時代が始まった。Jomon Prehistoric Sites in Northern Japanは豊かな自然の恵みを受けながら1万年以上にわたって採集、漁労、狩猟により定住した縄文時代の人々の生活と精神文化を現代に伝える貴重な文化遺産である。

これらの遺跡は2021年7月に世界文化遺産に登録されている。

図3 遺跡の背景



2-2 青森県外ヶ浜町大平山元遺跡



画像2 外ヶ浜町大平山元遺跡

大平山元遺跡は、縄文遺跡群の中でも最も古い約1万5千年以上前の遺跡だ。ここでは、旧石器時代の特徴を持つ石器群とともに土器片などが見つかった。土器に付着した炭化物の年代測定の結果、1万5千年以上前の北東アジア最古級の土器だと考えられている。また、遺跡の近くの川では良質な石器の素材である珪質頁岩が採取できる。大平山元遺跡のある青森県外ヶ浜町では、町の商店や町民と協力しながら縄文遺跡を盛り上げるためのイベントを開催してきた。今日は活動を通じて感じた課題について、町や遺跡の紹介とともに報告していく。

2-3 縄文ボランティアガイド

私は高校3年生の時、青森県の高校生縄文案内人の事業に参加し、大平山元遺跡で活動する機会があった。縄文の講義を受け、またガイド体験を通じて縄文に深く興味をもち、その経験は大学入学の際にも生かすことができた。そして現在も、私は大平山元遺跡のボランティアガイドとして正式に活動している。



画像3 ガイド中の様子

①2021~2022年の活動

2021年5月から外ヶ浜町で縄文ガイドのための講習を受けガイド練習をし、2022年9月に外ヶ浜町で催されたイベント「むーもんフェスタ」にて正式に縄文ガイドとしてデビューした。

2021年7月には大平山元遺跡含む17ヶ所の縄文遺跡が「北海道・北東北の縄文遺跡群」として世界文化遺産に登録され、より多くの人に注目されるようになった。各縄文遺跡はイベントの開催や新たな観光客を誘致するための整備などが行われている。地元の人だけでなく日本各地から様々な人が訪れ、観光ツアーバスのコースにも組み込まれたことにより各遺跡は観光客で賑わった。

大平山元遺跡では訪れた人が縄文遺跡や町の特産品を楽しめるイベントを開催した。この縄文ブームの盛り上がりで、私もイベントで多くの人に縄文遺跡のガイドをした。訪れる人も、歴史が好きな人がいれば縄文遺跡を訪れることが初めての人がいたり、訪問者層は様々だった。しかし外国人観光客にガイドをした際、遺跡についての詳しい説明を英語で伝えることが出来なかった。遺跡の中にある解説版に英語での解説が載っているだけで、インバウンドに対応したガイドが出来ていないと感じた。



画像4 外ヶ浜町で催されたイベント「むーもんフェスタ」の様子

これは、解決すべき問題だと考える。世界遺産に登録されたことで日本のみならず世界中の人々から注目を浴びることとなった。実際ベルギー人の知人は青森県、特に縄文遺跡に強い関心を寄せている。青森県を訪れて直接縄文時代について学びたいと述べている

が、そこには高い言語の壁がある。三内丸山遺跡ではスマートフォンなどでQRコードを読み込むと英語、中国語、韓国語の説明文を見ることが出来るが、ほとんどの遺跡では外国人観光客への対応は十分と言えないと感じる。

施設が整備されている遺跡では英語での解説が充実しているが、この問題はほとんどの遺跡で考えられ、施設の状況に大きな格差が生じている。青森県をはじめ縄文遺跡群を観光面でアピールする動きが強まっているが、遺跡によっては受け入れる体制が出来ていない。

②2023年の活動

外ヶ浜町は大平山元遺跡に関連する活動をより活発に行った。例えば縄文遺跡のある大平地区内約二キロのルートを町役場の方の町の歴史などを解説してもらいながら歩く健康イベントだ。2022年の大雨災害をきっかけに運航中止となっている蟹田線の線路の中に立ち入ることが出来たり2023年は2022年に比べて大平山元遺跡に訪れたりする人は少なくなった。しかし人気はなくなったのではなく訪問者は歴史が好きな人やリピーターの割合が大きくなった。つまり縄文ブームが収まり、話題性で訪れる人は少なくなった分、知識のある特定の人々の割合が大きくなったといえる。

私は2021年から2022年までの活動を通して、縄文遺跡のグローバル化によって多くの人が遺跡を楽しむことが重要だと考えていた。しかし今年の活動から、訪れた人が等しく学ぶ機会があり、好奇心を十分に満たすことが出来ることが重要だと考えるようになった。

2-4 課題

多くの方は、世界遺産は観光地であるという認識を持っている。しかし世界遺産の意義を考えると、必ずしも観光地として観光ツアーが活発である必要はない。また、過度な観光地化はオーバーツーリズムを引き起こす可能性があり遺跡の保存の重要性が高い世界遺産では致命的な問題である。こういった理由から学びたい人が充実して学べるための取り組みが重要だと考えた。

①オーバーツーリズム

オーバーツーリズムとは、観光客がキャパシティを超えて著しく増加することで、「観光公害」とも呼ばれる。観光客の増加によって、その地域の自然環境や環境、地域住民の生活などが害されてしまい、更に観光客の満足度が低下してしまう可能性もある。オーバーツーリズムと判断するための明確な基準はないが、観光地の地域住民が反発したり、環境破壊が進んだりすれば、オーバーツーリズムに陥っていると言える。考えられるオーバーツーリズムの例としては、公共交通機関や施設の混雑、観光客によるポイ捨て問題の深刻化、観光施設の増加による景観の悪化、観光客が増えたことによる騒音被害、観光客と地域住民間のトラブルの増加、犯罪行為の増加などが挙げられる。

また自然環境が破壊される問題もある。自家用車で観光地を訪れる観光客が増えれば、排気ガスが増加したり、動物に人間の餌を与えて生態系が変化したり、ゴミのポイ捨てによってビーチが汚れたりなど、自然環境への影響は甚大だ。

特に北海道・北東北の縄文遺跡群をはじめとした、世界文化遺産、自然遺産はその遺産の保護、保存が大きな目的であり、世界遺産の登録によってオーバーツーリズムが発生してし



画像5 観光客増加に伴う課題

まっては本末転倒である。また、遺産を保存整備は国や自治体だけでなく地域住民の関わりが欠かせない。オーバーツーリズムによって住民が遺産に対し消極的な行動をとってしまうことも大きな問題である。

また自然環境や景観が著しく損なわれると世界遺産の認定が取り消しになってしまうことも考えられる。

世界遺産に限った話ではないが、訪問客によって地域に大きな経済効果をもたらし、得た収益が遺跡などの整備に活用されている。そのため、過度に人が集中しても問題だが積極的に魅力を発信し、訪れた人が高い満足度を得ることが出来る、バランスの良い盛り上げを目指していかなければならない。



画像6 青森観光バス「ねぶたん号」

②交通アクセスと設備の格差

世界遺産の縄文遺跡群はそれぞれ施設や立地に大きな違いがあり抱えている問題も異なってくる。大規模な村の遺跡がある三内丸山遺跡は、ターミナル駅からのアクセスも良く、観光施設として整備されているため非常に人気のある縄文遺跡である。

一方、大平山元遺跡は知名度が低く、また市街地からも離れているため交通アクセスが良くない。さらに悪いことに2022年の青森県の大雨災害により外ヶ浜町を通る鉄道線が崩壊し、復旧が進んでいない。町民が遺跡を盛り上げるためにイベントの開催やお土産の開発に力を入れているが訪問者が少なすぎると活動の維持が難しくなってしまう。



画像7 大雨災害によって崩壊した外ヶ浜町を通る鉄道線

2-5 今後の取り組み

大平山元遺跡は2024年5月に新しいガイダンス施設が開設される。現在抱えている大きな問題を解決し、遺跡が適切に活用されるようにボランティアガイドとして来年も活動していきたい。今後は訪れた人が満足して学べるようにガイドとしての質を高め、外国人観光客も楽しめるような英語でのガイドに挑戦する。さらに、縄文遺跡が抱える問題に取り組むようなビジネスプランを考えていきたい。



画像8 大平山元遺跡 新ガイダンス施設の外装

①縄文はしごツアー

例えば、交通アクセスの不便さを活用してツアーを組むというものだ。青森県、秋田県、岩手県の縄文遺跡群はそれぞれ距離が遠く一日にすべてを訪れることは難しい。そこで2~3か所ずつ回ることが出来るように遺跡をグループ分けしたツアープランを提案する。午前と午後に分けて縄文遺跡を訪れその合間に各地の飲食店や道の駅などに寄り、縄文だけでなく地域の魅力を知ってもらう狙いがある。特に観光客にあまり知られていない店や公共交通機関では訪れることが難しいルートを巡ることでツアー独自の縄文体験が楽しむことが出来る。また、余裕をもって遺跡を巡るため学習面での疲労を軽減し、他の縄文遺跡を訪れる動機付けになるのではないかと考える。

②大平山元遺跡の新ガイダンス施設の活用

大平山元遺跡は2024年5月に新しいガイダンス施設が開設され、より縄文遺跡について学びやすくなると考える。英語対応の解説動画をジオラマと併せて作成し、より視覚的で印象深い展示、ガイドに取り組めると考える。

参考文献

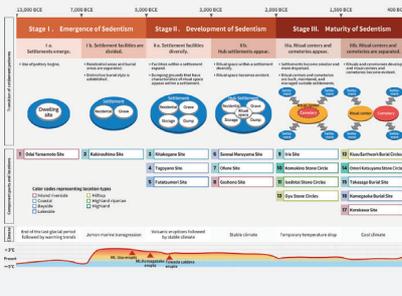
- ①<https://manekey.com/blog/over-tourism/> (2023.11.20 閲覧)
スマートチェックイン「maneKEY」
SMART CHECK-IN SOLUTION コラム 2023年8月23日掲載
- ②[縄文時代について - 【公式】世界遺産 北海道・北東北の縄文遺跡群 \(jomon-japan.jp\)](https://www.jomon-japan.jp/) (2023.11.20 閲覧)
- ③[大平山元遺跡 PR 施設 2024年春開館へ | 観光・イベント | 青森ニュース | Web 東奥 \(toonippo.co.jp\)](https://www.toonippo.co.jp/) (2023.11.20 閲覧)
Web 東奥 2023年4月2日掲載「大平山元遺跡 PR 施設 2024年春開館へ」

JOMON PREHISTORIC SITES IN NORTHERN JAPAN



Virtual Community MICE
Aomori Public University
Kawata Seira

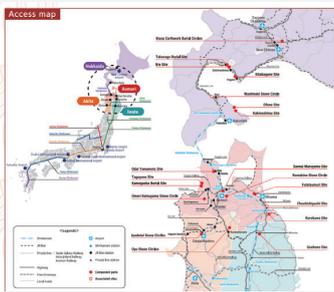
JOMON PREHISTORIC SITES IN NORTHERN JAPAN



As the Ice Age came to an end, the Paleolithic era, characterized by the predominant use of stone tools, concluded, marking the beginning of the Jomon period approximately 15,000 years ago. The Jomon Prehistoric Sites in Northern Japan represent a precious cultural heritage that spans over 10,000 years, showcasing the lives and spiritual culture of the Jomon people, who, sustained by the bountiful gifts of nature, engaged in gathering, fishing, and hunting to establish settlements.

This heritage serves as a valuable link to the lifestyles and spiritual cultures of the Jomon period, conveying them to the present day.

JOMON PREHISTORIC SITES IN NORTHERN JAPAN



I will report on the World Cultural Heritage, 'Jomon Prehistoric Sites in Northern Japan.'

The Jomon Prehistoric Sites in Northern Japan consist of 17 Prehistoric sites that showcase the lifestyle and intricate spirituality of people before the advent of agricultural societies in prehistoric times.

These sites, located in Hokkaido, Aomori, Iwate, and Akita prefectures, were inscribed as a World Cultural Heritage in July 2021."

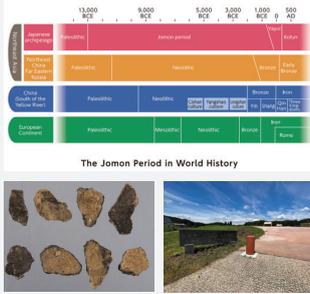
ODAI YAMAMOTO SITE



Since 2021, I have been volunteering as a guide at one of the Jomon archaeological sites designated as a World Heritage site, the Oдай Yamamoto Site. In Sotogahama Town, Aomori Prefecture, where the Oдай Yamamoto Site is located, many people have actively participated in organizing events to promote Jomon sites, collaborating with local businesses and residents.

Today, I will be presenting not only an introduction to the town and the archaeological site but also addressing the challenges I have encountered through these activities.

ODAI YAMAMOTO SITE



The Oдай Yamamoto Site is among the oldest Jomon archaeological sites, dating back more than 15,000 years. Here, artifacts such as pottery fragments have been discovered alongside stone tools characteristic of the Paleolithic era. Radiocarbon dating of the charred remains attached to the pottery suggests that it is the oldest pottery in Northeast Asia, dating back over 15,000 years. Moreover, near the site, high-quality materials for stone tools, specifically siliceous slate, can be sourced from the rivers.

JOMON BOOM



In 2022, during the Jomon boom, I had the opportunity to guide many people at events interested in Jomon sites. The visitors varied widely, ranging from history enthusiasts to those exploring Jomon sites for the first time. However, when guiding foreign tourists, I found it challenging to provide detailed explanations about the site in English. Most sites had explanatory panels in English, but the lack of guides proficient in English was evident. While well-maintained sites had comprehensive English explanations, this issue seemed prevalent across most sites, highlighting a significant disparity in facility conditions.

ODAI YAMAMOTO SITE



The designation of the Jomon prehistoric sites as a World Heritage site in 2021 sparked a widespread interest in these sites. People from not only the local community but also from various parts of Japan began to visit, and the inclusion of these sites in tourist bus itineraries led to an influx of tourists.

At the Oдай Yamamoto Site, events were organized to allow visitors to enjoy the Jomon sites and the local specialties. During these events, I participated as a volunteer guide, introducing many people to the Oдай Yamamoto Site.

CHANGES IN VISITOR BASE

This year, there has been a decrease in the number of visitors to the Oдай Yamamoto Site compared to last year. However, the decline is not due to a loss of popularity; rather, there has been a shift in the visitor demographics. The proportion of people who are enthusiasts of history or repeat visitors has increased. In other words, with the waning of the Jomon boom and a decrease in visitors drawn by the trend, there is a noticeable rise in the percentage of knowledgeable individuals with a specific interest in the site.

Through my activities last year, I believed in the importance of the globalization of Jomon sites to make them enjoyable for a more extensive audience. However, from this year's experiences, I have come to consider it crucial that visitors have equal opportunities to learn and have their curiosity adequately satisfied.



OVERTOURISM



Garbage abandonment and damage to cultural properties

Crowds by tourists



While there is a tendency for many to view World Heritage sites as tourist destinations, considering the significance of World Heritage, it is not necessarily essential for them to be vibrant tourist hubs. Moreover, excessive tourism development may lead to the emergence of overtourism, posing a potential threat, particularly in the case of World Heritage sites where the preservation of historical relics is exceptionally crucial. Therefore, initiatives that ensure comprehensive learning opportunities for those who seek knowledge are considered vital.

MY OBJECTIVE FOR NEXT YEAR



The odai yamamoto Site is getting a new guidance facility in May next year. I want to continue volunteering to help solve the current issues and make sure the site is used well. In the future, I plan to improve the quality of my guidance so that visitors are happy and learn a lot. I'll also try giving tours in English to make it enjoyable for foreign tourists. Additionally, I want to come up with a business plan to address the challenges faced by Jomon archaeological sites.

PROBLEMS WITH THE ODAI YAMAMOTO SITE



The railway in Sotogahama is suspended, so the only means of transportation is by car

Access from Aomori Station

Odai Yamamoto Site
It takes about an hour by car

Sannai Maruyama Site
It takes 30-40 minutes by bus
It takes 20 minutes by car



The Jomon sites designated as World Heritage each face significant differences in facilities, location, and the specific challenges they encounter. The Sannai-Maruyama Site, home to a large-scale village relic, is highly popular due to its excellent accessibility from the terminal station and well-developed tourist facilities. On the other hand, the Odai Yamamoto Site, with lower visibility, is less accessible as it is situated away from the city. Moreover, the railway line passing through Sotogahama Town collapsed due to the heavy rain disaster in Aomori in 2022, and restoration efforts have been slow.

To energize the town and the site, local residents are investing efforts in organizing events and developing local souvenirs. However, the low number of visitors poses a challenge for sustaining these activities, especially considering the transportation issues resulting from the railway collapse in 2022.



Thank you for your attention



青森県のインバウンド

～日本を代表する観光地へと成長した背景とこれから～

石岡 昂哉

目次

- 1、はじめに
- 2、知の挑戦まとめ
 - 1 プロジェクト実践について
 - 2 大鱈町への訪問
- 3、青森県の観光について
- 4、考察
- 5、参考文献

1、はじめに

今年のゼミでは、学外でのフィールドワークを多く行い各自研究テーマに沿った情報収集を行ってきた。また、夏休みには学生が主体となったプロジェクトを実施した。自分たちで計画から準備、運営まで行うのは様々な問題が生じ苦労したが、無事に終わることができ、とても貴重な経験をすることができた。1年を通して行ってきた活動と観光に関する研究をまとめていく。

2、知の挑戦Ⅱまとめ

2-1 プロジェクト実践について

春学期はおもに小学生向けの英語学習に向けての話し合いを行い、8月9日、沖館市民センターの児童会で実践をした。当初の予定では五所川原の「でる・そーれ」を拠点とした英語学習を考えていた。「でる・そーれ」という駅前にあるコミュニティカフェを地域の人の第三プレイスにするというテーマをもとに、小学生が英語を学ぶ重要さや小学生の英語学習の時間の確保をするという目標を立てた。また英語学習を通してコミュニティカフェに足を運んでくれる人を増やすことや店の食べ物を提供するなどしてお金を生み出すというビジネスモデルも考えた。このビジネスモデルの話をしに「でる・そーれ」に足を運び、お店の方々とお話をする機会があった。お店の中にはすでに弘前大学の企画した座敷のスペースがあり、気軽に子供を連れて来られるような工夫がされていた。私たちが計画しているようなものとは違うが、来店する客層をターゲットとし店の中の一部を変えるという今ま

で発想になかったビジネスモデルを見つけた。新しくイベントを開くのではなく、店の中の何かを変えるというのも面白いなと思った。英語学習の提案をお店の人に話したところ、英語を先生に教わるのではなく学生に教わる方が楽しく勉強できて覚えやすいことや英語学習の重要性を共感して前向きな意見をいただいた。しかし、学校から「でる・そーれ」までの送迎の問題や時間帯の問題により困難であるという判断をした。そこで大学や市民センター、児童館などを候補にあげ、最終的に沖館市民センターでビジネスモデルの一部分として実践することになった。本番に向けてはゲームの企画や歌の練習、通し練習、資料の作成などを行った。

当日はとても充実した時間になった。私たちゼミの学生が思っていたよりも子供たちが英語にしっかり向き合っていて楽しんでくれて安心した。小学生が楽しんでやってくれるかが一番不安だったがとても盛り上がり、私たちも楽しんでやることができた。今の小学生は私たちが小学生だった時に比べ確実に英語力が高いと感じた。小学3年生の子に聞いてみると、英語教室に通っていきり子もいたが学校で英語を勉強しているとのことだった。今の小学生は英語教育を受ける機会は以前に比べて増えていて英語力も上がっているなど感じたので、今回のプロジェクトではもう少し高いレベルの英語教育を提供してもよかったと思ったが、小学1年生にとってはアルファベットがまだ書けない子が多くいて、3年生と1年生では英語力が大きく違うという点に気づいた。アンケート結果では楽しかった、また来てほしいといった感想が多く見られ、やってよかったなと思った。やはり普段学校で受ける英語の授業のような堅苦しいものだけでなく、たまにゲーム要素を取り入れることで英語に対する苦手意識を少しでも軽減することができると感じた。また今回のようなグループのスタイルで行うことで、周りとのコミュニケーションも活発になりモチベーションのアップにもつながると感じた。このような活動を第三プレイスのところでやるのはとても有効である。しかし、これが収益につながるかということについてはまだまだ工夫が必要である。場所を提供していただく方と念入りに考えなければならない。

私の研究テーマは観光であるが、今回のプロジェクトを通して児童館などといった地域に密着した施設の担う役割について深く考えることができた。児童館以外にも、市民センターや公民館、老人ホームなどがある、観光と結びつけるのは難しいと思っていたが、今回の活動を通してアポイントを取る際に複雑な約束や問題がなく、連携を取りやすいなど感じた。当初予定していた小学校では、時間帯の問題や場所の確保などの問題が生じ苦労していたが、それに比べると柔軟な対応をしていただきスムーズに進めることができた。観光の観点から児童館の役割を考えると、その地域の魅力発信をすることや、場所の提供などがある。特に青森県では各地に祭りがあり、これに向けて一緒に練習して参加することで、地域の人々を結びつけることや祭りを盛り上げることもつながると感じた。私の地元にもねぶたまつりがあり、この祭りも地域単位で組が結成され、公民館や老人ホームの役割がとても大きいと感じる。これは青森県のような田舎な地域であるからこそ活かすべきものだと考える。青森県の観光を支える祭りは人口減少の影響で存続していくのが困難になる恐れがある。この問題を解決するために児童館や公民館などの地域密着の施設を活用することも一つの手段である。



画像1 プロジェクトの様子

2-2 大鰐町への訪問

9月29日のフィールドワークでは大鰐町に出向き、空き家・空き地を活用したマルシェが行われた商店街を調査し、このイベントを企画したFrom-0の3人のお話を伺った。9月17日に行われたマルシェ、『わぁんどすとリーと』は、大鰐駅前の商店街約800メートルにある空き家、空き地を活用したフード&クラフトイベントである。シャッター街と言われる「手古奈通り」と「ゆけむり通り」を「大鰐町商店街通り」と称し、空き店舗に30店舗のワークショップや飲食店、キッチンカーなどが出店した。このイベントの開催にあたって、3人は空き店舗をリスト化し使えるかどうか一軒一軒交渉にまわった。持ち主がわからないものや持ち主が県外に行ってしまったものもあったが26軒中7軒出店することができた。

私自身、地元は近いものの大鰐に行くことはほとんどないが、実際街を歩いていて町の良い雰囲気を感じることができた。大鰐駅を中心に観光スポットである鰐カムや温泉があり自然豊かで美しいまちであるという印象だ。商店街を歩くと今はやっている店は少ないが店舗が多く連なり、かつてはとても賑わっていたことが感じられた。その分空き店舗の多さが目立ち全体的に寂しいなという印象だ。この商店街を再び活性化させようこのイベントを企画した三人の行動力は素晴らしいと思った。お店をオープンした際にすべて自身でDIYしたように、このイベントの企画・運営からボランティア活動の呼びかけ、情報発信まで先頭に立って行っている。お店を開いたのもこのイベントを考えたのも地元である大鰐町を活性化させたいということがきっかけで、町の活性化のために若者が動いているという貴重な事例だなと思い感銘を受けた。

このイベントにより多くの方が商店街に集まり、車が通れないほどの人の多さであったということだった。外国人観光客も多くいたそうで、昔の大鰐町が戻ってきたような雰囲気が写真からも感じられた。



画像2 わぁんどすとりーとのポスター

3, 青森県の観光について

私は青森県の観光を考えるうえで、ある興味深い記事を見つけた。2023年に「Tokyo Creative」(東京)がまとめた「外国人が日本旅行で訪れてみたい都道府県ランキング」で、青森県が6位にランクインしたというものだ。1位は北海道、2位は沖縄、3位は東京、続いて京都、大阪と、日本を代表する観光名所や食べ物のある世界的に有名な観光地が並ぶなか、地方都市である青森が上位に入っていることに驚いた。青森に行きたいという理由のなかには「りんご」をあげる人が多く、「ねぶた祭り」や「馬肉」に興味を持つ人もいるということであった。(※図1)

同じく、「Tokyo Creative」が10月に実施した「秋にいちばん行ってみたい都道府県」の人気投票では、1位は京都、2位は北海道、そして3位に青森県がランクインしている。新鮮な果物や野菜が食べられ、山がきれいだからという意見が目立った。(※図2) また、旅行を計画する際参考になっているソーシャルメディアはなにかという質問には、YouTubeが90.1%と断トツに多かった。我々が旅行を計画する際は旅行雑誌やGoogleを利用することが多いが、外国人は主にYouTubeを用いており意外な結果であった。試しにYouTubeで「Japan trip autumn」と検索し視聴回数が多い動画を調べた。一番視聴回数が多い動画では東北の秋に見られる景色や食べ物が紹介されており、青森県からは八甲田山や大間のマグロ、奥入瀬溪流などが紹介されていた。この動画の視聴回数は2023年12月時点で2793万回であり次に多かった496万回再生の動画を大きく上回る結果となった。YouTubeは外国人が旅行の際に用いられるツールであり、現地の魅力をわかりやすく面白く動画にまとめて発信するのがきわめて有効的であることに気づいた。青森県では公式チャンネルなどで海外向けに発信しているものはなかった。

では、青森県内で外国人から人気のスポットはどこであるか。インバウンド総合メディア株式会社movが発表した『インバウンド人気観光地ランキング』によると、青森県のインバウンド人気観光地で1位になったのはねぶたの家ワ・ラッセ、2位が八食センター、3位が青森魚菜センター(青森のっけ丼)、ほかに弘前城、奥入瀬溪流、弘前公園、蕪島神

社、弘前りんご公園などがある。これらの記事からわかるように、大きなテーマパークやショッピング施設はないものの、魅力のある食べ物や自然、イベント、イベント関連の施設を求める観光客が多いというのが青森県の観光形態であるといえる。

外国人が訪れてみたい都道府県ランキング

1位	北海道	(77.2%)
2位	沖縄	(67.2%)
3位	東京	(59.9%)
4位	京都	(58.4%)
5位	大阪	(58.1%)
6位	青森	(57.2%)
7位	広島	(52.9%)
8位	福岡	(49.9%)
9位	奈良	(47.4%)
10位	長崎	(46.5%)

Tokyo Creative調べ

図1 外国人が訪れてみたい都道府県ランキング

外国人303名に聞く
秋に一番行ってみたい都道府県は？

1位	京都	20.5% 62票
2位	北海道	15.5% 47票
3位	青森	12.5% 38票
4位	東京	10.6% 32票
5位	長野	4.3% 13票
6位	奈良	4.0% 12票
7位	大阪	4.0% 12票

©Active

図2 秋に一番行ってみたい都道府県

この記事を見てまず、青森県という地域がなぜ知られるようになったか、なにがきっかけで外国人観光客は青森県を知ったということに疑問を持った。ランクインしている他の地域は世界的に有名であり、日常的な場面で見聞きすることがあるような場所であるが、青森県は大都市ではなく、むしろ田舎と呼ばれるところである。日本の中でもあまり目立った観光地があるという印象はない。外国人にとっての青森県の魅力はなんなのか、海外の人々が青森県を認知するまでに県が取り組んできた観光政策はどのようなものなのかに興味を持った。インバウンドに関するデータや取り組みを調べ、青森県の観光の特徴や傾向をみていく。

10月20日のフィールドワークで、元青森県国際戦略局長の秋田さんから青森県の観光全般についてお話を伺った。インバウンドがなぜ必要なのか、誘客に必要なこと、我が国の戦略などインバウンドとはなにかを学び、今までとは異なる認識を発見する機会となった。また、青森県のインバウンドを考えるにあたって貴重な情報をいただき、青森県の観光の特徴をより深く知ることができた。この機会ですんだ内容をまとめていく。

●インバウンドに力を入れる理由

①日本の人口減少に伴う国内旅行市場の成長の限界

定住人口一人あたりの年間消費額は130万円であるが、これは外国人旅行者8人分、また国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分の旅行消費額と同等である。人口減少による消費額の減少をインバウンドにより賄うことができるためである。

②急成長する世界の旅行市場を日本の活力に

日本の外国人旅行者受入数ランキング(2019)で12位、国際観光収入ランキングで7位となっている。また世界全体の国際観光客数はリーマンショック後2019年まで10年連続で増加していて、近年では世界の実質GDPの伸び率を国際観光客数の伸び率が上回っている。世界的に旅行需要が増えているため、世界的に美しい国として人気のある日本はこの波に乗っていかなければならない。

●インバウンドによる効果

インバウンドは地域活性化のための手段である。インバウンドの拡大により交流人口や関係人口の増加や6次産業の振興、雇用創出、地域自然や文化の保全・振興、SDGsの振興につなげることできる。青森県は伝統である祭りや自然があり、特に祭りは人口減少により存続できなくなる可能性があるため、地域外の人々の存在が必要不可欠である。

●インバウンド誘客に必要なこと

①STP(Segmentation Targeting Positioning)

S・・・どんなお客様がいるか、地理、属性、趣味嗜好、行動スタイルを分類する
T・・・どのお客様に狙いをさだめるか、具体的にペルソナに落とし込んでいく
P・・・狙いとするお客様に約束できる独自の価値は何かを考える

②競合ライバルを知り、ウリ(コンテンツの発掘力、商品造成力)、ヤド(インバウンド対応の上質な宿泊施設)、ヒト(ターゲット層のニーズを満たす人材)、コネ(ターゲット層を誘客する人脈)、アシ(円滑な移動環境)を考える。事前の情報収集や準備が重要だ。

●青森県のインバウンドの推移

観光庁が発表した東北の各県別外国人宿泊者数の推移(2010年を100とした場合)を見ると、全ての地域で右肩上がりとなっているが、特に青森県は急上昇しており、2016年以降は全国平均の数値を超えている。東北の中では長年1位の数値であり、2019年には534という結果であった。これは2位の岩手県344を大きく上回っている。この数値は2010年を基準にした相対的な数値であるため、妥当な結果であると感じた。しかし、同じく観光庁が発表した東北各県における外国人延べ宿泊者数を見て驚いた。全体的に右肩上がりとなっており、青森県は2011年は27600人で東北で4位という結果であった。それが急上昇を続け2017年には239150人を記録し、宮城県を超え東北1位になっている。2011年と比べると約6倍になるという成長を遂げた。青森県は観光県というイメージはもともとあったものの、数値を見てみると予想を超える結果であり、自分自身まだ青森の魅力に気づけていないと実感する。東北ナンバーワンになるという結果に、青森県の観光の最前線にいた秋田さんらは、今までの頑張りが報われたと喜んでいたので、この結果はたまたまではなく、人の努力で観光戦略をうまく進めた結果であるんだなと感じた。地域の観光資源をうまくインバウンドにつなげることができれば、観光は盛り上がり、地域にも良い影響を与えることができるものであるということに再認識した。観光の無限の可能性を感じた。



画像3 ヒアリングのようす

4、考察

青森県の観光に関する記事やデータを見ると、私が予想していた以上に国外の旅行者に人気であることを知った。東京や北海道、京都といった日本を代表する観光地は長い間有名であり定番となっているが、青森県は今まで知られてこなかった新しい日本の観光地という印象だ。まだまだ発展途上であり伸びしろのある観光地である。2024年1月20日には新型コロナにより運休が続いていた青森ソウル間の定期便が再開するという明るいニュースが入ってきて、観光客を集めるチャンスである。青森県は飛行機、新幹線、クルーズ船など豊富な交通網を持っており、多くの外国人観光客が苦勞なく訪れることができる。観光資源も十分である。あとは情報発信である。情報発信の方法は国内向けと海外向けでは異なり、海外に発信するにはYouTubeが有効であることがわかった。

では、観光の最終目標と何か。観光が盛り上がることで地域の知名度やブランド力が上がり、地域に経済的な効果をもたらすことが期待できる。また、交流人口が増えることで一年を通じて安定した観光客を獲得することができる。しかし、観光で収益を得るのは不安定であるというデメリットがある。新型コロナウイルスで世界中の観光が機能しなくなり、宿泊施設や観光施設が大ダメージを受けてしまった。そのほかにも、気象災害や地震などの影響を受ける可能性がある。このような外部環境の変化に弱く、予想することができない。そこで、観光の最終目標は移住者の獲得ではないかと私は考えた。では移住を促すにはどうすればよいか。やはり観光を機にその地域で生活する魅力や利点を知ってもらうことが重要だ。単に観光スポットを訪れるような旅だけでなく、現地の日常的生活を感じれるような体験を入れこんだり、青森県の主要産業の一つである農業体験できるような農泊体験などを充実させるのがよいと検討する。近年ではリモートワークなどの影響もあり、都会からが地方に移住したいという人が増えている。またグローバル化により日本

に移住する外国人も増えている。これらの移住者を確保するためにも、まずは観光客に視点を向けて、リピーターを増やし関係人口を獲得することが重要だ。人口減少が進む中でも、観光客が増えている地方の町や村が人口が増加したという事例がある。北海道の占冠村ではウィンタースポーツが盛んな観光地であり、2015年から2017年の間で19%人口が増加している。また同じく北海道の赤井川村や留寿都村などに地方の観光地が人口を増やした。青森県も日本を代表する観光地であり、観光を機に移住を考える人を獲得するチャンスがある。移住を促すように工夫した観光戦略が必要であると考えます。

5, 参考文献

- ・青森・大鰐で20代3人がシャッター通り活用したクラフトイベント企画
<https://hirosaki.keizai.biz/headline/2199/> (2023.11.20 閲覧)
- ・「外国人が訪れてみたい都道府県」青森県6位
<https://www.toonippo.co.jp/articles/-/1581170> (2023.11.20 閲覧)
- ・「外国人が秋に訪れたい都道府県」ランキングTOP7! 第1位は「京都」【2023年最新調査結果】
<https://nlab.itmedia.co.jp/research/articles/2089580/> (2023.11.20 閲覧)
- ・【独自調査】インバウンド人気観光地ランキング東北編：最新の訪日客の支持を集めたスポットTOP30を発表
<https://dailynewsonline.jp/article/2916562/?page=all> (2023.11.20 閲覧)
- ・この3年で「人口を増やした」自治体ランキング
<https://toyokeizai.net/articles/-/288871> (2023.11.20 閲覧)

3年次のゼミ活動とマイクロツーリズムの活用による観光について

工藤 鈴子

目次

- 1 春学期のゼミ活動について
 - I 英語学習
 - ii from O
 - iii ハコレコ
 - IV 青森健観光国際交流機構 専務理事 秋田佳紀氏への聞き取り
- 2 ゼミ活動を通して考えたこと
青森県のマイクロツーリズムについて
- 3 まとめ

1. 春学期のゼミ活動について

1- I 英語学習

春学期のゼミ活動では主に子供向けの英語教育をプロジェクトとして行ってきた。その集大成として、沖館市民センターにて小学校低学年向けの英語学習を行った。当初、五所川原市のコミュニティカフェ「でる・そーれ」を拠点に小学生向けの英語教育活動ができないか考えたが、様々な問題点があがった。子供たちを小学校から「でる・そーれ」までどう来させるか、私たちの授業の関係上夕方遅い時間でないと「でる・そーれ」に行くことができない、毎週の活動は難しい、「でる・そーれ」を拠点とするならば、ビジネスモデルとして、「でる・そーれ」側にも利益がでるようなプロジェクトにしなければいけないなど、早期に行うには解決しなければならない課題が多すぎた。そのため予定を変更し、沖館市民センターにて1日限定の英語学習イベントを行うことになった。そのイベントの概要はこうである。対象は小学校低学年で開催時間は1時間程度、内容は1, ベイビーシャーク（簡単な英語の歌）を歌いながらその振り付けをして軽いダンスをするもの、2, ジェスチャーゲーム、3, ビンゴゲームだ。ジェスチャーゲームとビンゴゲームはイラストと英単語が書かれたパネルを使用した。いずれも英語を強制的に覚えさせるものではなく、ゲームの中で楽しみながら英語を学び、少しでも英語に興味を持ってもらうことを目標としているものである。当日私は体調不良のため参加できなかったが、アンケートを作成し、子供たちと職員の方々にアンケートを書いていただいた。アンケートの結果をもとに考えていく。

・小学生（28人）

- (1) 今日の英語学習は楽しかったですか？
はい・・・28人 いいえ・・・0人
- (2) 今日の英語学習は難しかったですか？
はい・・・14人 いいえ・・・14人
- (3) 英語をこれからも勉強したいと思いませんか？
はい・・・24人 いいえ・・・4人
- (4) 1番楽しかったゲームはどれですか？
歌・・・3人 ジェスチャーゲーム・・・7人 ビンゴ・・・18人
- (5) 他に感想があれば書いてください。（一部抜粋）

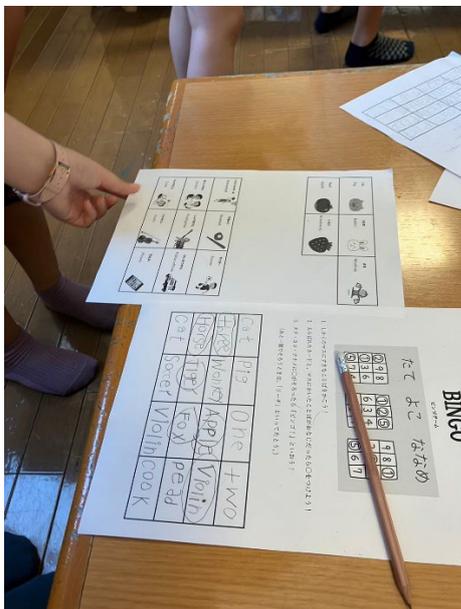
- ・ビンゴでお菓子が貰えてうれしかった
- ・ビンゴでリーチになったりビンゴになって嬉しかったです。英語を教えてくれた皆さんありがとうございました。また児童会のみんなに会いにきてくれると嬉しいです。
- ・ジェスチャーゲームが嬉しかったです、もっとやりたいです。
- ・ものの名前でもビンゴができることを知った。

・先生 (3人)

- (1) 子供たちが英語学習を楽しんでいたと思いますか？
はい・・・3人　いいえ・・・0人
- (2) 英語学習の内容は子供たちのレベルにあっていたと思いますか？
はい・・・3人　いいえ・・・0人
- (3) 今後も子供たちにこのような英語学習をさせたいと思いますか？
はい・・・3人　いいえ・・・0人
- (4) 1番いいと思ったゲームはなんですか？その理由もお書きください。
ジェスチャーゲーム・・・1人　（動きを見てそれを子供が協力するのがいいと思った。）
ビンゴ・・・2人
- (5) 本日の内容についてのご意見、ご感想があれば自由にお書きください。
・とても考えて楽しい企画をしてくれたと思います。楽しい時間をありがとうございました。
・とても嬉しかったです。ありがとうございました。

アンケートの結果、子供たちはジェスチャーゲームを1番楽しんでいたことが分かった。また、子供たち28人全員が楽しいと答えてくれた。難易度については、難しかったという意見が半数あり、1年年齢が違うだけでも英語能力に差が出たり、英会話教室に通っている子には簡単に感じたりと、個人の英語能力に合わせるのは難しいと感じた。全員が楽しかったと答えたものの、難しいと答えた子もいたため、楽しいと簡単ということはイコールにはならないということが分かった。私は、難しいものは楽しくなく苦手で、得意で簡単なものは楽しいという考えだったが、その考えが子供たちとは違うということも分かった。ゼミのディスカッションのとき、ゼミ生がある学生のことを調べたとき、その学生は英語の学習を、元々自分ができなかつたものができるようになった瞬間に楽しいという感情を抱くという意見を聞き、確かに自分も勉強をするとき、どんどん自分がその教科の問題をできるようになり、テストの点数が上がったとき、勉強を楽しんだ。そのため、今回の英語学習は1回限りではなく、何回か開催して、子供たちの英語能力の上昇を図るべきだと思った。しかし、子供たちそれぞれ英語能力のレベルが違うため、一人一人の英語能力を上昇させるにはもっと他のやり方を考えなくてはいけないと思った。だが、今回の英語学習の目的は子供たちの英語への苦手意識を無くし、英語に興味を持ってもらうことなので、とっかかりとしては良かったと思う。また、これからも英語を勉強したいという子が多く、やりがいを感じた。その他、当日参加したゼミ生からは、自分たちは日本語の文字を書くことがあたりまえのようにできるが、小学校低学年の子供はそれすらも一苦労していたと言っていた。英語で書くことができなければ日本語でもいいと言

ったが、ひらがなを書くのも大変そうだったらしく、自分たちが小学校低学年のとき、確かにひらがなを書くことすら苦労していたと思うと感じた。個人差はもちろんあるが、もう少し小学生のレベルを把握するべきだったと思う。今回の反省を生かしてまたこのようなイベントを開催したい。



*写真 ビンゴカード

- From 0

From 0は2年生のときにもフィールドワークで訪問したところで、大鰐町にあるカフェであり、夜はバーとして営業している。ここは大鰐町出身である山本さんと坂本さんがUターンをして築50年の元菓子店を改修し出店したお店である。地元大鰐町の地域活性化に貢献したいという思いで起業を始めた。二人はカフェ開業が目的ではなく、同店を基準に若者が集まったり、大鰐町の魅力を発信したりすることが目的」だという。現在は嶋津さんも加わり3人で地域活性化のために営んでいる。

今回は9月に開催された大鰐町のシャッター通りを活用したフード&クラフトイベント「わぁんどすとーりと」についてお話を伺った。大鰐町のメインストリートである「手古奈通り」と「ゆけむり通り」の約800mにある空き店舗を活用し、ワークショップや飲食店、キッチンカーなどを出店した。商店街で空き店舗となっている店をリスト化し、一軒ずつ交渉して、今回のイベントを開催したという。大鰐町では住民参加型まちづくり事業の補助金として50万受けることができ、この補助金は利益が出ないように活用することというものを条件に使用することができ、3回まで借りることができる。利益が出ないようにといても、旗など今回使用した形に残るものは次回も使うことができるので、次回もっと補助金を他に回すことができる。このマルシェには1500人が訪れ、家族連れや若者、お年寄りなど幅広い年齢層が来たという。また大鰐町以外からも来客があった。普段シャッター街として閑散としている通りが人で賑わった。また、昔の大鰐町を知っているお年寄りは街を懐かしんで歩くことができ、若者は街を歩くことで新しい発見ができ、いい機会になったと言っていた。このイベントを開催するにあたって苦労したことを尋ねると、誰も住んでいない空き家物件が誰の持ち主なのかを探すのに一番苦労したという。

特に持ち主が亡くなっている場合や施設に入っている場合。その子供に連絡を取ることが大変だったという。また、2階に大家さんが住んでいて、1階が物置になっている場合があり、片付けを心配したが、そこは大家さんが片付けてくれて苦労しなかったという。他に苦労した点として、出店者を探すのが大変だったという。その日、他にも別の街でマルシェイベントが入っていて、出店者を探し始めたのが開催まで1か月を切っていたので、断られることもあったため、苦労したという。またこのようなイベントをやりたいと言っていたので次回に向けての改善点を尋ねた。たくさんの改善点が見つかったが、まず1つ目は、ボランティアスタッフが飽きないように各担当場所をシフト制にしたが、通りが800mあるため移動が大変でスタッフが混乱してしまったと言っていた。また、本当であれば歩行者の安全を確保するために道路を封鎖して歩行者天国にするべきだったが、日曜日で車の交通量も平日に比べて多いことや、その通りにある店が車を使う商売のところ、そこに住んでいる人もいるため道路を封鎖することができなかつたため、次回に向けてそこを考えたいと言っていた。今回の改善点を見直し、このようなイベントを開催して大鰐町を盛り上げていきたいと言っていた3人に、若者の行動力を感じた。また、次回はゼミ生でボランティアスタッフをやって力になりたいと思う。

- ハコレコ

ハコレコドットコム株式会社は、「web」というアプローチで地域社会と向き合い、まちをよりよいものにしていくという会社である。具体的には函館を中心とした企業や大学、行政からの案内などのwebサイトを制作している。Webという情報媒体はSNSとは違い若者だけでなく多くの人が見ることや、SNSが受け取った情報をwebサイトで詳しく調べるなど、インターネット社会の現代には必要不可欠なものである。函館市ふるさと納税楽天サイトを制作した際には、制作する前に比べ、納税額が格に増えたという。まさに地域に貢献している企業だと言える。

- 公益社団法人 青森県観光国際交流機構 専務理事 秋田氏への聞き取り

私たちのゼミは主に観光チームと海外チームに分かれているが、その両方に当てはまる議題はインバウンドである。そこで青森県のインバウンドについて、アスパムへ訪問し公益社団法人 青森県観光国際交流機構 専務理事の秋田氏への聞き取りを行った。主な内容としては①青森県のインバウンドについて②インバウンドに力を入れる理由とその効果③インバウンド誘客に必要なこと④我が国のインバウンド戦略⑤ゼミ生からの質問である。青森県のインバウンドとは「青森県を訪れる外国人旅行者」である。青森県のインバウンド数は年々上昇しており、東北では2018年（平成29年）の時点で239,150人で、宮城県の232,310人を超し東北で1位である。インバウンドに力を入れるべき理由としては①日本の人口減少に伴う国内旅行市場の成長に限界があるため②急成長する世界の旅行市場を日本の活力にすることが挙げられる。インバウンド誘致の効果としては、交流人口と旅行消費の拡大や雇用創出、地域のブランド力向上など、地域活性化に幅広い効果が期待できる。インバウンド誘致必要なことはS（セグメンテーション）T（ターゲティング）P（ポジショニング）で、どんなお客様がいるか、どのお客様に狙いを定めるか、狙いとするお客様に約束できる独自の価値は何かである。また、ライバルを知ることや、ウリ（魅力的コンテンツの発掘力・商品製造力）ヤド（上質なインバウンド対応の宿泊施設）ヒト（ターゲット層のニーズを満たす人材）コネ（ターゲット層を誘客する人脈）アシ（円滑な移動環境）の5つの要素が必要になる。我が国のインバウンド戦略は、観光立国

推進基本計画（第4次）を基にコロナ禍を経て、持続可能な形で観光立国復活に力を入れている。大阪万博も開催される2025年に向けて目指す姿として、活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形になっていることと、万博の開催地である我が国が世界的潮流を据えた観光地として脚光を浴び、「持続可能な観光」の先進地としても注目されていることを目標としている。

最後に私たちが事前に準備した質問に答えて頂いた。

(1) 外国人観光客にとって遺跡はどのくらいの注目があるのか？

三内丸山遺跡など、遺跡を回る人は元々遺跡に興味があったり、知識があったりする人が来ることが多い。反対に弘前城はさくらまつりの知名度があるため、訪れる人が多い。遺跡の関係者側も、インバウンドで来てもらえるよう様々な工夫をしている。

(2) 青森県のマイクロツーリズムはどのようなものか？

青森県はコロナ前からマイクロツーリズムに取り組んでいた。マイクロツーリズムといえば観光客向けの施設や自然などのイメージが強いが、スコープ三味線や味噌カレー牛乳ラーメンなど様々なローカルコンテンツをPRしていて、それはどれも季節関係なくロングテールで楽しめるものをPRサイトに記載している。

(3) バウンド対応として、英語を話すことができる人材はどのように確保するのか？

全国的に人材が不足しているため、翻訳機などのAIを活用している。また、長期で滞在する富裕層向けには、観光を通して通訳をしてくれるスルーガイドを利用している人もいる。

(4) 外国人観光客はどのように観光する場所を決めているのか、その情報媒体はどのようなものか？

情報媒体として一番多いのは友人・知人の話である。その他、SNSや動画サイト、トリップアドバイザーやgoogleマップを利用している人が多い。

(5) コロナの前後で観光はどのように変化したか？

まず内部の問題として、コロナの時にリストラなどもあったため、急なコロナ後の観光客の需要にすべて答えられていない。労働基準法で一人の人に働かせる時間も限られるため、例えばさくらまつりの時期にホテルでお昼ご飯だけ食べようという観光客がいても、人手不足のせいで受け入れができない。また、バスやタクシーも人材が不足しているため、チャーターができないことがある。人手不足でホテルの価格帯が高騰しているため、ホテル側はお客様に納得してもらえる付加価値をつけたものを提供しているところもある。

外部については、外国人はコロナ前に比べてほとんど変わらないが、日本人はコロナ前に比べて行動範囲が狭まり、行動しなくなったという。また、安さではなく、より質の高いものの需要が高くなっている。

2 青森県のマイクロツーリズムについて

フィールドワークで秋田氏から聞き取りを行った際に私を感じたことは、これからの観光には自分の地元や日本各地の隠れた魅力を再発見することだと思った。それはマイク

ロツーリズムである。マイクロツーリズムの意味は、自宅から1時間から2時間県内の地元または近隣への宿泊観光や日帰り観光である。公共交通機関の利用を避けた自家用車による移動を中心とし、地域の魅力の再発見と地域経済への貢献を念頭に置いた旅行形態である。かつて観光といえば主要都市というイメージがあったが、近年観光客が集中することによるオーバーツーリズムの問題が深刻となっている。また、コロナ禍による影響で人込みを避けて近場を観光する文化が広まっている。それも踏まえて、マイクロツーリズムは遠出をすることなく地元を観光し、地域の魅力の再発見につながり、オーバーツーリズムの問題の解決にもつながるため、今最も重要な観光だと言えると思う。私自身、高校生の頃までは東京や大阪などの都会への観光しか考えてなかったが、大学生になり、奥入瀬渓流や蕪島神社、紅葉など青森県内を観光することが増えた。それまで一度も訪れたことがなかったので自然や景色、歴史的建造物を見ることで、改めて地元青森県の魅力を再発見した。そこで、青森県が取り組んでいるマイクロツーリズムについて調べた。

① 縄文遺跡をまわるマイクロツーリズム

世界遺産「北海道・北東北の縄文遺跡群」の構成資産 17 席遺跡のうち 8 遺跡が点在する青森県は「縄文」をテーマにしたマイクロツーリズムに最適なエリアである。

・三内丸山遺跡

2200 年 現在から約 5900～4200 年前) の大規模な集落跡が見つかった。たくさんの竪穴建物跡や掘立柱建物跡、盛土、大人や子供の墓などの他、多量の土器や石器、貴重な木製品、骨角製品などが出土した。令和 3 年に (2021 年) 7 月には三内丸山遺跡を含む「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界遺産に登録された。



画像 2 三内丸山遺跡

・小牧野遺跡

三重の環状列石で一部は四得重となり、直径 55m の最大級を誇る。縦に置いた石両隣に横長の石を積み重ねるといった組み方は「小牧野式配列」と呼ばれている。



画像3 小牧野遺跡

・亀ヶ岡石器時代遺跡

縄文時代晩期の遺跡でここから出土した地点付近の遺物は造形が優れ、国の重要文化財に指定された「遮光器土偶」がよく知られている。実物は東京国立博物館に所属されている。



画像4 亀ヶ岡石器時代遺跡

・石神神社

小牧野遺跡の南側、入内地区の山奥にある神社である。社殿の裏にある、人の顔のように見える岩がご神体で、昔は目にあたる部分から水が湧き、村人の眼病を治したという言い伝えが残る。



画像5 石神神社

・津軽金山焼

金山地区の粘土を使い、高温で焼き上げる「津軽金山焼」。独特の風合いを持つ焼き物の展示販売の他、縄文土器づくり体験を行っている。縄文時代にタイムスリップした気分で作ることができる。



画像6 津軽金山焼

② 星野リゾート青森屋

星野リゾート青森屋は「青森の原風景」を作り上げている。馬と密接に暮らしてきた青森らしく、古民家の並ぶ小径には馬車が巡り、随所に歴史ある祭の熱気や雪国の暮らしが紡いできた伝統工芸がちりばめられている。ねぶたの熱気が365日感じられるねぶたの装飾や祭り囃子を感じることができる他、南部裂織や津軽塗の体験、青森の郷土料理、源泉かけ流しの温泉などが楽しめる。青森屋だけで1日過ごせるようなテーマパークで、青森県外の観光客だけでなく、地元民も楽しむことができる。



画像7 星野リゾート青森屋 内装

③ 弘南鉄道「わのパス」を使った平賀、黒石観光

弘南鉄道の「わのパス」とは弘前駅と黒石駅を結ぶ弘南鉄道の弘南線の1日乗り放題パスに盛美園の入場券と鳴海酒造のお猪口プレゼントが付いた企画乗車券である。価格は大人1人1100円で、とてもお得な乗車券である。この他にも平賀、黒石には猿賀神社や個こみせ通りなど情緒溢れる様々な風景を楽しむことができる。

・盛美園

盛美園は明治 35 年より 9 年の歳月を費やして作庭された庭園である。武学流の真髄を示した名園と言われ、築山庭造伝や造庭秘書伝の形式を忠実に再現したものである。また、ジブリ映画「借りぐらしのアリエッティ」の舞台の参考にされたことでも有名である。



画像 8 盛美園 外装

・鳴海酒造店

「菊乃井」でおなじみ、鳴海酒造店は黒石市の文化 3 年（1806 年）から続く酒屋である。青森県産のお米と酵母、そして山々の雪解け水に由来するまろやかな伏流水を使ったお酒を造っている。「わのパス」を使ってお猪口と引き換えできる他、地酒の試飲体験も行うことができ、観光客が青森県の地酒を楽しむことができるだけでなく、お酒が好きな地元民も楽しむことができる。



画像 9 鳴梅酒造店

3 まとめ

今回のまとめレポートを書いて感じたことは、自分が当初研究したい、卒論で書きたいと思っていたことが変化したということだ。私は最初、青森県は冬の観光が弱いため、冬の観光について書こうと思ったが、フィールドワークを通して様々な方からお話を伺ったり考えを膨らませたりしていくうちに、あれもこれも調べたい、書きたいとなり、最終的に自分は何を研究したいかさまよってしまった。しかし、私はずっと観光に興味があり、今の時代

における観光とは何だろうと考えた結果、マイクロツーリズムについて調べたいと考えた。自分の地元である青森県にはまだ知らない観光地や食べ物、文化があり、それを調べていくことで地域にどのように貢献できるか考える機会になり、地元のことをもっと好きになれると思う。また、今後は自分が考えたマイクロツーリズムの観光ツアーを考え、実際に行ってみたい。

〈参考文献〉

ハコレコ

星野リゾート青森屋

鳴海酒造店

国指定名勝「盛美園」

まるごと青森

ラ・クラ 大人のための北東北エリアマガジン

特別史跡 三内丸山遺跡

秋田氏 資料

コミュニティ MICE 方式のフィールドワークゼミナールの経験から

上坂 和香

1 目的

私たちは「海外への青森県の魅力度発信と認知度の向上」をメインのテーマとし、様々な場所でのフィールドワークを行ってきた。（2023年4月～7月）

2 活動内容

まず話を進めていく上にあたり、とある人物の紹介をさせていただきたいと思う。この方は、たくさんのフィールドワークに協力してくださり、私たちがテーマを達成するにあたっての手助けをしてくださった。



名前：ロージャー・L・ジュニアさん

フィリピンで英語を教えている。

日本の来日経験があり、日本のアニメやマンガといった文化が好きだという。

*写真 ロージャーさん

①青森市駅前探索

一回目のフィールドワークでは青森市庁前や駅前付近を探索した。まず初めに訪れたのは【21あおり産業総合支援センター】である。ここでは青森県内の中小企業や起業したい人向けの支援を行っている。所長の加藤さんからお話をしてくださった。いま私たちにもとめられていることや、今後かなえていかなくてはならないことなど青森県が抱える多くの課題について詳しくお話してくださった。



*写真 21あおり産業総合支援センターでの取材の様子

次に訪れたのは【A-FACTORY】である。A-FACTORY は青森駅から徒歩2分にある飲食・物販ショップやシードル工房から構成される複合施設。ここには青森県内各地のお土産が置いてあった。また駅やねぶたの家ワラッセにも近いということでアクセスがいいという点

もポイントであると感じた。お土産だけではなく青森県産の食材を使ったハンバーガーやアップルパイ、ジェラートも販売していた。新たなスポットとして青森県の魅力発信に役立つのではないだろうか。



*写真 【A-FACTORY】とねぶたの家ワ・ラッセ散策の様子

②Café&Bar FROM 0 (大鰐町)

2回目と3回目のフィールドワークでは大鰐町にあるカフェ&バーフロムオーを訪れた。フロムオーは大鰐町出身のせいやさん、ようじろうさん、しょうたさんの三人が経営している。手軽な値段でお昼時にはサンドイッチやドリンク、軽食を提供している。経営している三人は一度地元から離れて働いていたが、大鰐町のために何かしたいという思いから大鰐町に帰ってきたということであった。また、店舗も業者をお願いするのではなくYouTubeなどを見ながら自分たちでリフォームしたそうだ。またその様子を配信するなどして、オープン前からのファンの獲得も行ったということであった。地域の方もよく利用しているのが見受けられたり、地元の小学生が下校中声をかけたりして地元の方からも愛されているのだなと分かった。また、ロージャーさんとzoomをおこなった。私はあまり積極的に会話に入ることはできなかったが、フロムオーの三人は積極的に英語でコミュニケーションをとっていて、何でもやるぞという気持ちが伝わってきた。だからこそこのお店をオープンさせ地域の方々から愛されているのだと感じた。



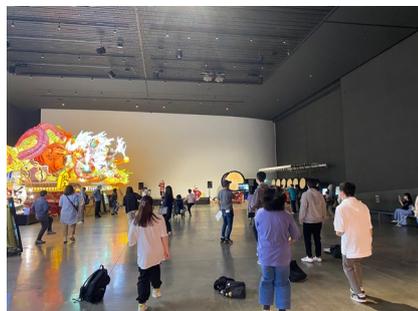
③青森県立美術館

4回目のフィールドワークでは青森県立美術館を訪れた。ちょうど庵野秀明展をやっていて、平日であったが来館者は多いと感じた。私は常設展示の方にいった。青森県出身のアーティストの奈良美智や版画家である棟方志功などの作品が多く展示されていた。やはりメダンのあもり犬は迫力があり見ている人を圧倒するようでした。常設展も年に何度か入れ替わるようで、定期的に変わることで次の展示は何があるのだろうかといった高揚感があり、リピーターの確保につながっているのだと感じた。ロージャーさんには企画展である庵野秀明展にいったゼミ生が話をしていた。ロージャーさんはエヴァンゲリオンが大好きだそうで興味津々に話を聞いていた。



④ねぶたの家ワ・ラッセ

5回目のフィールドワークではねぶたの家ワ・ラッセを訪れた。ねぶたの家ワ・ラッセではねぶたの歴史を紹介するコーナーがあったり昨年の最優秀作品を展示していたりして、夏だけでなくねぶた祭りの熱気を感じられる施設であった。また、ねぶたの跳人体験では生の太鼓や笛、鐘の演奏に合わせて「ラッセラー」と掛け声をかけながら跳ぶ体験があった。その様子をロージャーさんと zoom で繋がりながら紹介した。ロージャーさんからはフィリピンのお祭りについて教えて頂き、各国の伝統的な文化に触れることができたと感じた。



⑤スタートアップセンター

ねぶたの家ワ・ラッセを訪れたあと、駅の近くにある商工会議所1階にあるスタートアップセンターを訪問させていただいた。ここでは起業・創業したい人がプロの方からのアドバイスを受け起業・創業の支援をしていくという施設である。そこでは青森県で行われてきた新規事業についてお話して下さった。

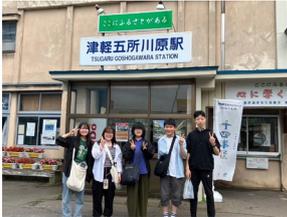
⑥道の駅なみおか アップルヒル

6回目のフィールドワークでは道の駅なみおかアップルヒルを訪れた。そこではロージャーさんとズームでつながりながら小山せんべいやアップルパイ、ジェラートなど食べている姿をお見せした。ロージャーさんにはお礼もかねてアップルパイや塩、小山せんべいをプレゼントするために購入した。また、道の駅では安く野菜が売っていたり手作りのお菓子が売っていたりと地元の人の支えがあってから成り立っているのだなと感じる点も多々あった。人気の理由も納得できる店であった。



⑦コミュニティレストラン 「でる・そーれ」

7回目は津軽五所川原駅とその近くにあるコミュニティレストラン「でる・そーれ」を訪れた。津軽五所川原駅はストーブ列車の時刻表が貼ってあったり、改札が昔のまま残っていたりとレトロな雰囲気が漂う駅でした。また駅構内にはストーブ列車で使われる石炭をイメージした石炭クッキーや太宰治をイメージした商品がおいてあった。



旅の思い出として買うのも楽しいと感じた。そのあとすぐそばにあるコミュニティレストラン「でる・そーれ」を訪れた。ここでは営業時間が短いこともあり自動販売機での商品の販売を取り入れていた。ここでお昼ご飯を頂いた。私は炊き込みご飯と津鉄汁を頂いた。またここでは太宰治が愛したといわれている若生おにぎりもあり、食事で青森を満喫することもできる。店員の方たちは皆さん気さくで zoom での対話中も積極的に交流してくださった。また、おすすめの観光スポットなどの情報も教えてくれるので、食べた後電車に乗って向かうのもたのしいのではないかと感じた。



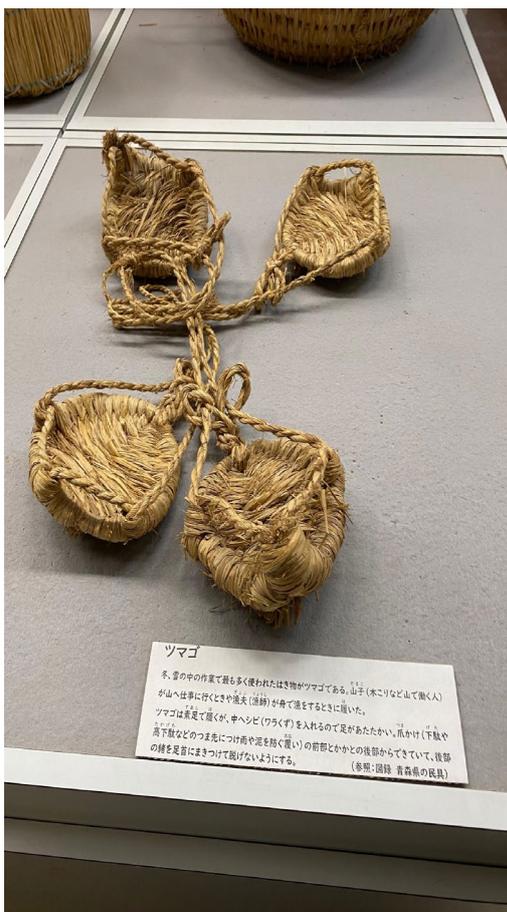
⑧田舎館村田んぼアート&遊稲の館

最後に訪れたのは田舎館村の田んぼアートである。ここは全国的にも有名な田んぼアートであり、実際に見ると迫力があって圧倒される。今回は第一会場では青森県出身の版画家棟方志功の生誕 120 周年を祝して「門世の柵」とオランダの画家ヨハネス・フェルメールの「真珠の耳飾りの少女（青いターバンの少女）」が稲で表現されていた。下から見るとなんとなくの雰囲気ではかわからなかったが、展望デッキから見ると見事に遠近法が用いられており圧倒されるような田んぼアートであった。第 2 会場は週刊少年ジャンプで大好評連載中の「ONE PIECE」の田んぼアートであった。こちらも第 1 会場同様迫力があって見ごたえがあった。クオリティも高く稲だけで表現しているとは思えないほどであった。ロージャ

一さんにも zoom を通じて見せたら、興味を持って見てくれた。海外の人にも人気があるキャラクターなので、アピールの仕方次第では来場者が増えるのではないかなと思った。



遊稻の館では稲作において使用される道具の展示があったり、古代米が売られていたりした。今回は古代米を使用したサイダーと古代米を使用した焼きおはぎを頂いた。その近辺でとれたものや出土した遺跡をイメージして作られており、他にはない感じがしてとても良いと思った。



3 まとめ

私たちはロジャーさんとの Zoom での交流を通じて、青森県の魅力を海外に発信し青森県の認知度や魅力度を広めるためにできることを考えるということを目的にフィールドワークを行っていた。今回行ったフィールドワークにはロジャーさんがたくさん協力してくださった。海外へのアプローチとして実際に海外の方と話してみることが確実に魅力を伝えることができる有効な方法の1つである。しかし、不特定多数の人に伝えるためにはほかにどのような方法があるのか考えてみた。

不特定多数への発信方法として一番に挙げられるのは SNS の活用である。SNS は不特定多数の人に情報を発信することができる有効的なツールではあるが、注目を浴びて人気に火が付くということは簡単ではない。日本国内での認知度を高めることも容易ではないと感じるのに、ましてや、海外となると言語や文化の壁が大きいと困難であると考えてるのが妥当だ。今回訪れたほとんどのお店や施設はインスタグラムやホームページを持っていた。この SNS などを活用して集客、情報の発信するために行えることはなにかあるか考えてみたい。

①英語版の HP や翻訳した文章を載せる

英語のみならずヒット数の多い国の言語を載せることも、海外の人がヒットしやすくなる有効的な方法ではないかと考えられる。

②文化や習慣に合わせた広告・広報活動を行う

アプローチしたい国の文化や習慣に少し近づけてみることで親近感を与え青森県に来たい、食べたい、体験したいなどの気持ちが生まれるかもしれないと考えられる。

(入口が近い事で第1歩を踏み出しやすいのでは無いかと予想)

③SNS 広告を出すこと

お金がかかってしまうのが問題点ではあるが、どの人でも見られるという利点はある。しかし、差別化を図れないと他のものに埋もれてしまう可能性もあるので注意することが必要である。

海外に向けて発信するといっても簡単ではありません。長期的な視野で物事を考えなくてはならないでしょう。現在はトレンドの期間が短くすぐに移り変わるからこそ、一回成功したからと言ってまた成功するとは限りません。だからこそ PDCA を繰り返し成功に繋げていかなくてはならないでしょう。私たちにできることがあるのか今後も考えていきたいと思えます。

4 感想

今回のフィールドワークを通し、私は青森県の魅力を新たに知ることができたのではないのかと感じる。青森県で生まれ育ったが青森市や五所川原などの津軽のほうにはなかなか来ることがなく知らないところや名前だけ知っている場所もたくさんあった。県内にいても知ることが少ないのだから、全国・海外に発信するとなればさらに難しいと考えられるだろう。そのためには上記のまとめにも乗せたような取り組みを行っていくことが重要かもしれない。しかし、簡単にできていたら、今現在青森県は世界的にも有名になっているだろう。一筋縄ではいかないからこそたくさんの改善の余地がある。そのためにはインターネ

ットだけで情報を知るのではなく実際に出向いていい面も悪い面も理解した上で進めていかななくてはならないだろう。百聞は一見に如かずというように自分の目で見たからこそ湧き上がるアイデアだって出てくるはずだ。今回経験したことを生かして今後も外国との交流や地元を支えられるような人材になるために尽力していきたいと思う。

以下、ゼミで実施した内容を以下の研究大会で報告（英語、Zoom）している。報告内容を日本語にしたものをそのまま掲載する。

2023年11月16日 セブノーマル大学主催、第10回国際、第11回国内研究大会<The10th International and 11th National Teachers and Education Students' Conference (TESTCon) 2023年11月16日 (Zoom) >

活動から得た目的達成への展望

調査研究協力者～芦澤蓮、石田佳一郎、稲津晴也、上坂和香、館石凜太郎、西村桃華
渡辺夏海（以上、遠藤研究室自己の探求ゼミメンバー）、Roger.L.jr
報告者～石田佳一郎、上坂和香

石田佳一郎

これから私たちの発表を始めます。こちらは調査研究協力者一覧です。

私たち遠藤ゼミは、青森県の魅力を海外に伝えるという目的を達成するために、国際交流をしながらフィールドワークを行うという斬新なスタイルで活動を行ってきました。今回の場合について説明すると、私たちはフィリピン出身の研究協力者である Roger.L.jr さんを招いて、英語を活用した青森の観光スポット紹介活動を行いました。この取り組みを通じて、青森の魅力を深掘りし、英語スキルを向上させる貴重な機会を得ることができました。

こちらはプレゼンの概要です。私たちがフィールドワークで訪れた場所の紹介、そこから得た洞察をもとに考えた目的達成への提案、要約の3つです。

私たちがフィールドワークで訪れた場所をいくつか紹介します。

A-FACTORY は青森駅の近くにある。青森県のお土産を買うことができます。

ねぶたの家わ・らっせは青森の伝統的な祭り「ねぶた」が楽しめます。来館者は本番さながらの「跳人体験」を楽しむことができます。

動画は実際のねぶたの跳人体験の様子です。

次に飲食店を紹介します。

大鰐町にある「FROM-0」というカフェ&バーです。大鰐町出身の3人が経営していて、おい

しいサンドイッチを味わうことができます。地元の人に愛されているお店です。

五所川原市にある「でる・そーれ」。青森県出身の文豪、太宰治が愛したといわれる昆布を使ったおにぎりが味わえます。近くの駅には冬になると「ストーブ列車」が走ることから、お店では石炭を模した黒いクッキーが売られています。

青森県立美術館は青森県出身の芸術家の作品を展示しています。中でも有名なのは、奈良美智画伯の「アオモリ犬」と呼ばれる大きな犬のオブジェです。私たちが訪れたときは、エヴァンゲリオンの作者を特集した特別展も開催されていました。

田舎館村の田んぼアート。田舎館村は全国的に有名で、毎年多くの人が田んぼアートを見に訪れます。今年は第1会場が棟方志功とフェルメールの絵画、第2会場がワンピースのイラストでした。

アップルヒルは浪岡にある道の駅です。おいしいアップルパイが食べられます。ジェラートやせんべいも買う事ができます。市外や県外からの観光客もたくさんいましたが、地元の方もたくさんいました。

私の今後の展望とまとめをお伝えします。

SNS を活用した海外へのアプローチ

-全世界に発信できるため、国内外への PR に有効です。また、zoom や Googlemeet、Microsoftteams などを使って対話しながら学ぶのも海外にアプローチする良い方法だと思います。

外国人が知りたい情報を聞く。

-実際のニーズを知ることが、具体的な行動につながります。

まとめ

海外に情報を発信し、広めていくことは容易ではありません。だからこそ、お互いのニーズを満たせる状況を作ることが重要だと考えています。

次に、私（石田佳一郎）の意見について話します。私はフィールドワークを通して、地域住民と外国人の考え方の違いを活かすことができれば、目標達成につながるのではないかと考えた。特にそれを感じたのはアップルヒルです。例えば、地元の人ほとんどは「おいしい食が沢山ある場所」と考えているが、県外から来た人々は「青森にはこんなにも色々な食があるのか」と驚いていた。この経験から、私はこのようなサイクルを思いついた。過程は4つに分かれており、1つ目は外国人のニーズを知る。2つ目はそれを特定の産業に報告する。3つ目は、新しい商品・サービスなどの開発を促進する。最後に、新しく開発したモノの評価の分析です。しかし、外国人のニーズを知るための方法が分からないという問題が出てくる。そのために、外国人のみの観光ツアーを開き、アンケート調査を行いたいです。

最後に、プレゼンの要約について話します。私たちは海外へ魅力を伝えるため、単に英語を使用するだけでなく、外国人の視点を取り入れた PR 活動が重要だと考えました。これで私たちの発表を終わります。

zoomでの海外交流



ロージャー・L・ジュニアさん

(株) レアジョブ、チューター、
フィリピン大学ディリマン校卒業 教育学士

何度か来日している方で、
彼に青森の良さを紹介しながら
フィールドワークを行った。

日本のアニメや漫画が好きで、
この時はハリーポッターの衣装を着て
zoom参加してくれました！



図1 フィールドワークにフィリピンのRoger氏をZoomで招待し、大鰐町From0で交流（PCは、オンラインZoom）

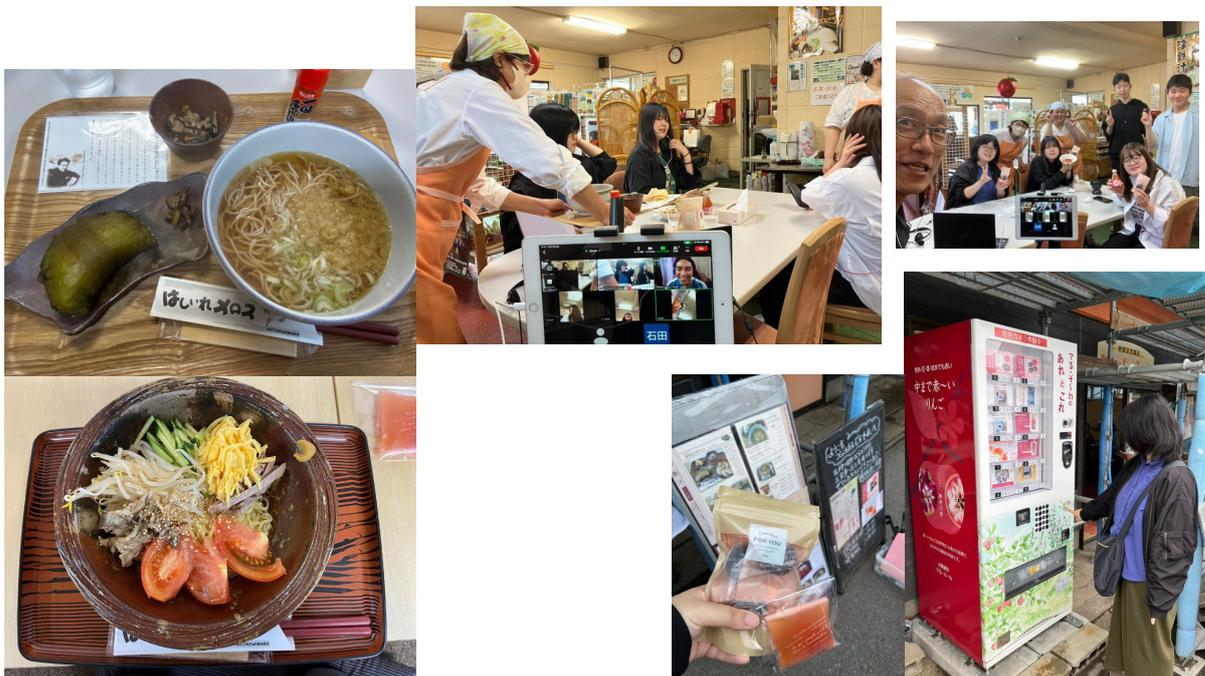


図2 フィールドワークにフィリピンの Roger 氏を Zoom で招待し、五所川原津軽鉄道駅前コミュニティ・カフェ「でる・そーれ」で交流 (PC は、オンライン Zoom)

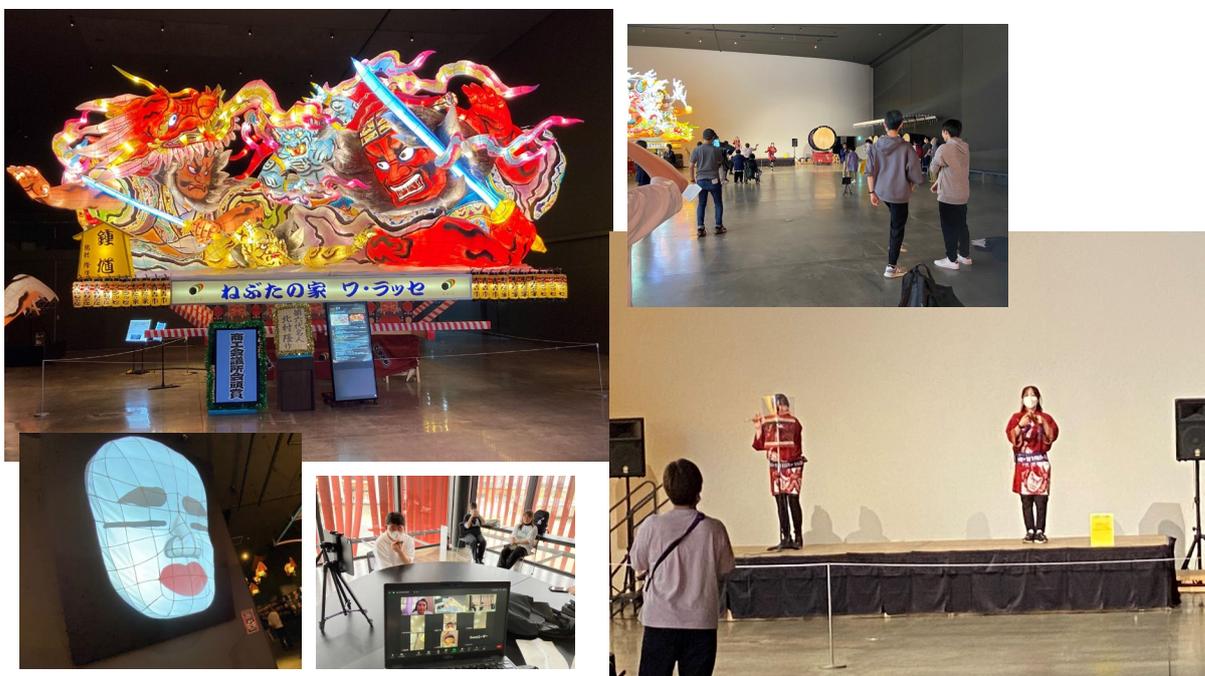


図3 フィールドワークにフィリピンの Roger 氏を Zoom で招待し、青森駅前「ワラッセ」で交流 (PC は、オンライン Zoom)

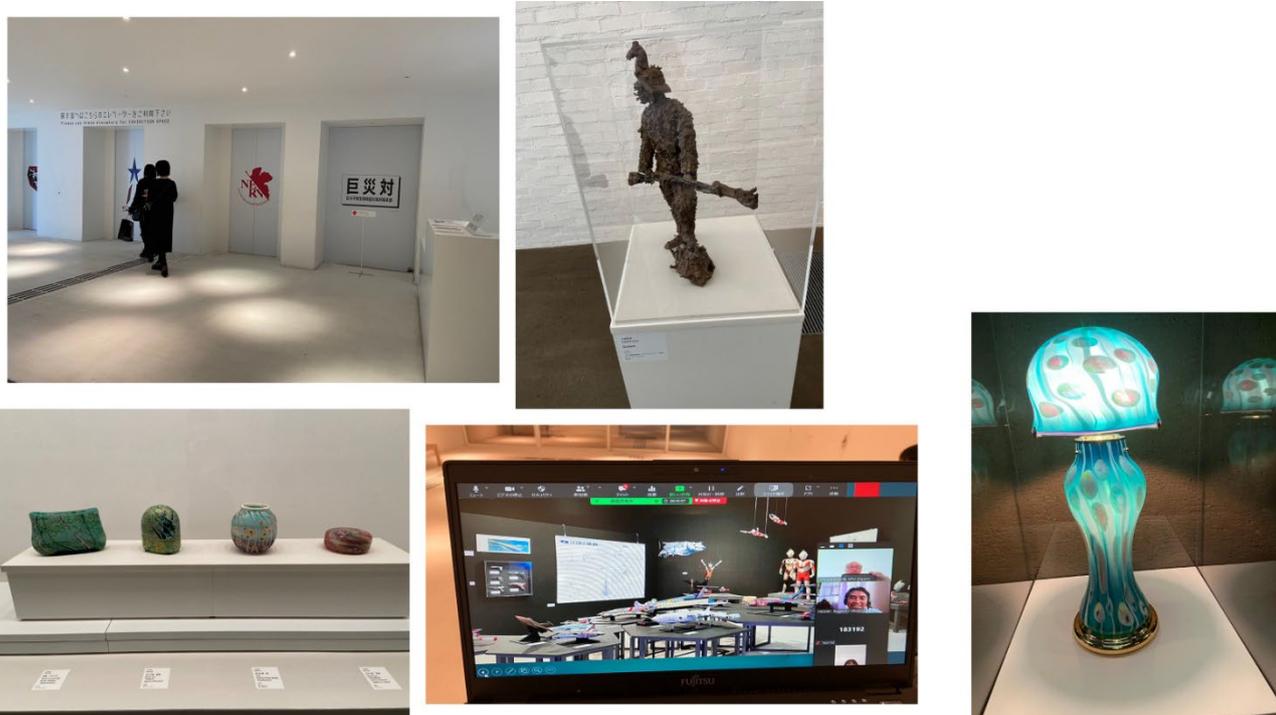


図4 フィールドワークにフィリピンの Roger 氏を Zoom で招待し、青森県立美術館で交流（PC は、オンライン Zoom）（なお、撮影は許可を得て行っている。）



図5 フィールドワークにフィリピンの Roger 氏を Zoom で招待し、青森浪岡の道の

駅「アップルヒルズ」で交流（PC は、オンライン Zoom）

*この後、Roger 氏には、青森の特産品を海外宅急便で送っている。（今後の国際貿易の方法にもつながる取り組みとなった）



図6 フィールドワークにフィリピンの Roger 氏を Zoom で招待し、田舎館村の「田んぼアート」を紹介。（PC は、オンライン Zoom）

出典：石田佳一郎作成

PPT

少人数フィールドワーク型ゼミナールプロジェクト方式前後の参加学生自己評価の変化
(遠藤哲哉)

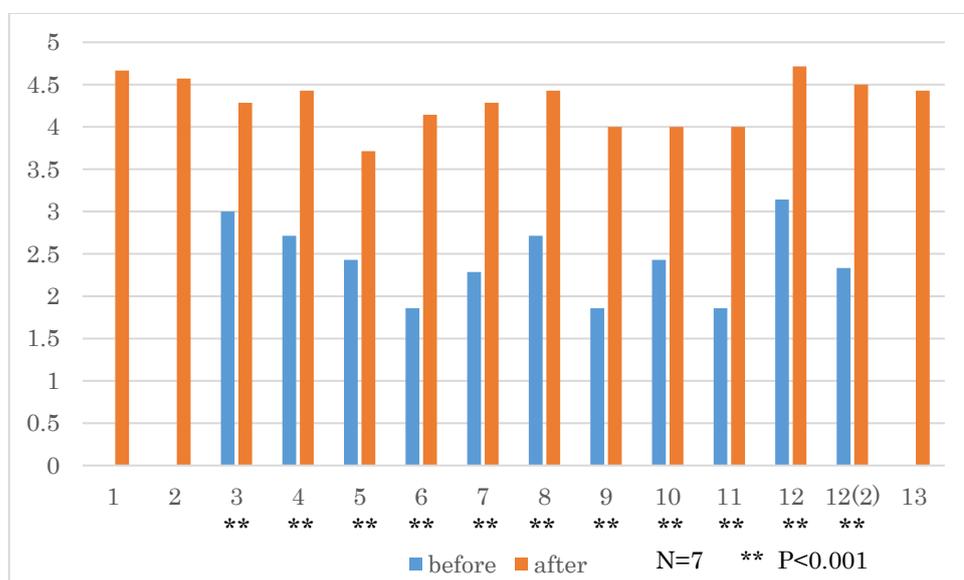


図1 少人数フィールドワーク型ゼミナールプロジェクト方式
(グローバル・コミュニティ MICE 方式) 前後の参加学生自己評価の変化
2023年7月14日実施 遠藤研究室

本プロジェクトは、本学地域みらい学科における少人数フィールドワーク型ゼミナールと連携する形で実施された。遠藤研究室では、1年生、3年生、4年生が対象となる。その中で、以下の分析は、1年生 N=7 人を対象としたものである。期間は、2023年4月～7月及びその中から有志数名の課外活動 9月～11月の期間で実施した。フィールドワークは、青森市を中心に県内である。また、この期間、フィリピンマニラ在住の Roger 氏に協力を得た。Roger 氏とは Zoom 及び Skype でコミュニケーションを実施した。学生との教室及びフィールドワークオンライン交流は、Zoom で行った。

2023年4月に1年生を対象とした「自己の探求」少人数フィールドワーク型演習を実施。今年度は、4月に各担当の教官の自己紹介を行い、5月～7月にかけて、フィールドワークとゼミナール、そして7月中旬に各ゼミまとめの報告会を行った。遠藤ゼミへの配属は7名であった。出身地は、青森県出身4人、秋田県、山形県、山梨県各1人である。

遠藤研究室では、できるだけ簡単なHPを創り、各時のプロフィールをそこで紹介し、交流のきっかけづくりと、ゼミの内容を各自でまとめるネットワーク内の“場”を創っていくことを奨励した。また、日本語ばかりでなく英語でも創っていくことを勧めた。

4月の段階で、ヴァーチャル(仮想)空間を活用しながらメンバー同士で交流していくこととした。私のHP(グーグルサイト)に、「自己の探求」遠藤研究室の共有HPを仮設定し、各学生のHPとリンクさせた。

最初は、写真数枚、簡単な自己紹介程度(パワーポイント)でかまわないことにし、できる範囲で、マイペースで実施することとした。少しずつ作成し、「自己の探求」演習期間が終了する7月中に完成させるペースとした。また、メンバー間のコミュニケーションは、グループLINEで行っていった。

アンケート調査期間は、2023年4月から7月。対象者は、1年生7人(N=7)。リッカート5件法(前後)。なお、回答にあたり、事前に参加者にはゼミの単位評価とは無関係であることを伝えている。

図中の番号は、各質問番号を示し、以下の内容である。

- ①あなたは、今回のプロジェクトに参加して、どの程度良いと感じますか？
- ②この国際好悪流を通じて、国際的な視点から地域リーダーシップの向上に、どの程度役立つと感じますか？
- ③あなたは、このプロジェクトを始める前と後で、英語を学ぶことに対して、どの程度モチベーションが上がっていますか？
- ④あなたは、今回のプロジェクトの前と後で、どの程度コミュニティ振興に対して、新しいアイデアや新しい見方を行うことができましたか？
- ⑤あなたは、このプロジェクトを通じて、英語を以前より学習しようとどの程度努力しましたか？
- ⑥あなたは、このプロジェクトによって、国際的な交流をどの程度行えたと感じましたか？
- ⑦あなたは、このプロジェクトを終えて、どの程度、今後国際的な交流を行っていきたいと感じましたか？
- ⑧あなたは、このプロジェクトを通じて、どの程度実用的な英語学習に関心をもつようになりましたか？
- ⑨あなたは、このプロジェクトによって、どの程度、このような方式（フィールドワーク、Zoom 活用）で英語+ α の学習を続けてみたいと思いましたか？
- ⑩あなたは、このプロジェクトを終えて、どの程度、今後国際的な交流を行っていきたいと感じましたか？
- ⑪あなたは、このプロジェクトを通じて、どの程度「海外オンライン交流学习方式」に関心を持つようになりましたか？
- ⑫あなたは、このプロジェクトを通じて、英語学習は、どの程度効果的だと感じましたか？
- ⑫(2)あなたは、このプロジェクトを通じて、地域経営学習は、どの程度効果的だと感じましたか？
- ⑬このプロジェクトを他の人にどれだけ勧めますか？

アンケート調査の分析は、以下の通りである。

①あなたは、今回のプロジェクトに参加して、どの程度良いと感じますか？の質問に関しては、平均 4.67 の高い数値であった。②この国際交流を通じて、国際的な視点から地域リーダーシップの向上に、どの程度役立つと感じますか？この質問は、地域リーダーシップへの効果についてのものであるが、この質問への回答については、平均 4.57 の高い値であった。③あなたは、このプロジェクトを始める前と後で、英語を学ぶことに対して、どの程度モチベーションが上がっていますか？この質問に対して、プロジェクトの前後で、3.0 から 4.29 と英語学習へのモチベーションが有意に高くなっている。

④あなたは、今回のプロジェクトの前と後で、どの程度コミュニティ振興に対して、新しいアイデアや新しい見方を行うことができましたか？この質問は、コミュニティ・イノベーションへの関心度合いを聞いたものであるが、プロジェクトの前後で、平均 2.71 から 4.43 へと優位に高くなっている。⑤あなたは、このプロジェクトを通じて、英語を以前より学習しようとどの程度努力しましたか？この質問は、英語習得への努力実施の度合いを聞いたものであるが、プロジェクト前後で、平均 2.43 から 3.71 と有意に高くなっている。

⑥あなたは、このプロジェクトによって、国際的な交流をどの程度行えたと感じましたか？この質問は、国際交流への実践感覚を聞いたものであるが、プロジェクト前後で平均 1.86 から 4.14 に大きく高くなっている。⑦あなたは、このプロジェクトを終えて、どの程度、今後国際的な交流を行っていきたいと感じましたか？この質問は、国際交流への志向を聞いたものであるが、これも平均 2.29 から 4.29 と有意に高い値になっている。⑧あなたは、このプロジェクトを通じて、どの程度実用的な英語学習に関心をもつようになりましたか？この質問は、実用的な英語学習への関心を聞いているが、プロジェクトの前後で平均 2.71 から 4.43 へと高くなっている。

⑨あなたは、このプロジェクトによって、どの程度、このような方式(フィールドワーク、Zoom 活用)で英語+αの学習を続けてみたいと思われましたか?この質問は、コミュニティ MICE 方式を念頭においたこのプロジェクトの前後で、意識の変化を聞いたものであるが、平均 1.86 から 4.0 と有意に高い数値を得ている。⑩あなたは、このプロジェクトを終えて、どの程度、今後国際的な交流を行っていきたいと感じましたか?この質問は、⑦と同じ質問である。(省略)⑪あなたは、このプロジェクトを通じて、どの程度「海外オンライン交流学習方式」に関心を持つようになりましたか?この質問は、実践方式について実施した海外参加型フィールドワークオンライン学習についての関心を聞いたものである。平均 1.86 から 4.0 へと高くなっている。⑫あなたは、このプロジェクトを通じて、英語学習は、どの程度効果的だと感じましたか?この質問は、プロジェクト方式の英語学習方法の効果を聞いているが、これに対して平均 3.14 から 4.17 へと有意に高い数値になっている。

⑫(2)あなたは、このプロジェクトを通じて、地域経営学習は、どの程度効果的だと感じましたか?この質問は、プロジェクトによる地域経営学習そのものの効果を聞いているが、回答は平均 2.33 から 4.5 へと有意に高い数値になっている。最後に、⑬このプロジェクトを他の人にどれだけ勧めますか?この質問では、本プロジェクトの他者への勧める度合いについて、平均 4.33 の高い値を得た。

アンケート調査記述欄で、参加者は、次のように述べている。

このプロジェクトに参加して、参加の前後で、感じ方がどう変化したかについて、K は、「参加前は海外との交流に抵抗を感じていたが、ネットワークの発達でスムーズに通信できたり、つたない英語でも外国の方が理解しようとしてくれたりしたため始める前と比べ抵抗感がなくなった。英語圏の方じゃなくても自分の学びたい分野の外国の方とオンラインで会話してみたいと思った」と回答している。S は、「県外から来た身としてなにも知らなかった自分が、今ではたくさんの青森の良い点について知ることができて、わざわざ青森の大学まで来て良かったなど思える気持ちになりました」と述べている。

このプロジェクトに参加して、日本人の英語学習方法として、どのように効果的だと感じたかということについては、「実践的な英語の勉強法のため、教科書だけにとらわれずに単語やボディーランゲージを学ぶことができる。所謂『生きた英語』を学習できると感じた」

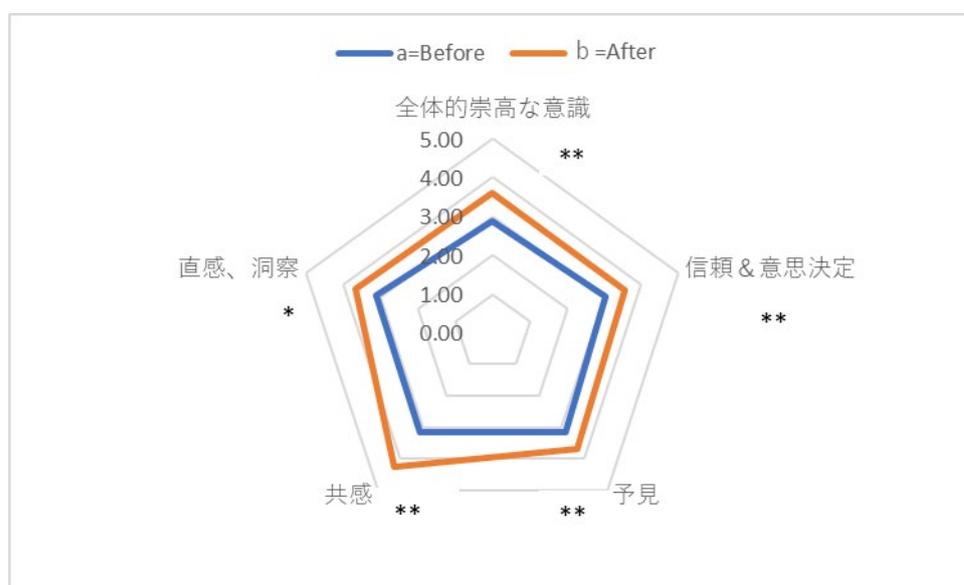
(K)、また、S は、「正直なところ、座学の英語は得意ではないのですが、実際に海外の人と話している時はそんなにダメダメだったというわけではないと感じた。やはり、『楽しみながら』というのが大切で、案外そういった方が英語学習としては良いと感じた」と述べている。

さらに、今回このような企画を実践することは、コミュニティの改善、革新や人材育成にとって、どう感じたか、また今後どのようにするとともに良いと思うかを聞いた。それに対しては、「外国の方と簡単に繋がれるということをもっと広めていくことや、そういった機会を設けることが大切であると感じる。また、簡単だがとても良い経験になるということもアピールできるすべを見つけることが大切であると感じた」(K)と述べている。「自分の知らない世界を楽しみながら知っていくということは、人材育成においてとても効果的であると思う。大学という学びの場において、自己の探求の時間はとても有意義であり、続けていくべきことであると思った」(S)

以上から、今年度実施した少人数フィールドワーク型ゼミナールプロジェクト方式(グローバル・コミュニティ MICE 方式)については、参加学生全体として、プラスの高い自己評価を得ていることが、アンケート調査回答の結果から示されたといえる。今回のプロジェクト(コミュニティ MICE)では、海外のフィリピンから Roger 氏を Zoom で複数回招き、青森観光スポットでリアルタイムオンラインツアーを行った。田舎館村の田んぼアート開催地(田舎館役場屋上展望台、第二展望台)、青森県立美術館、浪岡・道の駅アップルヒル、五所川原津軽鉄道協のコミュニティ・カフェ「でる・そーれ」、大鰐町カフェ・バー「From 0」

などである。アンケート調査から示唆されているように、学生にとって、英語習熟と国際的なセンスを磨けるユニークな学びの機会となったが、フィリピンから Zoom でゲスト参加してくれた Roger 氏にとっても大変楽しい時間を過ごすことができ、その後、青森を新年度にぜひ訪問したく計画していることを私へ伝えてくれている。

このように、我々のコミュニティ MICE のプロトタイプ型地域実験プロジェクトは、今回演習や課外活動を通じて行ってきたが、地元や手元にある地域資源と人材、ネットワークを活用し、カフェ・バーやコミュニティ・レストラン、施設外の展示会（田んぼアート）など、正にユニークアベニューを多く活用したものである。これらの取り組みを通じて、インバウンド・アウトバウンド観光を進め、コミュニティ・イノベーションの創発につなげていくことを意図しているのである。



N=5 ** P<0.01 *P<0.05

図2 プロジェクト参加者におけるキーパーソンシップ項目別平均値の変化 (前後)

この図2は、同じプロジェクトに参加した1年生に対し実施したキーパーソンシップ度の項目別平均値の変化を表したものである。このデータから、プロジェクト参加者におけるプロジェクト前後での変化が示唆された。

新・学習する組織、地域内実装へ

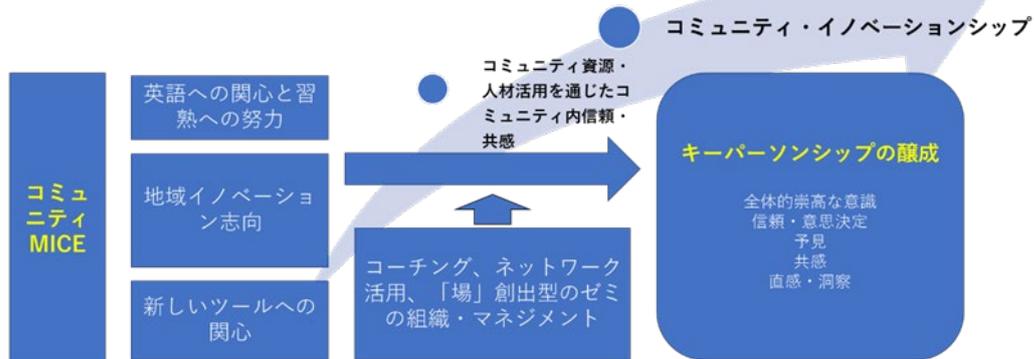


図3 コミュニティ MICE、キーパーソンシップの醸成及びコミュニティ・イノベーションシップ仮説構築

図3は、プロジェクトで行われた仮説図である。コミュニティ MICE のプロジェクトによって、地域リーダーシップとしてのキーパーソンシップ度がどのように変化するかをモデル化し、それを、現段階では、まだ予備テストとして位置づけ、2021 年度から探索的、試行的に実施している。

プロジェクトに参加していた学生に対して、キーパーソンシップ度の自己診断をプロジェクト実施後に実施した。自己診断得点と授業の成績とは全く関係ないことを伝え、2023 年 4 月 1 日から演習期間終了までの自身の変化を自己診断する形で回答している。

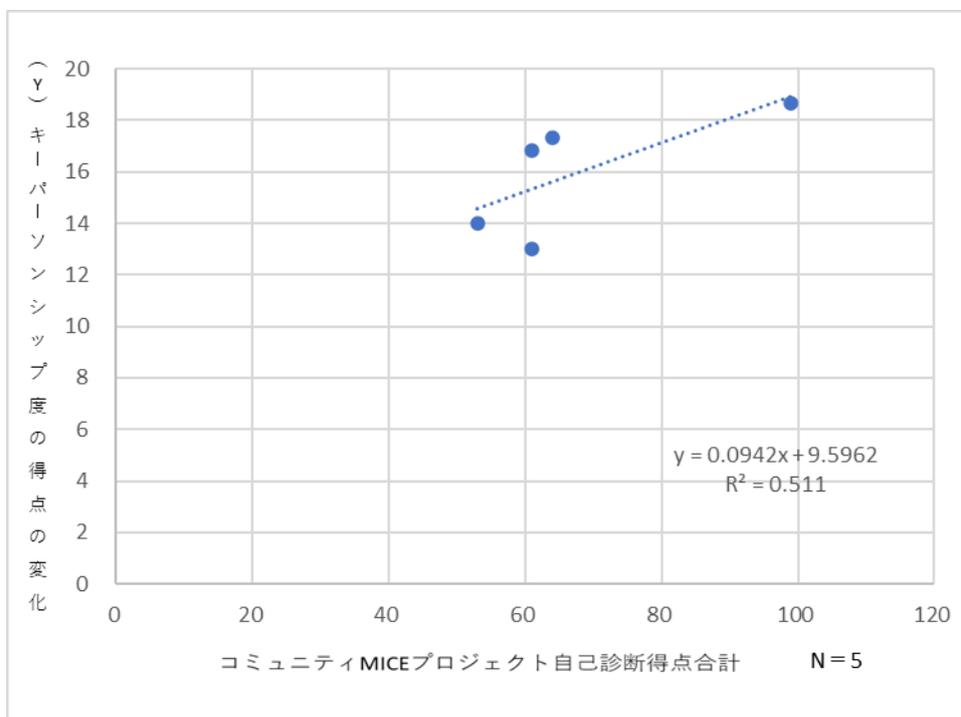


図4 プロジェクトに参加したメンバーにおけるキーパーソンシップ度の回帰分析予備調査

この図4は、「コミュニティ MICE プロジェクトにおけるキーパーソンシップ度の回帰分析予備調査」の結果である。学生コミュニティ MICE プロジェクトにおけるキーパーソンシップ度の変化を、モデルを構成する準備として予備的に捉えたものである。

横軸 (X) は、コミュニティ MICE プロジェクト自己診断得点合計、縦軸 (Y) は、キーパーソンシップ度の得点である。ここから、今回の学生コミュニティ MICE プロジェクトへの参加者は、キーパーソンシップを向上させていることが示唆される。

今回の試行では、コミュニティ MICE プロジェクトの学習成果は、自己診断に回答した項目3から項目12までの合計をプロジェクト開始終了の前後を合計して得た値を使用している。また、キーパーソンシップ度は、同期間について、各自自己診断を行い、その期間前後の合計の増減値を使用している。

以上、コミュニティ MICE プロジェクトについて、1年生のプロジェクト参加学生に対し、プロジェクトの前後でどう意識が変化しているか質問紙調査を行った。内容は、英語を学ぶモチベーション・努力（英語への関心と習熟への努力）、コミュニティ振興や新しいアイデアの創出、見方（地域イノベーション志向）ができるようになったか、国際交流、米国手話・歌活用への関心（新しいツールへの関心）についてである。その後、キーパーソンシップの自己診断を行い、コミュニティ MICE プロジェクトによって、どの程度、どのような形でキーパーソンシップが醸成可能であるか、今後のプロトタイプ型の実践的研究への予備的探索的位置づけで、回帰分析を行った。その結果、コミュニティ MICE プロジェクト参加者の中で、キーパーソンシップ度が高まる傾向が示唆された。なお、コミュニティ・イノベーションシップは、このキーパーソンシップ度と密接な関係があると考えられるが、今後、実証的に研究を進め、明らかにしていきたい。

また、このプロジェクトはゼミの一環として行っているため、ゼミの組織・マネジメント力、効果性が関与していると考えられる。さらに、プロトタイプ型実践の方法を使用している。プロトタイプとは、社会実験的なモデルを構築し、実践を通じて有効性を検証し、そのモデルを実際に動かす際に、有効性が増すよう、実装上の精緻化を図っていく方法である。その中で、今回はコロナ禍にあった2021年度から継続して行っている予備調査の位置づけであり、今後、データ件数を増やし、組織論的な観点を加えて本調査を行い、モデルを精緻化しつつ、有効性を検証していく予定である。

起業による地方創生について

起業への第一歩を踏み出すために

伏守秀太

1. 初めに 起業に関心を持った理由
2. 起業は大変で難しい?という考え方を変えるために
3. 成功者の著書から学ぶ 守屋 実 起業は意志が10割
 - 3-1. 起業は意志が10割 著者守屋実さんとは
 - 3-2. 起業に重要な9つのポイント
4. 大鰐町の起業家 ワンダーワンドの取り組みについて
 - 4-1. 実際に起業した若い起業家 Wander Wando 坂本洋二郎さん
山本晴也さん
 - 4-2. Wonder Wando のストーリー戦略とは
 - 4-3. Wonder Wando の現在について
5. 私の考え
6. 参考文献

1. 初めに 起業に関心を持った理由

私たちの研究室では、2年生からフィールドワークを通じて様々な場所で学習を重ねてきた。主な内容としては、青森県内にある魅力的なものを探るところからスタートし、田舎館村の田んぼアートや、黒石市の小店通りなどについて調査を行ってきた。また、3年生からは、起業に関する取り組みについて調査する機会が増えて、調査の中心として、大鰐町の起業家の方や大鰐町役場の人々に聞き取り調査を行ったり、青森市のスタートアップセンターでの取り組みについて学習をしたりとフィールドワークから学ぶことが多かった。

調査を重ねていく中で、特に私が興味や関心を持ったことは起業である。起業への考え方は人によって大きく異なるが、コロナ禍で自分の働き方に変化が生まれたり、転職を前向きにとらえる人々が増えていたり時代に合わせて変化が生まれている。私は、起業について興味、関心を持っている人々に対してこの論文を読んでもらい、スタートするための第一歩を踏み出してもらえることができたらとても嬉しい。

論文の中心は、起業に関するスペシャリストが記した本を用いて起業を始めるために必要なことやどのように経営をしていたかをまとめたり、実際に起業を経験した人々から直接聞いた内容を記したりしている。

この論文における起業の定義として、某大手企業で働いているような起業家ではなく、地方で活躍している起業家に注目して書いているので、起業と地方創生の関係について考えながら読んでほしい。

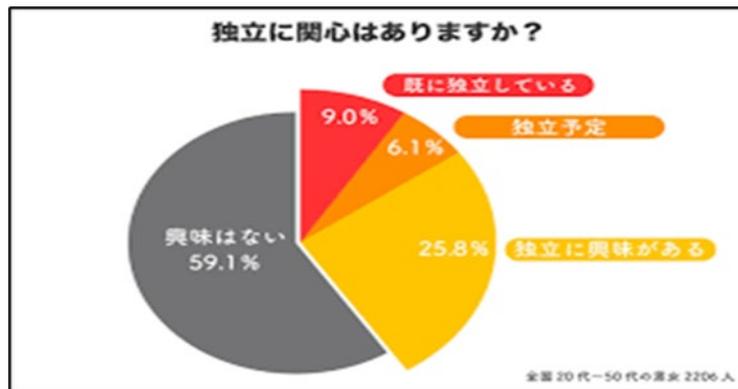
実際に起業した人々は20代で、若い人々をメインに調査を行った。私の友人や県内の起業をした人々の内容を記しているため、身近な方が起業をしてどのような活躍をしているのか紹介したいと思う。

起業の知識を付けてもらいつつ、起業を始めるきっかけや成功へのプロセスを見つけてもらえるような構成となっているので、ぜひ一度目を通していただきたい。

2. 起業は大変で難しい？という考え方を変えるために

最初に、起業について軽く説明する。起業とは新しく事業を起こすことである。創業ともいう。英語ではアントレプレナーといい、起業家と呼ばれる。よくベンチャー企業と耳にすることも多いと思うが、ベンチャーは新規起業に限らず既存の企業が新たに事業に取り組む場合も含むので概念自体は似ているといえる。

この章では、グラフ（図1）を用いて起業を分かり易く説明したい。



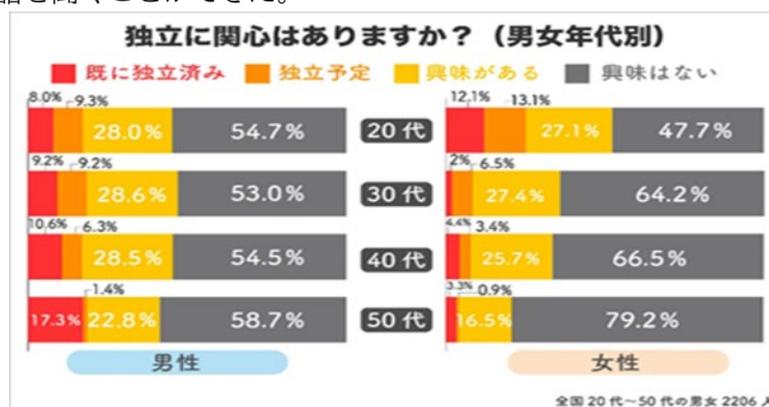
※ (図1) 独立に関心はありますか？

出典 (男女年代別・独立意識調査) 「フランチャイズ WEB リポート」
「独立開業に関する意識」

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000063.000013191.html>

このグラフ (図1) は、独立に関心があるかどうかを全国の 20 代～50 代の男女にアンケートを行った結果である。新型コロナウイルスによる影響で働き方が大きく変わって、会社に出勤しないリモートワークや ZOOM を活用した会議などが行われている現代社会だが、この円グラフを見るとおよそ 40% の人々が独立に関心があり、60% の人々は独立に関心がないという結果である。だが、すでに独立した人は全体の 10% に満たず、全体の 90% は起業していないということが現状である。

しかし、独立に対する興味を持っている人は増加しており、青森県内でも起業を志す人々が増加している。青森市役所や商工会議所などに足を運ぶ人々が増えていると現地調査を行ったときに話を聞くことができた。



※ (図2) 独立に関心はありますか？ (男女年代別)

出典 (男女年代別・独立意識調査) 「フランチャイズ WEB リポート」
「独立開業に関する意識」

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000063.000013191.html>

次に、二つ目の男女別のグラフ (図2) では、男性の方は 20 代～50 代にかけて同じような割合の 60% で興味がない人が半分よりも多く、関心がある人はおよそ 40% となっていた。ことに対し、女性の方は 20 代の女性が独立について関心度が高いものの、30 代、40 代、50

代と年齢を追うごとに関心度が下がっているのである。

このことから、男性は年齢では独立についての関心度に差がないが、女性に関しては、20代での独立に対する関心度が高いが、年を追うごとに独立に対しての関心度が下がってしまう傾向にあるということがわかる。

	20代男性	30代男性	40代男性	50代男性	20代女性	30代女性	40代女性	50代女性
正社員	74.7%	83.1%	88.7%	87.5%	57.2%	37.5%	29.0%	17.4%
契約社員 派遣社員	17.7%	7.8%	3.8%	5.4%	14.3%	28.1%	22.6%	26.1%
パート・ アルバイト	7.6%	6.5%	7.5%	7.1%	9.5%	12.5%	16.1%	8.7%
主婦・主夫	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	19.0%	21.9%	32.3%	47.8%

独立を検討している・関心があると回答した 527 人

	20代男性	30代男性	40代男性	50代男性	20代女性	30代女性	40代女性	50代女性
収入を増やしたい	38.8%	41.6%	39.0%	39.3%	40.8%	37.4%	22.6%	50.0%
現在の働き方に 不満がある	18.8%	7.8%	18.3%	23.0%	11.1%	9.4%	12.9%	19.2%
スキルを活かしたい	3.8%	6.5%	9.8%	13.1%	18.5%	9.4%	25.8%	7.7%
未経験ジャンルに 挑戦したい	27.3%	27.2%	23.2%	18.0%	14.8%	21.9%	35.5%	15.4%
経営者になるのが 夢だから	2.5%	7.8%	1.2%	0%	3.7%	6.3%	0.0%	0.0%
理想の働き方が 実現できると思う	8.8%	9.1%	8.5%	6.6%	11.1%	15.6%	3.2%	7.7%

独立を検討している・関心があると回答した 527 人

※図3 回答者属性 (職業)

※図4 独立を検討している理由

出典 (男女年代別・独立意識調査) 「フランチャイズ WEB リポート」

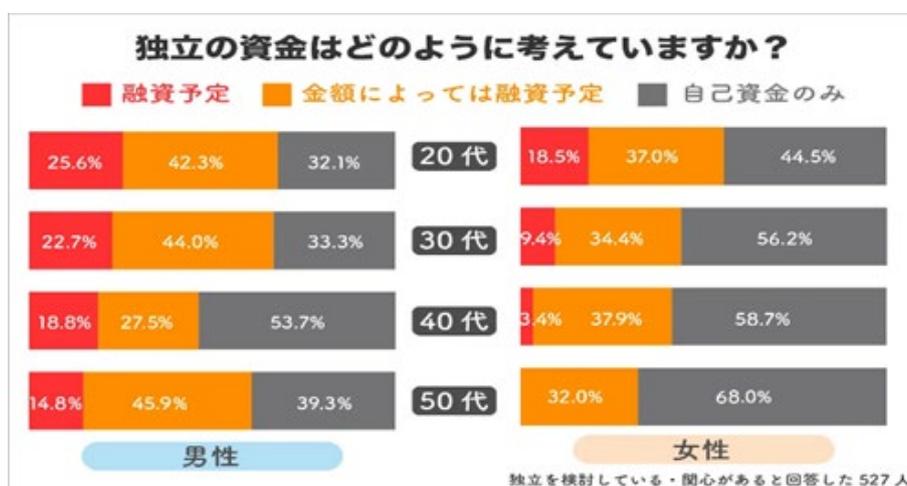
「独立開業に関する意識」

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000063.000013191.html>

また、独立に関心があると答えた回答者の職業で多かったのは男性が正社員で、女性は 20代から 30代は正社員が多く、40代から 50代では主婦が多い比率となっていた。

回答者が独立を検討している理由として、男性と女性のほとんどが収入を増やしたいと考えている人が多く、その次に未経験ジャンルに挑戦してみたいというチャレンジ精神から回答をしていたり、現在の働き方に対しての不満から独立したいと考えていたり、現状に満足していないからという理由がほとんどであった。

起業をするうえで、志している業種は小売業や飲食業などの小規模な経営が多く、教育業や IT などの通信業を活用した独立も考えているということがわかった。コロナウイルスによる影響で需要が変わりつつある世の中で、市場の拡大を続けているテイクアウトやデリバリーに視点を向けている中食業態も検討する候補に挙がっている。



※図5 独立の資金はどのように考えていますか？

出典 (男女年代別・独立意識調査)「フランチャイズWEBレポート」
「独立開業に関する意識」

[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000063.000013191.html](https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000063.000013191.html)

独立をするには資金がどうしても必要になるが、この問題に関しては、男性も女性も年齢が若いほど融資を考える人が多く、年を追うごとに自己資金のみで経営を考えることが多いということがわかる。若い人は転職をするために、中年以降の人は若いころに得た経験から独立をして、自身の成長や収入アップにつなげようとしているのではないかと考えられる。資金も若い人と比較して多いので、資金を理由に行動できないということもないことが強みであるといえる。

独立に関して不安なことはたくさんあるが、資金の調達よりも事業が安定して継続的に収入が得られるかということが最も不安要素として大きい。資金がどうにかなっても、経営を始めてみて、想定よりも上手く行かなかったようでは独立をしてよかったとはならない。

独立のために現在取り組んでいること

	20代男性	30代男性	40代男性	50代男性	20代女性	30代女性	40代女性	50代女性
技術やスキルの向上	22.5%	24.7%	24.4%	23.0%	24.0%	15.6%	19.4%	19.2%
資金調達 独立資金を貯める	27.4%	27.2%	18.3%	24.6%	24.0%	25.0%	6.5%	7.7%
人脈を作る	25.0%	20.8%	23.2%	18.0%	32.0%	15.6%	25.8%	15.4%
情報収集	16.3%	13.0%	19.5%	27.8%	16.0%	28.2%	35.4%	38.5%
特にない	8.8%	14.3%	14.6%	6.6%	4.0%	15.6%	12.9%	19.2%

独立を検討している・関心があると回答した527人

※図6 独立のために現在取り組んでいること

出典 (男女年代別・独立意識調査)「フランチャイズWEBレポート」
「独立開業に関する意識」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000063.000013191.html>

このような独立の不安を少しでも解決するために、独立するための準備で重要視されている分野は、技術やスキルの向上、情報収集、独立するための資金調達、人脈を作るなどさまざまな取り組みが行われているということがわかった。

次の章では、起業のスタートアップ専門家である守屋実さんという方の著書を用いて、起業について考える方向性について論じていく。起業の成功についての概念がどのようなものなのかということについて考えていきたい。

3. 成功者の著書から学ぶ 守屋 実 起業は意志が 10 割

※右画像 株式会社守屋実事務所 守屋実さん
出典 人材採用・育成・組織開発の
ナレッジコミュニティ
日本の人事部



<https://jinjibu.jp/article/det1/keyperson/2257/>

3-1. 起業は意志が 10 割 著者守屋実さんとは

起業を考えている方に読んでもらいたい本がある。本の名前は「起業は意志が 10 割」というタイトルであり、著者は守屋実さんである。

守屋さんの経歴は、1969 年に生まれ、株式会社ミスミに入社をした後、新規事業の開発に従事し、メディカル事業の立ち上げに従事していた。また、2010 年には守屋実事務所を設立し、設立前及び、設立間もないベンチャーを主な対象として、新規事業創出の専門家として活動をしている。

守屋さんが必ず自己紹介の時に話している言葉がある。それは $52 = 17 + 21 + 14$ という数式である。この数にはそれぞれ意味があり、52 とは守屋さんの年齢である。17 とは企業内起業の数で、大企業の中で新規事業に関するプロジェクトにアサインされた数である。21 とは独立起業の数で、設立間もないスタートアップへの参画機会を得ている。14 とは週末起業の数で、仲間内での何らかの企ての数である。

このように、30 年間で企業内起業と独立起業の両方を均等に経験し、常に立ち上げ続けた人は相当少ないと考える。なぜなら、一つの事業がうまくいけば、その事業と共に人生を共にする人が多いからである。独立して起業しても同じことが言える。つまり、守屋さんは「起業のプロ」であり、起業した事業が軌道に乗ったら、第一線から身を引き、立ち上げ期のみ関わるようにしているのである。

このような考えを持っている理由として、立ち上げ期以降の事業拡大について、経験豊富で優れた人がいるという考えを持っているからである。経営のポジションで居座り続けることはせずに、新しく社会に問われる事業を「起業のプロ」として支援したいと社外からサポートをしているからである。

そこで、守屋さんが 30 年間で経験してきた起業のポイントについて注目すべきポイントについて私の考えと共に記述していきたいと思う。

3-2. 起業に重要なポイント

起業に必要なことはたくさんあるが、守屋さんの考えでは 9 つのポイントに絞られる

- ① 起業は意志が10割
- ② 顧客から考える
- ③ イシ・コト・ヒト・カネ
- ④ コト=勝ち筋の確立
- ⑤ ヒト=仲間と場所の力学
- ⑥ カネ=もっとも大事
- ⑦ 一筆書きの高速回転
- ⑧ 報酬の4つのステップ
- ⑨ 成功と失敗の定義

※出典 p.40 起業に大事な9つのポイント

まず1つ目の起業は意志が10割という、守屋さんの著書のタイトルにもなっているポイントについてだが、起業をするうえで、「あなたの意志」がなければ何も動かないということが守屋さんの考え方なのである。

つまり、『意志がないのに事業を始めてはならないということである。起業の起点となるのは、「挑戦したい」というあなたの「熱量」から来るのである。起業にはハプニングやトラブルの連続がつきものであり、弱い意志で始めた起業では乗り越えられるようなものではなく、他人に流されたり、すぐにあきらめてしまったりと逃げ腰となることがある。だが、そこに粗削りでも、正解が全く分からなくても、自分に宿っている闘志や湧き上がっている想いがあれば簡単に気持ちが折れることはない。』ということが記されている。

※p.42 起業は意志が10割

この考え方から私は、「人は心が原動力」という言葉を思い浮かべた。著書の中にも『人は心が原動力』であるという言葉が書いてあり、言霊のように常日頃から言葉を発し続けて実現するための気持ちを作っておくことが大前提であると考えた。他者から言われて簡単に変えてしまうような考え方や、すぐに逃げてしまう弱い気持ちをもって起業を初めてしまうと、必ずと言っていいほど成功することはないからである。だからこそ、「人は心が原動力」であり、強い気持ちを持ち続ける必要があると考える。

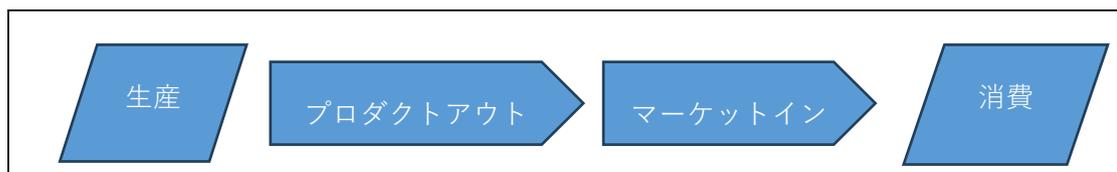
2つ目の顧客から考えるというポイントについては、起業をするときにどのような事業をするのか、なぜ行うのかを考えるときに決め手となるのが「顧客視点」となるからである。

この顧客視点というポイントは、『顧客の立場に立って、顧客の問題を見るということ』である。商品売るときに顧客の視点を考えずに自社の考えのみで売るといったことは考えにくい。しかし、商品を販売する前は顧客視点だったのに、いつの間にか自社都合にすり替わっているケースがある。

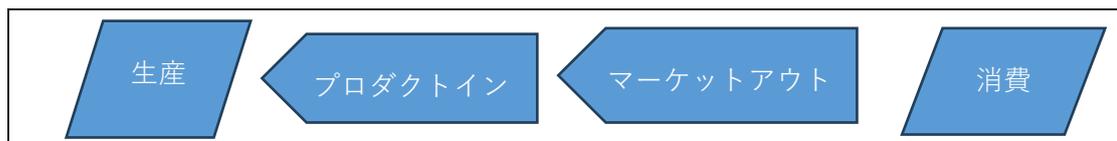
このケースが多くみられるのは、大企業の新規事業ビジネスモデルが多い。なぜ、大企業の新規事業ビジネスモデルで多くみられるのだろうか。大企業が新規ビジネスを始めるタイミングについて私は、元々の自社ビジネスモデルが上手く行かず、止む無くプランを変更しなければならなくなったからであると考えている。この考え方は、会社を継続するために事業プランを変更するという自社都合である。しかし、この流れでは、生産者からプロダクトアウト、マーケットイン、そして消費者という流れになり、自社都合による事業を生み出していることになる。

マーケティングを行うときに学ぶことは、「プロダクトアウト」→「マーケットイン」であり、生産者サイドから消費者サイドに流れていく。だが、時代の流れにより、マーケットインでは不足しているという考えが登場し、「マーケットアウト」→「プロダクトイン」のように、消費者サイドから生産者サイドに流れていくような考え方である。まずは消費者ありきで商品開発を進めて、マーケットアウトで発送した商品をプロダクトインするという流れである。

図で表すとこのようになっている。



このように生産者からプロダクトアウト、マーケットインの流れで消費者に流れていくような経営を行っている、最終的に自社都合（生産者都合）になってしまうケースが多い。



しかし、消費者からマーケットアウト、プロダクトインの流れにすることによって消費者ありきの考え方からスタートして、求められているサービスやモノを必死に調達することが結果的に効果的なビジネスを行えるのである。

例えば、自分自身に需要があり、絶対に成功すると始めた商品の販売をしても、他者からすれば、全く需要がなかったり、そもそも関心を持たれなかったりとして上手く行かないということである。私は野球が好きなのだが、野球が好きだから野球専門店を作ったり、野球の試合だけを映して料理やお酒を一緒に提供するスポーツバーを開いたりしても一部のコアな人しか動かすことができず、経営は安定しないと考える。そこで、ベースをスポーツにして、野球一つに囚われるのではなく、サッカーやラグビーなどの世界大会やオリンピックで行われるような競技を取り扱うショップやバーを開くことで、幅広い年齢層の人を集めることができるようになるのではないかと。

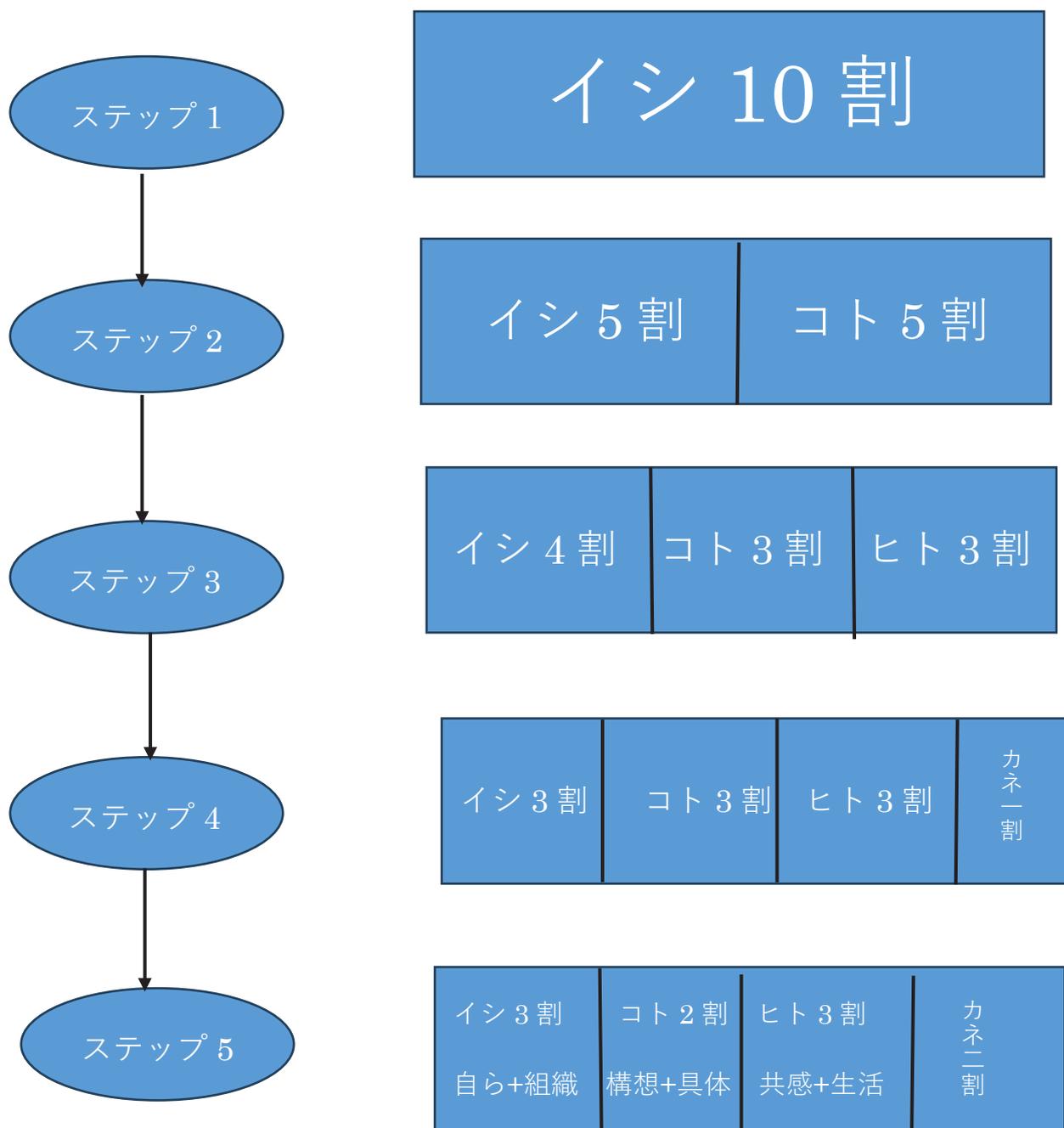
もちろん、幅を広げるだけでは中途半端になってしまうので、一つの大きな軸を定めて、そこから臨機応変に対応するビジネスモデルを展開していくことが成功への近道になると考える。WBCやW杯などの国際的イベントでは、普段スポーツに関心がない人も巻き込んだ経営を行うことができるので、時期やタイミングを見計らって常に先を見て経営を行っていくことも重要である。

また、「顧客解像度」もマーケットアウトには重要であり、調査や統計などからでは十分な解像度を得ることが難しい。それは、自身に対する都合のいい情報を集めるバイアスがかかるからである。つまり、自分が欲しい情報のみを鵜呑みにして事業を考えて

いくと、最終的に自分の考えた結果から顧客解像度を作り上げてしまうということである。

このような結果にならないように、真のマーケットアウトを行うためには常に顧客解像度を高めるように意識して、実際に人物に会いに行ったり、話を聞きに行ったり、意図を明確にして調査をするなど努力を積み重ねていくということが重要である。

3つ目のイシ・コト・ヒト・カネというポイントについて、事業ロジックには5つのステップがあり、これを図に表すとこのようになる。



※参考 p.51 イシ・コト・ヒト・カネの5つのステップ

ステップ1はイシ10割で行う。一つ目のポイントでも述べたように、イシがなくては起業を始めてはならない。まずはイシを明確にして、次の段階で何が必要なのか考えなければならぬ。

ステップ2ではイシ5割、コト5割である。イシを明確にした後は、もっと具体的なイメージ像を作り、周囲の人から共感を得る必要がある。

ステップ3ではイシ4割、コト3割、ヒト3割である。事業の構想を伝えると、必ず共感する仲間が現れる。そこで、自らの意志を相手にしっかりと伝える必要がある。それはなぜか。共感してもらうことができれば、多くの仲間ができて、出来ることが何倍にもなるからである。

ステップ4から、カネの必要性が出てくる。それまでの間にもお金は関与する面があるが、ステップ3で得た仲間が増えてきて、成長期の入り口が見えてくるのである。

この仲間たちがカネの部分よりも重要であり、構想を共感している仲間は強みとなり、自分の事業に対する思いを強くすることができるのである。応援してくれる仲間はカネよりも大きい。

例えると、仲間はたくさんいるが裕福ではない人と、お金はあるが仲間は全くいない人では、物事を協力して行うことだけではなく、人脈を駆使してアドバイスやサポートを受けることができるかどうかには差が大きく現れる。前者はお金がなくても、お金を集めたり、借りたりすることで事業を始めつつ、事業の継続を行うために補助を受けることができる。しかし、後者は事業を始めても、お金の効果的な使い方がわからず、他の人にも頼ることができずに孤独な事業者となり、事業の継続は困難になる。このことから、お金だけ持っても効果的な使い方や人脈を活用した取り組みを行わなければ成功することは困難であるといえるのである。

ステップ5では、イシ3割（自ら+組織）+コト2割（構想+具体）+ヒト3割（共感+生活）+カネ2割という割り振りとなる。この時期では、事業が軌道に乗り始め、規模も大きく拡大していく。『コトは構想と具体の2つに分けて考える必要性があり、顧客価値の力強さ、秀逸なマネタイズ、確かなオペレーションなどが増していく。ヒトも共感と生活の2つに分けて考える必要性があり、関わる人や参画者が増えていけば働くモチベーションが大きくなる。』さらに、カネの割合も増加していくのである。

組織が大きくなったことで変わってくるものは、イシの部分にあり、自らの意志から「自らのイシ+組織のイシ」に変化するということである。自分の意志を重視し続けて、他の組織のメンバーを考慮せずに経営を進めていくと、ついてこられないメンバーが出たり、組織内で方向性の違いが出たりと、組織がうまく機能しなくなってしまう。一人の意志を組織の意志にしていくという流れが理想的である。この流れを作ることで、企業らしい組織文化を育むことになり、この文化が浸透していけば、やがて文化は力となる。この文化構築を上手くできなければ、中心部と遠隔部の間で相違が起きてしまい、問題になることがあるので文化の構築は必要な工程となるのである。

このように、5つのステップに分けて紹介したが、これらのステップが順調に行き、すべて好転していくという可能性は非常に低い。起業は上手く行かないことの連続だからである。あくまでもこれら5つのステップを参考にして、事業の未来を見通し、上手く行かないことを最小限にしたうえで、成長の糧にしていくべきなのである。

4 つ目のポイントは、コト＝勝ち筋の確立というポイントについて、守屋さんにとって、勝ち筋とは事業が成長、成功するための戦略ストーリーであるということである。勝ち筋を因数分解して細分化すると以下のような式が成立する。

勝ち筋＝勝利の物語＋勝利の方程式

勝利の物語＝その事業の成長、成功の肝となる部分を、文章で表したもの

勝利の方程式＝その事業の成長、成功の肝となる部分を、数式で表したもの

※p. 59 勝ち筋の因数分解より

だが、勝ち筋を見つけて、自分のものにするためには、試行錯誤を積み重ねて、試して、試して、試し切る必要がある。何度も挑戦して、何度も仮説を立てて、やり切った先に、全く予想になかったアイデアや成功の体験を味わうことができるのである。

5 つ目のポイントはヒト＝仲間と場所の力学である。起業をはじめたばかりではすぐに優秀な人は集まってこない。そこで、「生態系」（エコシステム）を持つことで人材の力を担保していくことが重要である。簡単に言うと、問題に直面した時に、その問題を解決できるスペシャリストに相談できるようなコミュニティを形成しておく必要があるということである。例えば、経営面では上手く行くものの、人間関係が上手く行っていない職場では、人間関係を構築することが得意な人物や専門家からアドバイスをもらうということである。つまり、適材適所な対応をするためには、より多くのコミュニティを形成し、生態系を拡大することで円滑な起業を進めることができる可能性が高くなりやすいということである。

次はどのようにコミュニティを広げていくのかという疑問が生じるが、「ツテをたどっていく」ことが近道となるのである。人と人が出会うことで、その人の友人や知り合いにも繋がるができる。この繰り返しを行うことでコミュニティを広げることがたやすくなる。もちろん、誰でもいいからコミュニティを広げることが重要になるということではなく、自分がどの生態系にいるか把握し、自分にとって良い影響をもたらしてくれる人と出会うことができれば理想的な関係を築くことができる。

相手の人も同じような考えを持っていたり、自分の事業を応援してくれるような人がいたりプラスの影響をもたらす環境があると成功する可能性は広がる。人間関係を良好にしておくことで、仲間の力や場の力はより一層高まっていくので、成功するためにはコミュニティが整っていることも関係しているのである。

6 つ目のポイントはカネ＝もっとも大事ということである。起業をするときに誰もが考えることは、初期費用であったり、給与だったりとお金を思い浮かべることだろう。だが、ここでは、カネに対する鋭い嗅覚を持つということが重要である。

カネには「見える」カネと「見えにくい」カネがあり、金銭的な関係のような仕事に対する給与や、売り上げを作るということは「見える」カネで、他者との信頼関係を言い換える

と会社に対する資産と言い換えることができるため、これを「見えにくい」カネということができる。

カネは重要であるが、他者との信頼関係は起業するうえで大切である。そこで、カネに対する嗅覚を研ぎ澄まし、日々の積み重ねによりさらに鋭くなるように身に着けていくことが成功への近道となる。

5つ目のポイントからも言えるように、人脈を駆使していくことの方がカネよりも重要であり、人脈を駆使し、信頼関係を築くことに成功すれば継続的な支援を受けることも可能であることから私は、生態系を構築することが必要であると考えます。

7つ目のポイントは、一筆書きの高速回転ということである。この項目で大切なことは2つある。『一つ目は「一筆書き」の部分である。ビジネスモデルを自分の頭の中でとどめておくのではなくアウトプットすることが重要である。二つ目は「高速回転」の部分である。できたビジネスモデルを「桁違いに」「一筆書きで」更新を何度も行うということである。』
※p73 一筆書きの高速回転より

一つ目の「一筆書き」で考える部分では、12個の手順がある。12の手順とは以下のような項目である。

- ① 満たされていない顧客のニーズを探る
とにかく顧客から始めて、思考の起点を顧客に持ってくることを意識する。
- ② ①のニーズを満たす商品やサービスを考える
対象を絞ることで起業の軸を定める。少しでも軸からブレる考えを捨てることで軸をより強くする。
- ③ ①がどうしてもこれまで満たされないままで放置されていたのかを考える
「満たされていない顧客のニーズ」が本当に満たされていないのかを考えて、事業を開く経済的な価値がある領域で儲けようとする努力を行う。
- ④ ②がどうしてもこれまで提供されてこなかったのかを考える
残っているニーズには必ず残っている理由が存在するので、提供することが難しいことが多い。自分だけがその領域にたどり着いたわけではなく、他の人もたどり着いてはいたが、道半ばであきらめたというケースがあったのではないかとということも考えて、どこでつまづいていたのか、問題はどこだったのかを考える必要がある。
- ⑤ 商品・サービスを顧客にとって便利な方法で届ける
自社都合による考えではなく、顧客を主語において、顧客から支持を得られるようなシステムで経営を行うことが必要である。
- ⑥ 商品・サービスをより良くするためのフィードバックをもらい改善する
フィードバックはもらうだけで終わるのではなく、商品・サービスの改善に落とし込み、改善するためにかかったコストや構想まで考える。
フィードバックのもらい方・活かし方を構想化して現実化することが目標である。
- ⑦ 新たな顧客のニーズを探る
- ⑧ そのニーズを満たす商品やサービスを考える
①から⑥を回していくと⑦、⑧に帰着する。注意すべき点は規模が広がるほど薄くなりやすくなるということである。顧客ニーズが強い中心ニーズから顧客から遠くなる周辺ニーズになると顧客にとって価値が小さくなる現象が起こるので、容易に広げること

とはリスクを生じることがある。

⑨ 他社との競争に備える

たくさんのビジネスパーソンが新しい事業を成功させようとしているので、追従されても大丈夫であり、追従されることを前提とした備えを構築しておくことが必要になるのである。

⑩ これらを実現するための最適な体制を考える

⑪ これらを実現するための必要な資金を考える

事業が大きくなるほど、より多くの仲間が必要になるので、必要な時に必要な仲間がいるということが最適な体制といえるのである。また、必要な時に必要な資金があるということが必要な資金といえる。ヒトとカネが十分にあるということが大切なのである。

⑫ これら一連を経営計画としてまとめる

①～⑪までの内容を頭の中にとどめておくというだけではなく、経営計画としてまとめておくことが必要である。常にメモを残しておくことで、これから出会う仲間に伝えたり、日々の改善進化につなげたりということが可能となる。

※ 参考 p.85 一筆書きの高速回転より

『このような、12の手順を粗くてもかまわないので、一気に書き上げていくことが重要で、12個のどれかの解像度が上がるたびに、改めて一筆書きをしていくことで景色が変わっていき、ビジネスモデルは研ぎ澄まされていくのである。とにかく、何度も書いていくことが重要で、粗くても良いから一筆書きで書き直す事から事業の進化は生まれていくのである。強みとなる事業の武器を一筆書きの高速回転によって解像度を上げていき、更なる長所として磨いていくことが成功への近道となる。』

※ p84 一筆書きの高速回転より

このことから、12の手順を考えて、ひたすら一筆書きを繰り返すことで内容を洗練していく。洗練されたものは強みとなってさらに長所を伸ばしていくことが可能になるため、事業の継続をするために必要な武器を作り、長所を持つことができるようになる。私は考える。

8つ目のポイントは、「報酬への4つのステップ」である。起業は簡単には成功せず、確実に100%成功する方法もない。そこで、この「報酬への4つのステップ」を踏んでいくことで、自身をステップアップさせることができるのである。

「報酬への4つのステップ」とは以下の内容である。

【第一段階】 報酬は、仕事の量稽古。量に比例して報酬が上がる

この段階では、自分に何が必要か、どんなことが強みなのかなど、不明なことが多い。だが、逆に「まっさら」ということが強みになることが最初の段階での強みである。まっさらであることで、学んだ分だけ吸収して成長することができる。

とにかく、数多く、量をこなすことで成長を加速させることができるので、進化を遂げるために基礎を作る段階といえる。

【第二段階】 報酬は、個人としての強みを生かした仕事。

強みに比例して報酬が上がる

第一段階で強みを見つけて、その強みを武器にしていくという段階で

ある。また、量をこなすことから、質にこだわる段階へと切り替わる。質を伴う量稽古は、応用的な行動が可能となるため、情報の中から適切な選択をして、所見の仕事でもこなす事ができるようになる。

【第三段階】 報酬は、強みを生かした仕事の生態系の確立。
生態系の規模や制度に比例して報酬が上がる。
強みを持つことで、その強みを持たない他者から頼られるようになる。また、その逆として、自分が持っていない強みをもつ他者に頼ることもある。この対となる関係性を一方的なものにするのではなく、互いが win win の関係になるような等価交換関係にできればよい結果を生み出すことができる。

【第四段階】 報酬は、したいことへの挑戦。チャレンジに比例して報酬が上がる
ここまでくると、生態系が構築されて、一定の成功体験を得ている。
だが、仕事が仕事でなくなる瞬間となることもある。
ライフワークとライスワークに分けると、ライフワークが増えてくる段階である。これによって、やりたいことを仕事にできているという自由な考えを持つことができているともいえる。

※ 参考 p.88 報酬の4つのステップより

第一段階から第四段階までくるのはとても難しい道のりだが、起業はやりがいそのものである。『起業をすることで得られる報酬＝金銭という考え方を持つよりも、報酬＝経験という考え方をもち、自身が世の中で新しい価値を見出して何度も挑戦していくことが重要視する部分である。』

※ p.92,93 報酬の4つのステップ

一番の報酬は経験であり、金銭の報酬は経験に付随するということを念頭に起業を行うということが大切であると考え。経験がなければ仕事をするうえで何も生かせないということになり、金銭があっても行動に移すことができないからである。だからこそ、自らが動いて行動し、経験値を得て行動に移すということが欠かせないほど重要であるということをおは考える。

9つ目のポイントは成功と失敗の定義である。分かり易い基準としては、黒字化できたかどうかということであり、経済的な評価指標で分かり易く判断できる。だが、このような分かり易い成功の基準で判断するのではなく、

成功＝着手しきれた時、失敗でも十分にやった時

失敗＝着手しなかった時、実行を見送り続けた時

という2つの基準で考えることが重要である。

※ p.95 成功と失敗の定義より

つまり、事業の成功や失敗を目に見える結果で考えるのではなく、起業した自分自身が「どう考え、どうあったか」という部分に収斂されていく。

これら9つのポイントは思考のヒントや行動のきっかけとして、そこから「自分の

頭で考え、自分のカラダを動かす」ということを継続して行うことで自分を成長させることができる。事業を行い、さまざまな経験を得て蓄積したものが多く、成功させることができる可能性は大きくなっていくため、自ら行動して生態系を構築して経験を得ることが重要であるということを私は伝えたい。

4. 大鰐町の起業家 ワンダーワンドの取り組みについて

4-1. 実際に起業した若い起業家 Wander Wando 坂本洋二郎さん 山本晴也さん



Wonder Wando

左 山本晴也さん

右 坂本洋二郎さん

※ 画像 Wander Wando 坂本洋二郎さん 山本晴也さん

出典 東奥日報Uターン大鰐駅前にカフェバー開店へ

<https://www.toonippo.co.jp/articles/-/995985>

大鰐町で起業を始めた若い起業家がいた。その名はWonder Wando。Wonder Wandoとは坂本洋二郎さんと山本晴也さんの二人で結成された活動名であり、大鰐町を盛り上げるためにUターンして始めたFrom 0というカフェとバーを経営するオーナーでもある。坂本洋二郎さんは現在30歳であり、元々は印刷の営業職を関東の方で行っており、山本晴也さんは現在29歳で、元々はホテルマンを務めていた。

彼らの経歴を紹介したが、一見、カフェとバーを経営しているというところから、元々は居酒屋やbarなどの経験があるのではないかと考えることだろう。だが、彼らの経歴と現在の職業は重なるところがない。多くの疑問が生まれたWonder Wandoについて聞き取り調査をし、さまざまな取り組みを行っているということや、実際に経営してみたことなどの結果について述べていきたいと思う。

大鰐駅から徒歩一分のところに位置しており、アクセスの面が優れているため、From 0は立地がとてもしっかりとある。また、鰐Comeという集客の中心となっている施設からも近く、無料駐車場を利用することも可能であるため、お店を営むという点から非常に良い条件で営業を開始したのである。このような土地の情報は、大鰐町役場の方々から調査を行い、その結果を起業家の方々と共有する。その後、土地の管理者と起業家の方で交渉をしてもらうというシステムで成り立っている。

気になる初期費用は約500万円と起業するために必要な平均金額の1000万円の半分と大幅なコストカットに成功している。この資金は、Uターンをする前に稼いできた貯金と銀行からの融資、友人などの補助から集めたモノであり、大鰐町役場の「空き店舗等活用創生支

援事業補助金」という補助金も活用している。

空き店舗等活用創生支援事業補助金という支援金制度の内容は、以下のようである。

大鰐町空き店舗等活用創業支援事業【令和4年度】

町では、空き店舗等の活用による創業の促進や商業の振興、地域経済の活性化を図るため、空き店舗等において事業を開始する方に対して、「空き店舗等活用創業支援事業補助金」を交付します。

(※空き店舗：1か月以上使用されていない空き店舗、空き事務所または空き家など)

1. 募集期間

令和4年5月10日(火)～令和4年12月28日(水) ※予算が無くなり次第、終了となります。(先着順)

【受付時間：午前8時15分～午後5時(土日祝日を除く)】

2. 対象者の要件

下記要件を全て満たす個人または法人

- ・事業に必要な資格や許認可等を取得する見込みがあること
- ・事業を開始しようとする空き店舗等において、2年以上継続して営業する意志を有すること
- ・営業時間が通年及び週4日以上であり、かつ営業時間が1日5時間以上であること
- ・今後本町に転入する個人又は本店を移転する法人の場合、営業開始の日から2年以上本町に住所又は本店を有することが見込まれること
- ・空き店舗等の所有者と申請者との関係が同一世帯または生計を一にする者若しくは2親等以内の親族でないこと
- ・空き店舗等の所有者と同一の法人等に属する者でないこと
- ・既に町内の店舗に出店している申請者が空き店舗等に出店する場合、町内の当該店舗が空き店舗とならないこと
- ・市町村税(法人等の場合は、法人等及びその代表者に係る市町村税)を滞納していないこと等

3. 対象事業

都市計画法に規定する市街化区域内において、空き店舗等を借り上げて実施する小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業その他町長が認める事業

4. 対象経費

- ①外装・内装工事費、設備(水道、電気、ガス、空調)工事費、付帯工事費及び設計費
- ②補助対象者が自ら店舗改修を行う場合の資材等の購入費

5. 補助率

補助対象経費の2分の1(千円未満切り捨て)

6. 上限額

- ①令和3年10月1日以降に本町に転入した個人または本町に本店を移転した法人・・・上限100万円
- ②現在町外に住所を有している個人または本店を有している法人で、実績報告書の提出期限までに

本町に転入または本店を移転する予定のもの・・・上限 100 万円

③上記以外のもの・・・上限 50 万円

7. 留意事項

※補助金の交付決定後に着手することとし、また完了日から30日以内または令和5年3月31日まで

※ 出典 令和4年度空き店舗等活用創業支援事業のご案内

このようにいくつかの項目に分けられて支援金を受けられるかどうかを町役場で判断しており、上限額は転入者や本店を移した法人が100万円まで支援を受けることができる。また、それ以外の人々は50万円を支援してもらうことができる。初期費用は必ずかかるものであり、スタートアップの支援として大きな影響を与えてくれる存在である。

このほかにも、彼らは家具や内装などを改築し、資金をカットすることに成功した。彼らは家具を買ったり、業者をお願いしたりすることよりも自分たちの手でFrom0を作り上げていくという判断をしたのである。DIYの知識もほぼゼロからスタートし、ネットや地域住民の専門知識を持つ方々、近隣の地方の技術を持つ人から情報を得て、自分たちで作品を作っていたのである。このFrom0ができる過程はYouTubeやInstagramで情報発信がされており、2人が一生懸命作品を作ったり、楽しそうな雰囲気自分たちの取り組みを紹介したりと経営前からの映像を見ることができる。



※ 画像 Wonder Wando YouTube channel

SNSでの情報発信は現代社会で重要なことであり、スマートフォンからアクセスできることや、若い人々に取り組みを紹介するために有効であるため、起業を志すならば、SNSの活用は間違いなく必要になる。DIYでのモノ作りもコスト削減という考えから始まったものだったが、その取り組みを動画にしてSNSで紹介することで注目度や起業に興味がある人の関心を得ることができるというメリットとなった。

また、自身が作った商品だけではなく、大鰐町の職人が作った机を無料で提供してもらう代わりに広告として店舗を活用し、お客さんが利用することができるようにしている。なかなか職人の下へ直接足を運ぶ機会は少ないということを考えた彼らは、職人の商品をお客さんに利用してもらい、手に取って評価してもらうことで知ってもらう機会を増やしたのである。そこで、商品が良ければ職人を紹介する仲介業者のような立場も担っているのである。このように人脈を広げることで、大鰐町で昔経営していたお店を引退された方が料理のレシピを教えてくれたり、お試して作ってほしいとお願いされたりと、地域住民の方々との関

係はとても良好なのである。

Wonder Wando は仕事を作ったり、雇用の機会を作ったりと若い人たちが大鰐町に足を運んで来てくれるような取り組みを行ったり、交流人口を増やしたりと、お店の売り上げを優先するのではなく、大鰐町を盛り上げていきたいという気持ちが強かった。起業したい人たちの不安を解消できるように支えとなって、起業するなら大鰐町を勧めたいということが本望であるということも話してくれた。実際、起業をしたいという人は年々増加しているが、初期費用であったり、不安な要素が多く付きまったりと一歩踏み出すことは難しい。そこで知識がゼロからでも起業は可能であるということを Wonder Wando が証明することで起業をしたい人たちに勇気を与えることが理想である。つまり、Wonder Wando が起業の先駆けとなって活動していき、起業者を増やして、大鰐町も盛り上げるということが一つの目標なのである。

現在は地域住民の憩いの場となっているが、オープン前は 10 人来るのかといわれるほど心配されていた。だが、オープンしてからの 3 週間で集客は減ることがなく、20 人ほどのお客さんが来てくれていると話してくれた。二人が実際に経営していて、メニューの表示を意識することで商品が売れやすくなったり、貸し切り施設として団体に利用してもらったりと「場」の提供を行うことで、

他にも、お店だけの取り組みだけではなく、町が運営するお祭り行事に積極的に参加しており、SNS を活用した祭りの紹介や出店町が盛り上がるように尽力している。



再生数を見ると、フォロワーの何倍もの再生数がある。

→アカウントを知らない人、Wonder Wando を知らない人でも閲覧することができて、大鰐町というまちを知ってもらうことができる。

編集が若者向けのもので、現代のインスタグラマーが行うような SNS の活用ができていたので、見ていて面白い！

※ 画像 Wonder Wando Instagram アカウント

4-2. Wonder Wando のストーリー戦略とは

Wonder Wando が目指している経営は、売り上げを優先するのではなく、大鰐町を盛り上げていきたいという目標を元に努力している。この考え方を楠木建の「ストーリーとしての

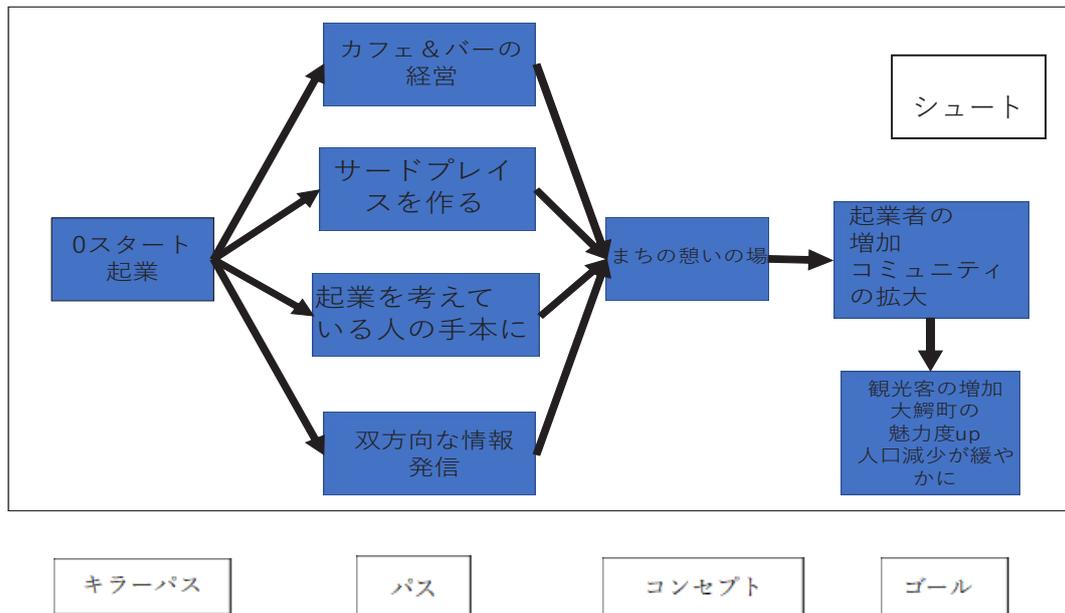
競争戦略」を参考に、ストーリー戦略という枠に当てはめて考えていきたいと思う。

ストーリー戦略とは、戦略を構成する要素がかみ合っ、全体としてゴールへ向かって動いていくイメージが動画のように見えてくる、全体の動きと流れが生き生きと浮かび上がってくるということを指し、これをストーリーがあるというのである。ストーリーがあることで、人々は物事に関心を持ち、興味を持ってくれる。

この戦略は競争戦略などの市場を舞台としたときに用いられることが多いが、今回は起業する目的から考えて、大鰐町の課題に向き合う二人の戦略について図を使って紹介したい。

ストーリー戦略は重要視する必要がある、そこにはシステムや制度などが用いられることが多い。図には最も重要な部分を「キラーパス」として、そこから構成される要素を「パス」、構成要素から生み出された「コンセプト」、コンセプトからの新たな取り組みなどを「シュート」、最終的な結果を「ゴール」としたサッカーの言葉を用いて表していきたいと思う。この図を用いることで、解くべき課題や行っている取り組みなどを分かり易くすることができる。

図7 Wonder Wando が目指す大鰐町の活性化 ストーリー戦略について



Wonder Wando が考えているキラーパスの部分は、0 スタート起業というところである。Wonder Wando は未経験であるカフェ&バーの経営の他に、お店の改築や机などのDIY などさまざまなことを0の状態からスタートしてきた。パスの部分では、カフェ&バーを営むことで大鰐町のサードプレイスを作ったり、起業を考えている人々の見本になれるように取り組んだり、SNS や地方新聞、テレビでの双方向な情報発信を行ったりと、精力的に取り組んでいる部分が当てはまる。

この取り組みを行って、現れるコンセプトとは、まちの憩いの場が当てはまる。実際に From 0 ができて地域の住民の方々は応援したいと口々に話してくれており、高齢者の方々も足を運んでくれることが多いといっていた。つまり、地元の方々が集まるサードプレイスを作ることができているといえる。このコンセプトから考えられるシュートだが、起業者が増加したり、コミュニティが拡大したりするのではないかと考えられる。起業者の不安を Wonder Wando が少しでも和らげることができれば、起業者の背中を押し、挑戦する人々が

増えるのではないだろうか。

また、コミュニティの拡大については、県内で活動する若者が集まった unun（うぬうぬ）というコミュニティがあり、さまざまな業種の人々がつながることができる場所となっている。今後はこのコミュニティの他に、将来的に起業を考えている全国の人々や、起業した若手の方々と繋がり、情報共有ができる場所を作ることができれば起業の関心度や成功率も上がってくるのではないかと考えることができる。これらの内容からゴールは、観光客の増加、大鰐町の魅力度 up、人口減少が緩やかになることが考えられる。大鰐町の魅力度が町の活性化によって上がり、注目されることで SNS や雑誌、テレビなどで情報が多く飛び交うようになる。そして、大鰐町へ一度足を運んでみたいと観光客が増える。観光客が増えれば、大鰐町はさらに活気が出て、魅力度も高まるのではないだろうか。そこで、大鰐町のこと、大鰐町がおこなっている取り組みに関心を持った人が現れてくれれば、移住者も増加する可能性が生まれるのである。

大鰐町は自然が豊かで、弘前市や青森市に行きやすいメリットがあるので、ベットタウンとしても活用されるのではないだろうか。温泉も料理も素晴らしく、魅力的なお店も多いので今後の人口変化に注目である。

4-3. Wonder Wando の現在

Wonder Wando は今年の 6 月 23 日からオープンして一周年と 3 ヶ月が経とうとしている。私が初めて訪れた時はオープン前からの 4 月ごろだったので時の流れは速いと感じてしまうが、これまで続けて来ることができた要因について聞くことができた。

継続的にお店を経営できた最も大きい要因として、町の人から応援されていることであると話してくれた。4-1. のところでも、町の人からレシピを教えてもらう機会があったということ述べているが、長期間営業することで声をかけてくれる人が増えたということも教えてくれた。

なぜ、ここまで町の人から応援されているのか。それは、Wonder Wando の人柄が大きく関係していると私は考えている。私自身、再度調査に訪れた時、間隔があいていたので自分のことをあまり覚えていないのではないかと考えながらお店に訪れた。しかし、私のことをはっきりと覚えていてくれて、インタビューも円滑に行うことができた。また、インタビューをしているときに地元の小学生がお店に訪れたのだが、その子どもの名前を呼んでいたりと、新しく来た子の名前を聞いて覚えたりとヒトとヒトの繋がりを大切にしていることが伝わってきた。

仕事の様子を見ていても、常に楽しそうに働いており、お客さんとの会話を楽しむ光景を見ることができた。仕事を楽しめている要因としては、メンバーの仲の良さも関係している。山本さんと坂本さん、今年の 8 月から新しく加入した嶋津さんの三人で現在はお店を営業しているが、コミュニケーションを欠かさずにとり、気になることや新しいアイデアを日常生活の中で共有するようにしている。メンバーの雰囲気良ければお客さんとしても居心地の良い「場」となり、人が集まりやすくなっているのではないだろうか。

事業を継続することで、SNS のフォロワーは増加し、さまざまな繋がりが生まれたことでイベント参加が多くなった。ヒトからヒトにイベント開催の情報を提供してもらうことで、

多方面から支援や情報を得ることができたということを話してくれた。

例えば、イベントで出店する商品をつくるための機械を譲ってもらうことでコストカットにつなげることができたということである。From 0が出店するイベントにはサンドイッチを提供していない。この理由には、衛生的な問題が関係しており、火を通す作業をしなければ商品を提供することは難しいということである。お店で作った商品を出店先に持っていくことは問題ないのだが、鮮度が悪くなるという理由で行っていない。

そこで、おでんや焼きそば、チュロス、ホットサンドなどを提供しているのである。おでんに関しては、山本さんのお兄さん繋がりで譲ってもらったおでんの機械を活用したことでレンタルコストを抑えることができた。また、焼きそばは問屋さんから麺を一定数購入すると無料で鉄板をレンタルできるという条件があったので、麺と具材の準備で済んだと教えてくれた。このほかにも、地域の方から型焼きを借りて、弘前の学生と共同開発をした商品を期間限定で販売することもあった。このように、地域との繋がりを大切にしながら、コストカットを実現して経営を行っているという努力の積み重ねが今のFrom 0なのではないだろうか。

また、今年の夏には、地域で大鰐ねぶた祭りを行い大盛況となった。きっかけは、地域のねぶた祭参加者団体が年々減少してきていることにショックを受け、何かできることはないかと考えたことが大きいと話してくれた。ねぶた祭を行うために3人は5月31日からクラウドファンディングをスタートした。〆切は6月30日の一か月間で行い、最終的には約140万円を集めることに成功した。支援してくれた人々には返礼品として、大鰐町の特産物を送ったり、From 0で使うことができるお食事券を発行したりとさまざまな返礼品を用意していた。その中でも、ねぶたに企業名を書くことができるスポンサー枠に人気があり、広告などの返礼品はすぐに売れていたことに驚いた。価格は数万円で、決して安くはない値段であるが、町内の方や、隣接している市町村の方が購入してくれたということから、積極的なイベント参加や、継続的な店舗の運営を行ったことにより成功したのではないかと考える。

しかし、約140万円集まったが、実際に使うことができたのは50%ほどで70万円ほどであったということも教えてくれた。クラウドファンディングには手数料が発生し、18%ほどの手数料がかかる。また、返礼品で30%ほど費用が掛かったのでだいたい50%ほどになる。また、ねぶた小屋に大きな費用が掛かり、最終的な収益は赤字になっているのではないかとこのことを教えてくれた。

だが、ねぶた祭を行ったことによる反響は大きかったということも話してくれた。ねぶた祭が始まる前には、町独自の広報誌、むつ日報、東奥日報などの新聞に取り上げられ、SNSの弘前経済新聞にも掲載されたことで町からの認知度も高かった。町からの認知度が高かったことで、町内の方々と交流する機会を作ることができた。特に、小さい子どもたちや高齢者の方々など老若男女問わず楽しんでいる様子を見ることができて嬉しかったと話していた。次回もやってほしいという声も多く、以降の開催に期待したい。

5. 私の考え

2ではまず、起業についてどのような考えを持っている人がいるのかということについて

触れて、3では起業の成功するために必要なポイントについて学び、4,5では青森県内で起業した方々の活動について紹介した。

これらの事例や著書から私は、起業の成功という考え方は様々であるということ考えた。起業の成功としてすぐに思い浮かぶことは、売り上げが立ち、生活できるようになることであるということであろう。だが、守屋さんの著書からは、金銭的な成功を上げることも、意思が最も重要であり、明確な意思や目標を持ち、起業をスタートするということが優先順位は上なのである。

成功は物事に着手できた時や失敗しても十分にやった時であるという考え方をもち、失敗は物事に着手できなかった時や実行を見送り続けた時であるという考え方として物事を考えた時の過程に目を配ったとき、やるか、やらないかという選択は大きな決断であるといえる。

また、継続的なビジネスを行うことにより、生態系を大きく構築することができるだけでなく、応援してくれる仲間が増えるので、資金や援助を受けられる可能性も高まるのである。実際に wonder Wando の事例からも読み取れるように、事業を継続できたのは町の人々が応援してくれたことが大きく、調理するための機械を無料で提供してもらうことでコストカット、クラウドファンディングで援助を受けてイベントを行うことに成功するなど生態系を構築し続けたことによる恩恵は絶大である。

生態系を拡大していくときに行うべきことは、自分から進んで多くの人々に話しかけるということである。Wonder Wando の方も話していたが、イベント参加やお店に来てくれた人々には積極的に話しかけて、コミュニケーションをとるということを重視していると教えてくれた。実際に私は名前を覚えてもらっており、何度も名前を呼んでもらった。名前を呼んでもらうことは、一見、普通のことかもしれない。しかし、相手が自分のことを認知していると嬉しいし、緊張が和らぐことで話しやすい状況を作ることができる。

このような積み重ねを大事にすることで応援してくれる仲間が増え、事業を継続する成功率は高まっていく。起業をするときに、経営学やマーケティングについて深く知っておく必要があるという考え方をする人は多いだろう。だが、お金や知識があっても応援してくれる仲間がいなければ事業の拡大は難しくなる。そこで応援してくれる仲間を作るために、多くの人と会話をし、生態系を拡大することで事業の成功率を上げなければならない。そのために、事業を行う際には、多くの人と会い、繋がりを大きくしていくことが重要になるのである。人と会うことで得た経験を自分の成長の糧として蓄積させていくことができれば事業の考え方も変わっていく。

このことから私は、起業の成功に必要なポイントについて、明確な意思をもって事業を始め、起業者が積極的に多くの人と会い、交流を行うことで生態系を構築していくことが第一ステップとして考える。まずは明確な意思をもつことから始まり、事業を継続するために応援してくれる仲間を作るために生態系を拡大していくことが大切である。次に、広げた生態系の中で、自身の事業について良い影響を与えてくれる方に話を聞きに行くことや、事業の考え方を顧客目線で考えて、事業のプランが自社都合にならないように気を付けて行うことをしていかなければならない。これが第二ステップであると考えている。

自分が好きだからこの商品は売れるという安直な考えでは商売ができないし、流行の波が来ているから事業を始めたいという考えでは長期的プランが立たない。そこで、顧客はどのような層でどのようなものが欲しいのかという需要と供給を考えていく必要がある。起業を行うときに明確な意思を持つタイミングでは、経営学などの専門性はあまり必要では

ないと記した。だが、事業を継続するためには必要な要素である。

最後の第三ステップとして、事業が軌道に乗ったところに更なる事業の拡大のために他会社と等価交換が得られるような関係を築くことで更なる大きな成長をすることができる。起業の挑戦をすることで得られる経験は大きく、他会社との協力をすることで生態系も大きくすることができる。事業が上手く行っても、チャレンジ精神は忘れてはならず、事業の成功だけを追い求めるのではなく、明確な意思をもって挑戦していく姿勢もなくてはならないのである。

起業は簡単には成功しないといわれることが多いが、成功の捉え方は多様である。挑戦しなかったことによる後悔が残れば失敗といえるし、成果が得られなくても、起業したことで仲間ができたということは成功ともいえる。

周囲の人々は金銭的な問題や安定性のなさから挑戦しないことが多い。しかし、この中でも明確な意思をもって事業を起こすことができれば、他者とは異なる経験を得ることができる。起業をすることに不安はつきものであり、事業の継続は難しいが、起業をするための最初の一步を踏み出すことができれば、自身の大きな成長につながることは間違いないだろう。もし、仕事にしてみたい事業があるのなら、一度起業してみるのはどうだろう。他者が得られない貴重な経験を得ることができるのではないだろうか。また、挑戦しなかったことによる後悔もなくなるのではないだろうか。将来のビジョンを思い浮かべて、是非、起業の一步を踏み出してほしいと私は考える。

6. 参考文献

【男女年代別・独立意識調査】「フランチャイズ WEB リポート」
「独立開業に関する意識」 (2022年12月28日閲覧)

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000063.000013191.html>

講談社 【起業は意志が10割】 守屋 実

発売日 2021年5月10日 226ページ

(2023年9月15日 閲覧)

【人材採用・育成・組織開発のナレッジコミュニティ 日本的人事部】

<https://jinjibu.jp/article/detl/keyperson/2257/>

(2023年10月5日 閲覧)

大鰐町ホームページ 令和4年度空き店舗等活用創業支援事業のご案内

<http://www.town.owani.lg.jp/index.cfm/9,11532,43,html>

(2022年12月28日閲覧)

東奥日報 【Uターン 大鰐駅前にカフェバー開店へ】

<https://www.toonippo.co.jp/articles/-/995985>

(2023年1月20日閲覧)

Wonder Wando YouTube channel

<https://www.youtube.com/@user-mj4pe6zc2m>

(2023年1月6日閲覧)

Instagram Wonder Wando

https://www.instagram.com/wonder_wando/

(2023年1月6日閲覧)

東洋経済新報社 【ストーリーとしての競争戦略】 楠木 健

発売日 2010年5月10日 544ページ

(2023年1月6日 閲覧)

創業・起業支援と地方創生

佐藤 有紗

遠藤ゼミでは、青森市、大鰐町、黒石市の3つの地域で調査を行ってきたが、3つの地域を調査し比較することで、空き家問題や、創業・起業支援及び地方創生への理解を深めることができた。

そこで本稿では、いままで行ってきた調査をもとに、創業・起業支援が地方に与える影響について以下の構成で考察していく。

- 1, 調査の趣旨
- 2, 調査結果・考察
 - 2 - 1, 大鰐町
 - 2 - 2, 黒石市
 - 2 - 3, 青森市
 - 2 - 4, 比較・今後の課題
- 3, 空き家問題について
 - 3 - 1, 空き家の問題点
 - 3 - 2, 『空き家問題——1000 万戸の衝撃』
- 4, 創業起業支援・リノベーションの事例について
- 5, まとめ・考察
- 6, 参考文献・引用

1, 調査の趣旨

本稿で調査報告を行うにあたって、はじめに創業・起業・開業の定義や違いを明確にする。まず創業は、起業とほとんど同じ意味として使われており、新しく事業を開始することを意味している。起業は、新しく事業をおこすことを指す。創業とほとんど変わらない意味として使われることが多い言葉だが、創業が過去の事柄によく使われるのに対し、起業はこれからチャレンジする時などに多く使われる。開業も起業、創業と同じように新しく事業を開始することを意味するが、起業、創業よりも商売色が強いことが特徴で、ショップや病院などといった何かしらの店舗をオープンする際などに多く使われる。

現在は、新型コロナウイルスの感染拡大により、地域の財政や経済活動に多くの影響が及んでいるが、そのような状況下でも国内外の開業率は右肩上がりである。東京商工リサーチ『全国員説法人動向』によると、2021年、新しく設立された法人は14万4,622社で、前年比10.1パーセント増と、2年ぶりに前年を上回り、2017年を抜いて過去最多の設立件数となった。国外も同様で、米国のECONOMIC INNOVATION GROUPの調査によると、米国の2020年の起業申請数は過去最高となり、前年比24%の増加だったことが明らかになった。業種別では、小売業が大幅に増えているようだが、主な理由として、失業や契約期間満了によって仕事を持たなくなった人が起業するケースが多いとされる。

開業率が伸びている中、人口減少・少子高齢化や空き家問題などを抱える地方にとって創業・起業というものは重要な役割を果たすと考えた。そこで、三年遠藤ゼミは、青森県内の

新しく起業した店舗や役所に、創業・起業支援の詳細な情報や実態についての聞き取り調査を行った。

2, 調査結果・考察

当ゼミでは、大鰐町、黒石市、青森市といった青森県内の様々な地域で調査を行ってきた。この項目では、調査の結果及び、聞き取り調査を経て考えたことをまとめていく。

2 - 1, 大鰐町

まず、大鰐町の創業・起業支援について紹介する。大鰐町では、空き店舗等活用創業支援事業を行っており、空き店舗等において事業を開始する方に対して「空き店舗等活用創業支援事業補助金」を交付している。空き店舗等の活用による創業の促進や商業の振興、地域経済の活性化を図ることが目的で、対象要件等は以下の通りである。

対象者の要件

下記要件を全て満たす個人または法人

- ・事業に必要な資格や許認可等を取得する見込みがあること
- ・事業を開始しようとする空き店舗等において、2年以上継続して営業する意思を有すること
- ・営業時間が通年及び週4日以上であり、かつ営業時間が1日5時間以上であること
- ・今後本町に転入する個人又は本店を移転する法人の場合、営業開始の日から2年以上本町に住所又は本店を有することが見込まれること
- ・空き店舗等の所有者と申請者との関係が同一世帯または生計を一にする者若しくは2親等以内の親族でないこと
- ・空き店舗等の所有者と同一の法人等に属する者でないこと
- ・既に町内の店舗に出店している申請者が空き店舗等に出店する場合、町内の当該店舗が空き店舗とならないこと
- ・市町村税（法人等の場合は、法人等及びその代表者に係る市町村税）を滞納していないこと 等

対象事業

都市計画法に規定する市街化区域内において、空き店舗等を借り上げて実施する小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業その他町長が認める事業

対象経費

- ・外装、内装工事費、設備（水道、電気、ガス、空調）工事費、付帯工事費及び設計費
- ・補助対象者が自ら店舗改修を行う場合の資材等の購入費

補助率

補助対象経費の2分の1（千円未満切り捨て）

上限額

①令和3年10月1日以降に本町に転入した個人または本町に本店を移転した法人・・・上限

100万円

- ②現在町外に住所を有している個人または本店を有している法人で、実績報告書の提出期限までに本町に転入または本店を移転する予定のもの・・・上限100万円
- ③上記以外のもの・・・上限50万円

空き店舗等活用創業支援事業は令和四年度から始まり実際に支援を受けた店舗は二店舗で、相談は現在二件受けているとのこと。

空き店舗等活用創業支援事業を始めた経緯としては、大鰐駅のすぐそばにある「From 0」というカフェバーが、空き店舗等活用創業支援事業が作られるきっかけになったそうだ。

「From 0」は、大鰐町にUターンした坂本洋治郎さんと山本晴也さんが築50年の元菓子店を改修して開業した店舗である。令和三年度中に、自分たちの条件に当てはまる補助金・助成金がなかったことを大鰐町役場に相談した結果、補助金制度がつくられたそうだ。支援自体は令和四年度から始まり「From 0」の開業には間に合わなかったが、外装の工事がまだだったため、50万円の補助を受けた。

坂本さんと山本さんはカフェ&バーを起業するにあたって、ひろさきビジネス支援センターにも起業に関する相談をしたそうだ。ひろさきビジネス支援センターとは、弘前市からの業務委託を受けて運営している機関であり、起業・創業を目指す市民や地域で事業を営んでいる方などに対し、経営等に関する相談、各種産業情報の提供並びに交流の場を提供することで、地域経済の活性化を図っている。ひろさきビジネス支援センターで利用できる支援内容は以下の通りである。

1. インキュベーションマネジャー（※）による創業・起業等に関するさまざまな相談・アドバイスが受けられます。
2. すでに事業を営んでおられる方でも、経営等に関する相談・アドバイスが受けられます。
3. 創業・起業、経営等に関する情報の収集ができます。
4. 創業・起業、経営等に関する書籍を借りることができます。
5. 事業計画書や資金計画書等の書類作成や打ち合わせ用のスペースを利用できます。
6. 創業・起業セミナー・講座を開催いたします。
7. 起業を目指す人、起業した人等を結びつける交流会を開催いたします。

※インキュベーションマネジャー（IM）とは

事業活動に関するあらゆる相談に対応する人材のこと。特に、経験の少ない起業家に対して、事業の知識、ノウハウ等をアドバイスし、事業達成へ導く人材のこと。

上記のようなビジネス支援サービスを、地域コミュニティに対して推進することは、まちづくり、むらづくりという地域の活性化に貢献する。

大鰐町には、空き店舗等活用創業支援事業の他に、青森県が実施する特別保証融資制度の利用者を対象に、信用保証料の補助を行っている。青森県「選ばれる青森」への挑戦資金特別融資制度を利用し、県内で中小企業者として創業する事業に対する融資を受けた者のうち、①個人にあっては町内に住所を有する者又は予定の者、法人にあっては町内に本店登記

がある者又は予定の者②大鰐町内で事業を開始する又は開始している者③町税等に滞納のない者、以上のいずれにも該当する者が対象者である。補助対象融資額は10,000千万、補助対象期間は7年以内、補助内容は、県による信用保証料の30%補給後の信用保証料を全額保証としている。上記の内容は大鰐町内で創業する方向への補助だが、その他に、新型コロナウイルスの影響により経営の安定に支障を生じている方、一般的な事業資金を必要としている方向への内容もある。補助対象融資額は、一般的な事業資金を必要としている方に対しては大鰐町内で操業する方と同様だが、新型コロナウイルスの影響により経営の安定に支障を生じている方に関しては補助対象融資額は30,000千万である。

次に、大鰐町の空き店舗等活用創業支援事業の課題について考えていく。大鰐町の空き店舗等活用創業支援事業の課題は、空き店舗の数や場所を把握しきれていなく、起業したい人と空き店舗とのマッチングがうまくいっていないという点だと考えられる。ネットを介して空き家を紹介する空き家バンクが大鰐町にもあるが、まだ浸透していなく、掲載するのに手間がかかり持ち主が億劫がるため、登録件数が伸びないらしい。また、人が住んでいる住居を兼ねている空き店舗、つまり併用住宅が多く、空き店舗として扱うには難しいという問題がある。併用住宅とは、1つの建物の中に自分たち家族が住むための自宅部分と、店舗や事務所、賃貸住宅などの収益用の物件が両方入っている住宅のことである。家を併用住宅にすれば、自宅に住みながらにして不動産収入を得ることができるので、副収入を得る手段として優れているが、閉業してしまったり、将来的に売却したいと思っても、なかなか買い手がつかずに売りにくい。

2-2, 黒石市

次に黒石市の創業・起業支援について紹介する。黒石市では、黒石市中心商店街空き店舗等対策事業を行っており、中心商店街の空き店舗又は空き家に新規に出店する小売業者等を対象に、賃借料又は改装費を補助している。対象要件等は以下の通りである。

出店対象地域

横町・中町・前町・市ノ町・上町・一番町の商店街組合地域及び商店会地域

空き店舗等の要件

《空き店舗》

小売業、飲食業又はサービス業に供する店舗又は施設、その他地域の活性化に寄与すると認められる誘客施設として以前利用されていたもののうち、2か月以上営業の用に供されていないものであること。

店舗等の出入口が道路又は人の通行が制限されていない公共用地に面している1階又は2階の店舗等であること。

道路等から直接出入りすることができる独立した出入口を有する店舗等であること。

《空き家》

1. 2か月以上人が居住せず、かつ、使用していないこと。

2. 改修することにより店舗等として活用するものであること。
3. 店舗等として利用する出入口が道路等に面している1階又は2階の住宅であること。
4. 道路等から直接出入りすることができる独立した出入口を有する住宅であること。

対象者

1. 過去3年間において、この要綱に基づく補助金の交付を受けていないこと。
(「店舗等の改修」と「店舗等の賃借」の区分が異なる場合は申請可)
2. 空き店舗等の所有者と生計を一にする者でないこと。
3. 空き店舗等の所有者と二親等以内の親族でないこと。
4. 黒石市暴力団排除措置要綱第2条第8号に規定する排除措置対象者でないこと。
5. 市税等を滞納していない者であること。
6. 中心商店街の商店街組合又は商店会に加入していること。
7. 黒石商工会議所、金融機関、21あおり産業総合支援センター等から経営指導を受けている者であること。

対象事業の条件

店舗等を開業するものであること（風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条第1項に規定する風俗営業に該当する事業及び政治的又は宗教的な活動を目的とする事業を除く）。

中心商店街の現店舗からの移転でないこと（本人の責めに帰さない事情による移転を除く）。

週5日以上、午前9時から午後7時までの間に4時間以上営業し、かつ、2年以上営業を継続できるもの。

店舗等改修工事の場合、補助金の交付の対象となる経費の全てを市内に主たる事業所を置く法人又は個人に発注すること。（2者以上の見積書の提出が必要）

店舗が2階である場合は、営業中であることが道路等から見て分かるように看板等を設置し、誘客に努めること。

対象経費・補助金額

《店舗等改修費の場合》

補助金額 補助対象経費の2分の1 上限 50万円

補助対象経費

- ・内装及び外装の改修に係る経費
- ・給排水設備工事、空調設備工事、電気・照明工事等に係る経費
- ・建物と一体となって機能する設備工事費（看板等工事により建物に固定されるものを含む。）

《店舗等賃借料の場合》

補助金額 賃借料（消費税を除く）の2分の1 上限 月額2万5,000円（年額30万円）

補助対象経費

・営業を開始した日から起算して1年を経過した日の属する月以後12か月分の賃借料（共益費、敷金、礼金、消費税等を除く。）

以上のように要件・条件について細かく定められている。

黒石市には蔵の空き家で起業した十文字カフェという店舗がある。十文字カフェは、青森県黒石市にあるアジアカフェで、NPO法人横町十文字まちそだて会が運営し、理事のマレーシア出身のLeenyokpengさんがプロデュースしている。収益はまちづくりのために還元しており、黒石のまち歩きに疲れた観光客や市民のために、日常のちょっとした合間にホッとできる空間を作りたいという思いで2015年にオープンしたそうだ。十文字カフェは黒石市の観光案内所である松の湯交流館裏の蔵をリノベーションしたカフェで、アジア料理が楽しめる。手作りの小物やクッキー、アジア雑貨も販売している。創業するにあたって、松の湯交流館が改修されたばかりで蔵がたまたま空いており、日本の蔵で中が東南アジアの雰囲気だったら面白いと思い、松の湯交流館の蔵に決まったそうだ。



十文字カフェは創業する際創業資金がなく、ゼロからのスタートだったが、知り合いの方々から家具などを寄付してもらい、開業に漕ぎ着けた。コロナ禍で経営が難しい際は事業復活支援金の支援を受けたそうだ。事業復活支援金は国の支援で、新型コロナウイルス感染症により、大きな影響を受ける中堅・中小・小規模事業者、フリーランスを含む個人事業者に対して、事業規模に応じた給付金を支給している。事業復活支援金の給付対象は以下の二つを満たすことが条件である。

- ① 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者
- ② 2021年11月～2022年3月のいずれかの月(対象月)の売上高が、2018年11月～2021年3月の間の任意の同じ月(基準月)の売上高と比較して50%以上又は30%以上50%未満減少した事業者

給付額は、中小法人等は上限最大 250 万円で、個人事業者等は上限最大 50 万円が支給される。給付額は基準期間の売上高－対象月の売上高×五か月分である。①の、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者というのは、以下のものだ。

- ① 国や地方自治体による、自社への休業・時短営業やイベント等の延期・中止その他のコロナ対策の要請
- ② 国や地方自治体による要請以外でコロナ禍を理由として顧客・取引先が行う休業・時短営業やイベント等の延期・中止
- ③ 消費者の外出・移動の自粛や、新しい生活様式への移行
- ④ 海外の都市封鎖その他のコロナ関連規制
- ⑤ コロナ関連の渡航規制による海外渡航者や訪日渡航者の減少
- ⑥ 顧客手取引先が①～⑤、⑦～⑨のいずれかの影響を受けたこと
- ⑦ コロナ化を理由とした供給減少や流通制限
- ⑧ 国や地方自治体による休業・時短営業やイベント等の延期・中止その他のコロナ対策の要請
- ⑨ 国や地方自治体による就業に関するコロナ対策の要請

新型コロナウイルス感染症の影響とは関係のない場合は給付対象とはならない。

上記のような国の支援金や、市の支援金を利用して店舗を経営している。また、カフェの店舗として蔵を利用しているが、蔵の家賃は松の湯交流館に支払っており、家賃の補助金を市役所から一度受けたことがあるそうだ。このような、創業・起業後のサポートは、創業・起業支援を行う自治体において必要なものだと考えられる。

黒石市では、創業・起業に関する取り組みを黒石市中心商店街空き店舗等対策事業以外にも行っている。市では、講師の方が創業・起業に関する講演を行う創業セミナーや、創業・起業したい方からの相談に対応することにより、創業を促進し、雇用拡大を図るため、青森県と協働で創業相談ルームを設置している。この創業相談ルームでは、公益財団法人 21 あおもり産業総合支援センターの創業支援の専門家（インキュベーション・マネジャー（IM））が、経営のノウハウなどを助言することで、ビジネスプランの構想段階から創業初期まで（創業後のアフターフォローも含む）、創業・起業する方が直面する課題解決に向けた総合的な支援を展開している。また、黒石市では、市内の創業支援事業者が連携を強化し、創業を検討されている方や創業後間もない方の創業の実現や経営安定を目的として、「黒石市創業支援等事業計画」を策定し、平成 28 年 1 月に国の認定を受けている。国の認定を受けることで、一定の条件を満たした方に黒石市が証明書を発行できる。この証明書があることで、株式会社や合同会社を設立する際の登録免除税の軽減、創業関連保証の特例などを受けることができる。以上のように、黒石市では創業・起業に関する支援が充実している。黒石市中心商店街空き店舗等対策事業課題としては、大鰐町と同様で、空き店舗の数や場所を把握しきれいなく、起業したい人と空き店舗とのマッチングがうまくいっていないという点である。やはり黒石市でも空き家バンクは浸透しておらず、登録件数が増えないのが現状だそうだ。

2 - 3、青森市

次に、青森市の起業支援について紹介するにあたり、青森市総合計画について説明する。

青森市総合計画 第1章仕事創り「第1節産業の振興・雇用対策の推進」の基本方向は以下の通りである。

若者等の企業・創業や、地元企業による新たな領域での事業展開、第二創業など、地域資源や特性を生かした新ビジネスの挑戦を促進するとともに、生産性向上の取り組みなどに通じた経営基盤の強化を促進するほか、地域特性に応じた個性と魅力ある商店街づくりを促進します。また、地域ニーズに対応した多様な企業の立地等を促進するほか、若者等の地元就職や誰もが安心して働くことができる雇用づくり等を促進します。

以上の通り新ビジネスの促進に働きかけている。施策の体系として、産業の振興・雇用対策として地域ベンチャー支援の推進を行っており、市として積極的に創業・起業を促している。創業・起業支援をする施設として、青森市には、あおもりスタートアップセンターという施設がある。青森市ではあおもりスタートアップセンターが、経営全般に関する相談ができる場所としての役割を担っている。ビジネスに関する経験豊富なスタッフが常駐しており、「起業したい」、「経営を立て直したい」、「新規事業を立ち上げたい」など様々な経営相談に無料に対応してくれる。起業したときの大変さを教えてくれたり、様々な経営課題解決をサポートしてくれたり、手続きからプロジェクトを最後までマネジメントしてくれたり、支援が手厚い。また、同施設では多様な交流を促すため、コワーキングフリースペースがあり、セミナーや交流会などのイベントを開催している。あおもりスタートアップ支援セミナーのあお★スタセミナーでは、県内外の有名な起業家を呼び、起業家マインドの醸成、スタートアップ・起業の促進を行っており、創業・起業の具体的な支援を積極的に行っている。機運醸成として学生ビジネスアイデアコンテストも開催しており、青森市のビジネスへの意欲を高めていこうと働きかけている。さらに、あおもりスタートアップセンターでは、起業のハードルを下げるために起業塾も行っている。あお★スタ起業塾では、起業家や起業希望者等が多様に交流しながら、三ヶ月で起業や新事業等を目指し、セミナー・ワークショップ等を複合的に組み込んだ短期集中型プログラムを提供している。この起業塾には、「起業までのステップを順に学べる」「実践的なワークショップに参加できる」「起業に向けて共に切磋琢磨する仲間ができる」といった特徴があり、資金調達の方法やターゲットの見極めを詳しく教えてくれる。

その上、あおもりスタートアップセンターでは、起業支援の他に成長支援もしており、起業後のサポートも充実している。成長支援としては、青森アクセラレータープログラム、青森地域貢献人材活用プロジェクト、スタートアップ都市推進協議会の活動を行っている。青森アクセラレータープログラムでは地域を牽引するスタートアップの育成を目指し、集中的に企業価値を高めるアクセラレータープログラムを開催するとともに地域におけるエコシステムを構築している。「青森でビジネスに挑戦する。加速する。」という内容で、採択スタートアップ8社がオンラインに登壇し、それぞれの地域が課題を公開し、青森市だけでなく県外から様々な意見をもらい、地域の課題をすぐに解決しようという働きをしている。青森地域貢献人材活用プロジェクトでは、都市部の副業・兼業人材と地域企業のマッチングを行い、地域企業尾経営課題の解決と関係人口を創出している。地方では働きたいと思える場所がなく雇用が安定しないため県外へ転出してしまうという例が多いため、自身の人生に合っている、好きな仕事をするために起業をしてみようという考え方を広めている。

スタートアップ都市推進協議会では、①スタートアップ都市づくりに先進的に取り組む自治体が連携し、ビジネスマッチングイベント等を開催し、②熱意ある地方創生ベンチャー連

合と連携し、官民それぞれの立場から地方創生の課題・事例共有、発言を行うイベントを開催している。以上のように、青森市では青森市役所とあおもりスタートアップセンターが連携し、様々な方面から創業・起業支援を行っている。

2-4、比較・今後の課題

次に、大鰐町・黒石市・青森市の創業・起業支援の比較、今後の課題について考えていく。三つの地域で調査を行ってきた、大鰐町は、空き店舗・空き家を活用して創業・起業支援をしようという取り組みに力を入れていることが分かった。黒石市も空き家・空き店舗の利活用を関連付けて創業・起業支援を行っている。大鰐町との違いは、中心街を活性化するためにこみせ通りなどの範囲に絞っている所である。創業相談ルームを設置するなどして、創業・起業する方が直面する課題解決に向けた総合的な支援を展開している。青森市も同様に、あおもりスタートアップセンターが、経営全般に関する相談ができる場所としての役割を担っている。大鰐町と黒石市の共通の課題としては、大きく分けて二点ある。一点目は、空き家・空き店舗の数を把握しきれないという点である。そのため、起業したいという相談が来た際に、すぐに空き家・空き店舗の情報を出すことが出来ず、うまくマッチングができない。実際、起業したいと思った方は空き家バンクで空き家を調べ、直接大家に話を持ちかけるそうだ。空き家バンク自体も、登録に手間がかかるため登録数が伸びず浸透しきっていない。さらに、併用住宅の空き家も少なからず存在しており、扱いが難しいというのも課題である。二点目は、新たに起業しようと考えている人たちが直接相談できる起業家・経営者が少ないという点である。国民生活金融公庫総合研究所が1999年8月に行った「中小企業経営者による起業支援活動に関するアンケート」の結果によると、新たに起業しようとする人や起業したばかりの人に、何らかの支援をしたことがある経営者の割合は23.0%であった。経営者と支援した相手の関係をみると、「元役員・元従業員」が18.3%、「友人」が26.7%であるなど、身近な人が多いことがわかる（図-3）。支援対象と知り合ってから期間も、「10年以上」が41.7%、「5～9年」が29.6%と長い（図-4）

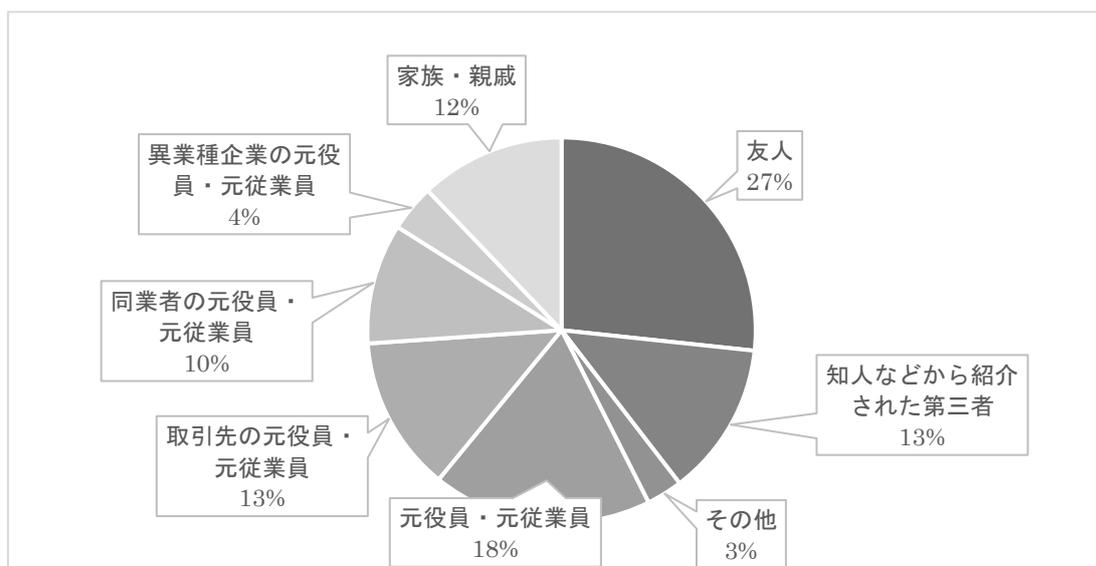


図-3 経営者と支援した相手の関係

※：出典 「中小企業経営者による起業支援活動に関するアンケート」

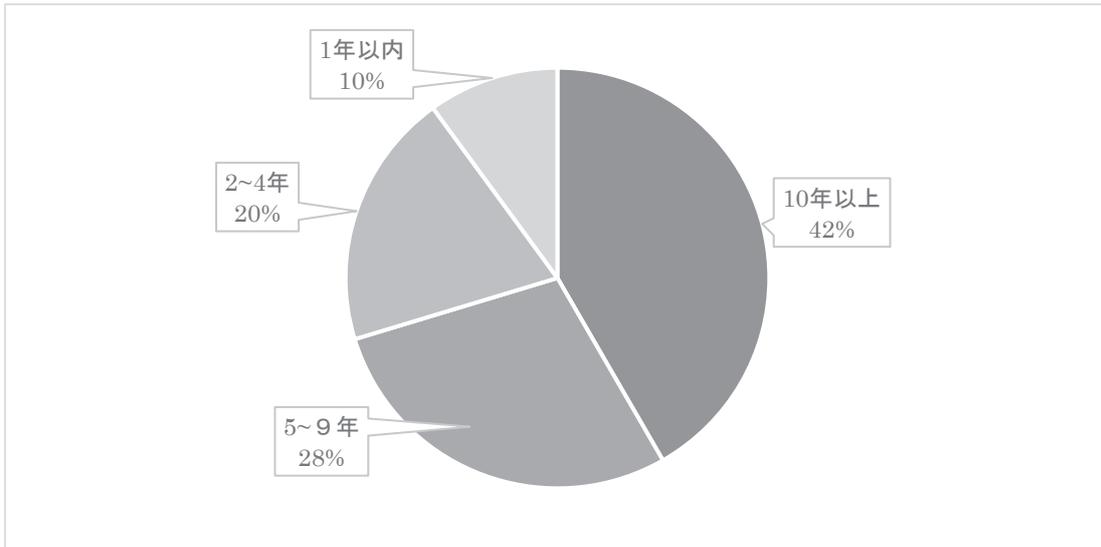


図-4 支援相手と知り合ってから期間

※：出典 「中小企業経営者による起業支援活動に関するアンケート」より

したがって、起業を考えている人々が起業家と交流できる場は中々ないため、実際に起業した人と長期的に交流を図れる場が必要だと考える。

3. 空き家問題について

3-1. 空き家の問題点

3つの地域で調査を行ってきて、大鰐町は、空き店舗・空き家を活用して創業・起業支援をしようという取り組みに力を入れていることが分かった。そこで、本章では空き家問題について掘り下げ、空き店舗・空き家を活用した創業・起業支援の取組の需要について考えていく。

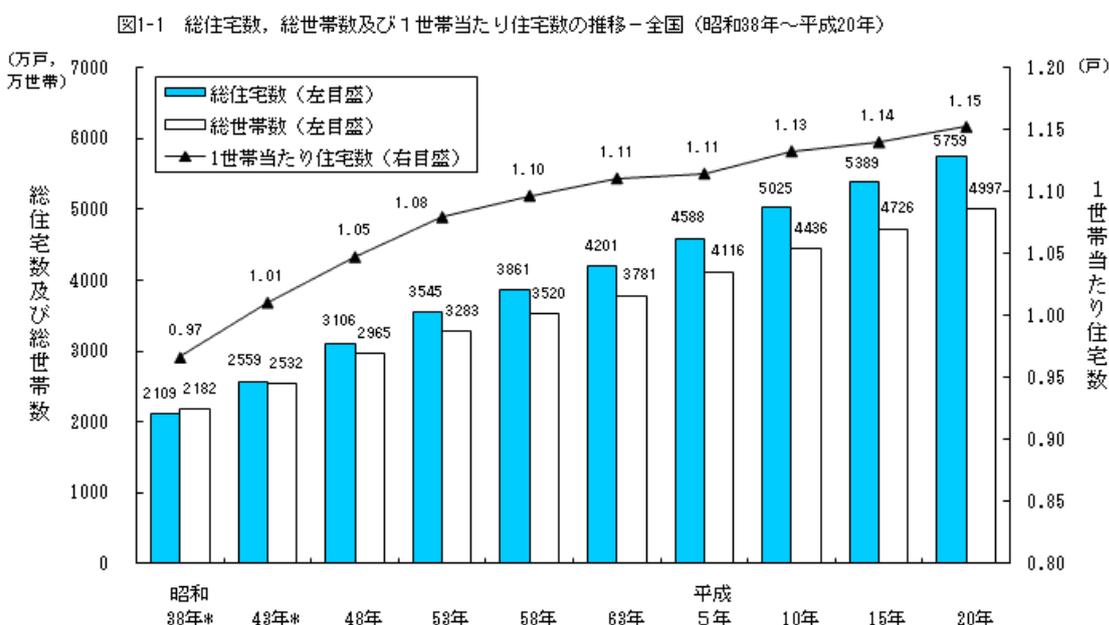
空き家問題について考えるうえで、まずは空き家の定義をはっきりさせておく。空き家とは、一戸建の住宅や、アパートのように完全に区画された建物の一部で、一つの世帯が独立して家庭生活を営むことができる住宅において、ふだん人が居住していない住宅のことを指す。なお、家庭生活を営むことができないような「廃屋」は、調査の対象外である。そもそもなぜ空き家は増加するのか。原因は大きく三つある。

一つ目は、少子高齢化である。少子高齢化が進み人口減少が加速する中、総住宅数が総世帯数を上回り、その差が徐々に開くことが、空き家増加の大きな理由の一つだ。また、空き家が増えるということは、その地域に住む人が減っているということだ。そうすると、その地域の活力が低下するだけでなく、道路や水道、電気といったインフラを維持することが難しくなる。例えば、ある道路の利用家族数が100家族から50家族まで半減してしまった場合、1家族あたりの道路維持の負担は倍となってしまう、他にも、スーパーや銀行、クリニックなど、生活に欠かせない施設の撤退も起きてしまい、空き家の増加はその地域の魅力を低下させてしまう原因となる。また、日本人の寿命が延びたことで、介護施設の利用が増加し、もともと利用されていた住居が空き家になる、という例もある。さらに、核家族化も背景にあると考えられる。核家族化とは、「夫婦のみ」、「父親と未婚の子供」、「母親と未婚の子供」のみの家族構成を指しており、日本の近代化に伴い増加した家族形態である。核

家族化が進むと、親と同居する世帯が減り、親が亡くなった後の空き家が増える。単身世帯の高齢者が亡くなった後の家が、利用目的が無くなり空室化する現実もある。核家族化が進み、子供の数も少ないため、一度実家が空き家になると戻ってこられる人がいない、もしくはその家を必要とする人がいないという状況が起こる。そして、建物がそのまま放置されることになることで空き家が生まれる。空き家が発生する最も一般的な原因は、自宅を所有する高齢者が老人ホームなどの高齢者住宅や子供宅などに転居することである。今後、団塊の世代を含めた高齢者は急激に増えていく。それに伴い、空き家もどんどん増えてしまう。特に駅から遠い利便性の良くない地域にある住宅街では空き家が一気に増加することが予想されている。

二つ目は、固定資産税対策のためである。固定資産税とは、土地・家屋といった固定資産の所有者が納付しなければならない税金である。固定資産の所有者は、その資産価値に応じて算定された税額を、固定資産の所在する市町村に納める。住宅用地や田畑、山林などの土地はもとより、戸建て住宅や分譲マンションなどの家屋にも課税される。空き家は、「住宅として使用されていない家屋」に該当するため、固定資産税が課税される。しかし、空き家などの建物を取り壊して更地にすると固定資産税が増えてしまう。そのため、空き家をそのままにしておく場合が多い。持っている土地に住宅が建っていれば固定資産税は6分の1に減額されるが、取り壊してしまうとその優遇がなくなってしまう。結果として、節税のために空き家を取り壊さず放置される場合がある。そういった背景があり空き家が増加する。

三つめは、世帯数の増加以上に住宅数が増加するためである。



上記のように、総住宅数と総世帯数の推移を比較してみると、昭和38年までは、総世帯数が総住宅数を上回っていたが、43年に総住宅数（2559万戸）が総世帯数（2532万世帯）を27万戸上回った。昭和48年には総住宅数（3106万戸）と総世帯数（2965万世帯）の差が141万戸となり、全ての都道府県で総住宅数が総世帯数を上回った。その後も総住宅数と総世帯数の差は拡大

を続け、平成20年には総住宅数(5759万戸)が総世帯数(4997万世帯)を761万戸上回り、1世帯当たり住宅数は15年の1.14戸から1.15戸となっている。

特に日本人に顕著な傾向として、中古住宅より新築住宅を好む傾向がある。中古住宅を資産価値としてきっちり査定するノウハウやシステムが整っていないこともある。そして、住宅を供給する側としても利益が大きいのは新築住宅である。このような事情が、世帯数の増加以上に新築の住宅数を増加させている。新築住宅が増えるということは、当然、将来空き家となる可能性を持った家も増え続けているということである。以上の要因等から空き家は増え続けている。

次に、現代社会において、空き家が放置されていることによってどのような問題が生じるのか考える。まず、空き家のデメリットについて考える。まず、空き家は近隣住民に迷惑がかかる。手入れや管理がされず放置されている空き家は、「外壁材や屋根材の落下」、「家屋の倒壊」など保安上危険な状態となるほか、「ごみの不法投棄」、「悪臭」、「ねずみや野良猫、害虫などの繁殖」、「雑草の繁茂」など衛生面や景観の悪化などをもたらし、地域住民の生活環境に深刻な影響を及ぼす。手入れや管理がされず放置されている空き家は、台風などで少し強い風が吹いたり、地震などで少し強めに揺れたりすると屋根や壁が落ちたり、ひどい場合には建物が倒壊してしまう恐れもある。倒壊してしまったまま放置することはできないので、処分費用が必要になる。また、放置された空き家は樹木が伸び放題になっていたり、雑草が生い茂ったりしやすくなる。このような状況はシロアリの発生源となったり、野良化した犬猫の住処となったりと、近隣住民に対して迷惑をかけてしまうことになりかねない。樹木が倒れたりするようなひどい損害が発生した場合では、賠償責任を問われることになる可能性もある。



上の写真のような、適切な管理がされていない空き家があるだけで、近隣の不動産の資産価値が下がってしまう場合もある。木造の場合は建物の耐用年数は22年とされており、放置している期間もどんどんと時間が経ってしまい、気付けば耐用年数を過ぎてしまっていた、すなわち建物は無価値になってしまったということになりかねない。放置による劣化によって外観や内装、構造も悪くなっていくため、空き家は放置してしまうと、資産としての評価はどんどんと下がっていつてしまう。

また、「不審火や放火」、「不審者の出入り」など地域の防犯性が低下すると
の指摘もあり、空き家を放置すると犯罪の温床になり、景観を損ねる恐れがある。
空き家は人が住んでいないため、ゴミなどが散乱していたり、落ち葉や枯れ草などが積み重
なっていたりします。このような乱れた状態は、放火の対象になりやすいと言われている。
放置された建物内に人が入り込んで、失火による火災を発生させることもあり得る。このよ
うに不審火や放火で隣家など周辺地域にまで被害が及んだ場合、空き家を放置した所有者
が賠償責任を問われかねない。

また、罰則が適用される場合もある。「特定空家等」に認定されると、自治体は所有者に適
切に管理をするように助言や指導を行う。それでも改善が見られない場合は勧告や命令を
行い、所有者が命令に従わなければ、最大 50 万円以下の過料に処される場合がある。空家
法では、次の状態が 1 つでも当てはまれば、自治体から「特定空家等」と認められることにな
る。

特定空家等

(1) 倒壊など著しく保安上危険となるおそれがある状態

(2) アスベストの飛散やごみによる異臭の発生など、著しく衛生上有害となるおそれがある
状態

(3) 適切な管理がされていないことで著しく景観を損なっている状態

(4) その他、立木の枝の越境や棲みついた動物のふん尿などの影響によって、周辺の生活
環境を乱している状態

※現に著しく保安上危険または衛生上有害な状態にあるものだけでなく、そのような状態
になることが予見されるものも特定空家等に含まれる

「特定空家等」に認定されると、最大 50 万円以下の過料に処される場合がある。

以上のように、空き家を放置すると様々なデメリットが発生する。

3 - 2, 『空き家問題——1000 万戸の衝撃』

次に『空き家問題——1000 万戸の衝撃』という本の紹介をしながら、空き家問題につい
て深く考えていく。この本では、今後約 20 年の間に多くの人が直面する、日本国の空き家問
題について考え、解決策を示している。第一章では、増加し続ける日本の空き家について述べら
れている。まず、空き家問題を表面的にとらえていても、実態は見えてこない、という風に
述べられている。

例えば、「増え続ける空き家をどう扱うか、始末するか」といった対策論で、社会の迷惑
だから排除しよう、見えなくしよう。あるいは空き家が生じないようにしようといった議論
があるが、これらは空き家問題の解決には程遠いと述べられている。空き家問題の背景には、
深刻な「日本国の実状」が隠れているため、空き家問題を表面的にとらえても、実態は見
えてこない。したがって、空き家問題は表面的な対策論では解決しないため、所有者個人の問
題でなく、社会全体の問題だと認識すべきである。空き家を放置すれば、地域の防犯や防災、
景観などの問題につながる。

『空き家問題——1000 万戸の衝撃』では、今後この空き家問題は日本の構造的な問題に
深く関連し、私たちの生活にも一定の影響を及ぼしていくものと考えられている。また、こ

の事態はひいては日本人の持つ経済、あるいは不動産に対する価値観にも、おおいに影響を及ぼす可能性があるといえる、と述べられている。これは、空き家が増えれば増えるほど不動産価値が下がり経済が停滞するためだと考える。また、空き家の増加は不動産価値の低下だけでなく、管理コストの増加につながる。さらに、空き家の増加の背景には、日本の持つ問題の顕在化が垣間見える。人口が減少する日本では、今後さらに空き家が増加すると予想される。そのため、空き家の状況の今後の変化、悪化は、日本国の様々な問題をクローズアップさせるのではないかと危惧されている。

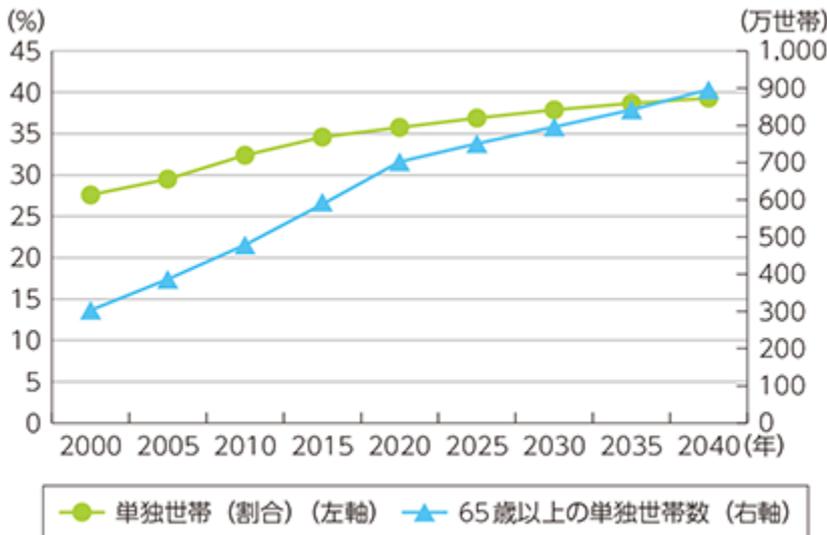
『空き家問題——1000 万戸の衝撃』では、次に個人宅の空き家が激増しているという問題が書かれている。背景には、少子高齢化や核家族化、都市部への人口集中などが影響していると考えられる。

また、空き家は個人の問題でもあり、貸家、アパートを営む大家さんの問題でもあると述べられている。また、空き家が社会問題化する中、空き家を所有する大家さんにも苦悩がある。家賃収入などが得られず、ローンの返済や固定資産税などの負担がのしかかる。また、入居希望者が現れず家賃収入が得られないというケースもある。

ひとくちに空き家といっても色々なタイプがある。まず、空き家の約半数は賃貸住宅の空き家である。賃貸用に提供していても、賃貸市場の状況や建物の老朽化などで空室になる。あるいは一定の入替が生じることで、常時一定数の空室が空き家面積としてカウントされると記されている。第一部でも紹介したが、総務省の調査でも昭和 58 年(1983 年)から賃貸用住宅の空室のカウントを始めているが、その数は毎回増加を続けている。その中でも特に深刻なのが、個人用の住宅に供されていた住宅が空き家になる(その他の住宅)というケースである。住宅の数が増える以上に空き家が増えているということは、実際には社会インフラとしての住宅がすでに国内では満たされていることを示している、と本書で述べられている。

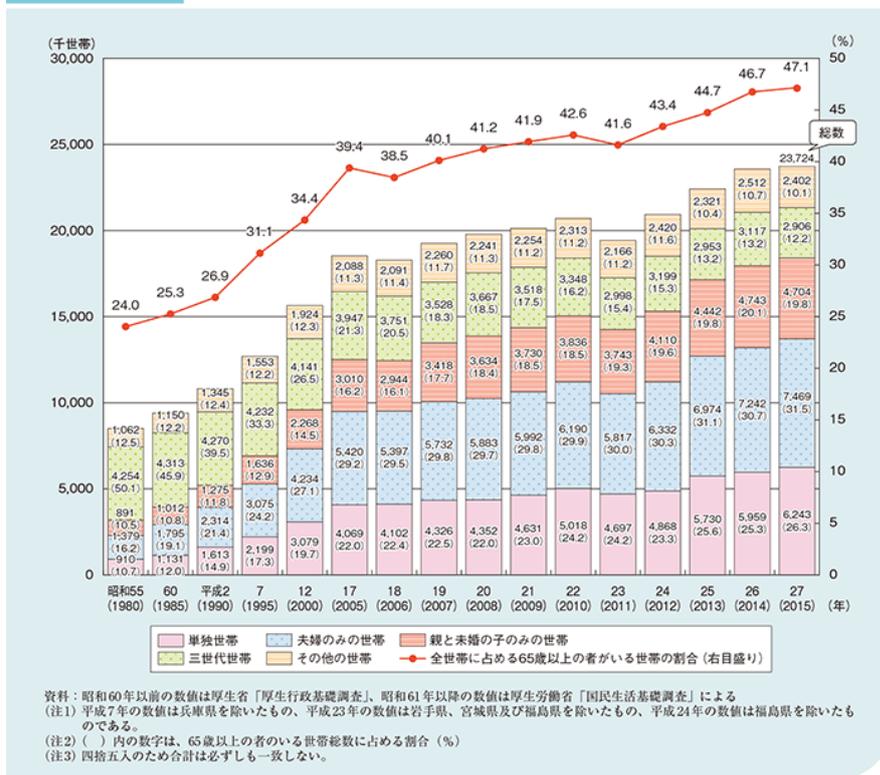
三大都市圏では戸建ても住宅も平成 25 年に約 5400 戸が供給されている。その裏側で全国では毎年 20 万戸の空き家が新たに生じている。この背景には、世帯数の増加の中でもとりわけ単身者世帯が近年急激に伸びていることがあると述べられている。家族が核家族化し、単身者世帯に分割されていく中で単身者世帯が増加するため、そのための住宅に対するニーズが膨れ上がっている。都心の単身者向けのアパートやマンションも供給過多の状況にある。単身者向けのアパートやマンションが増加していった背景にも、家族の形態の変化がある。

図表 4-1-1-1 単独世帯率の推移と 65 歳以上の単独世帯数の推移 (2020 年以降は予測)



しかし、昨今では社会における年齢構成の変化により、様相が変わってきている。今までは単身世帯者といえば、その多くが地方から出てきた若者、あるいは親から独立をして自ら生計を立てる若者が新たに住宅を構えることによって伸びてきた。それが近年になると、若者の数が減少し、人口の高齢化が進むことによって老人の単身者世帯が急増している。老人の単身世帯者は今後ますます増加するとみられているが、独居老人が増えれば、医療や介護にかかる費用も増大する。

図 1-2-1-1 65 歳以上の者のいる世帯数及び構成割合 (世帯構造別) と全世帯に占める 65 歳以上の者のいる世帯の割合



資料：昭和60年以前の数値は厚生省「厚生行政基礎調査」、昭和61年以降の数値は厚生労働省「国民生活基礎調査」による。
 (注1) 平成7年の数値は兵庫県を除いたもの、平成23年の数値は岩手県、宮城県及び福島県を除いたもの、平成24年の数値は福島県を除いたものである。
 (注2) () 内の数字は、65歳以上の者のいる世帯総数に占める割合 (%)
 (注3) 四捨五入のため合計は必ずしも一致しない。

上記のグラフを見ると、昭和 55 年では世帯構造の中で三世帯世帯の割合が一番多く、全体の半数を占めていたが、令和元年では夫婦のみの世帯が一番多く約 3 割を占めており、単独世帯と合わせると約 6 割となっている

いままでは、人口の伸びや核家族の変化の影響で、細胞分裂のように世帯数が分割され世帯数が増加してきた。すでにある二人ないし三人世帯が子供の独立や配偶者との死別、離婚などによって、世帯としての規模を縮小しながら高齢者単身世帯にまとまっていくという姿に変質している。一方で現代日本は、都市部での地価の下落などの原因から、大量の新築マンションが供給され、交通などが便利な都市部に郊外の住宅地から移動してくる「都市回帰」現象が生じている。

『空き家問題——1000 万戸の衝撃』では、空き家をもたらす社会問題についても述べられている。空き家が増加するとどのような問題が起こるのだろうか。地域内に残された空き家がどんどん老朽化する。管理を行わないので、庭などが荒れ放題となり、治安が悪化する、家屋の老朽化に伴って倒壊などの危険性が増す、地域の景観を損ねる。概ねこの三点が論点であると本書では述べられている。この対策として、多くの自治体が、「空き家条例」のような新たなルールを設定して一定の条件のもとで空き家を撤去することを命じることが出来るようにするなど、中には自治体によって強制撤去を可能とするような強行法規を備えたものまで登場して、解決に乗り出している。しかし、空き家問題は、このような、根本的な解決ではなく、現れた状況に即して行う処置のしかたではもはやどうにもならないほどの事態になりつつある。空き家問題に対する根本的な解決策はあるのだろうか。『空き家問題——1000 万戸の衝撃』では、空き家問題について以下のように述べられている。

現在論じられている多くの空き家は、現在からすればすでに 20 年も 30 年も放置され、今まさに朽ち果てようとしている家屋に対する対策が論じられているのにすぎません。

ところが現実には空き家は毎年 20 万戸の勢いで急増を続けています。この五年間で 100 万戸も増えてしまったのです。これらの空き家はまだ朽ち果てるにはもう少しの時間がかかるでしょう。しかし朽ち果て始めればこれらの住宅が一気に朽ち果て議論の対象となってくるのです。

したがって、空き家問題は根本的な解決策を考えざるを得ない。しかし、現在の自治体で行われている空き家の対策では限界がある。そこで、本書では放置された空き家に対する法的な処置として、建築基準法や景観法などを例として挙げている。しかし、現実的に考えると、法律だけで空き家問題を解決するのは難しい。空き家一軒一軒と真正面から向かい合っても解決の道は遠いので、これらの空き家を不動産として今後どのように取り扱っていくかを、不動産価値の創出という観点からとらえる必要がある。そこで、筆者の牧野知弘は、空き家の具体的な解決策として、空き家のみならず今は家として使われているお年寄りの家も対象にして、市街地再開発の空き家対策版を提案している。対象エリアの住宅の権利を持ち寄っていただく方法である。以下のような方法である。

それぞれの状況に応じて再開発事業のシェアを決める。対象エリアの容積率をアップさせて、自治体などの事業推進者が高齢者専用の賃貸住宅や介護施設を建設します。権利者の方は権利床をそのまま利用して自ら施設に入居してもよいし、保留床の一部を購入して運用資産としてもいいのです。なぜ運用資産になるかといえば、保留床をこの施設を運営する

オペレーターに賃貸することになるからです。

これならば空き家の所有者も一人で悩まずに権利のみを再開発に活かすなり、売却なりをすることで問題の解決が図れるわけです。事業推進者は自治体でもよいですが、こういった施設を開発するデベロッパーでもよいのは、都心部における市街地再開発事業と同じです。

実際には、現行の都市再開発法の範疇ではこの手法は使えないが、基本的な考え方を継承して、都市部のオフィスビルではない、地域の高齢者施設の建設のために法律を組み替えることは可能だと思われる、と牧野は指摘している。また、おそらく、すでに都市開発法という法律のひな型があるので、このひな型に改編を加えれば「高齢者施設開発法」のような法律を作って、事業として位置付けをはっきりさせてあげれば、この手法は首都圏郊外でも地方都市でも活用が可能なものとなるように思われる、と述べている。

次に、空き家の具体的な解決策として、牧野はシェアハウスの転用を挙げている。市街地再開発のような大掛かりな開発には、時間や手間がかかる。空き家の活用手法として、地域貢献のための施設に転用するという考え方がある。朽ち果てかけているような家では無理だが、ある程度の規模のある家だと様々な活用手法があると牧野は述べている。例えば、「大人の趣味のためのシェアハウス」である。一階は共用スペースとし、地域の方の憩いの場として、軽食や喫茶も可能にし、二階はシェアしている方が部屋を自由に使っていただく。牧野は、このように少し視点を変えることは、空き家をどうやって再生させ、また地域のコミュニケーション拠点としていくか発想を前向きにしていくことだと考えており、まだ十分に活用できる空き家について早期にその活性化策を考えて早めに対処をしていくことが、地域にとってもはるかに生産的な活用方法となるのではないかと述べている。

次に牧野が提案している策は、「減築」という考え方である。欧米などではよく見られる手法だが、建物を全部解体するのではなく一部だけを取り壊すものであると紹介されている。このような発想も、空き家問題の解決策を考えるうえでは必要である。

『空き家問題——1000 万戸の衝撃』という本を読み、空き家問題の解決策を考えるにあたって、法的な考え方も大切だが、まだ十分に活用できる空き家について早期にその活性化策を考えて早めに対処をしていくことや、根本的な解決策を考えることが必要だということが分かった。

4. 創業起業支援・リノベーションの事例について

三つの地域の調査を行った結果、空き家・空き店舗を活用する創業・起業支援が多かった。したがって、この項目では空き家の創業・起業支援や活動に関する県内外の事例を紹介する。まず、神奈川県葉山町にある一棟貸しができる宿「平野邸 Hayama」についてまとめる。大きくて立派な古民家がまだ残っている葉山町は、最近では空き家が多くなってきている。年々増加する空き家は200棟を超え、そのうちの約20%が十分に管理できていない。空き家になる手前に、どうにかして残す手段を考える大家も増えてきて、身内だけで残す方法を考えるのではなく、リノベーションして運営を任せるパターンもある。平野邸 Hayama は、家を残したいと思ったオーナーさんが「まちづくり参加型クラウドファンディング」を選択肢としてとり、空き家となっていた古民家をリノベーションし、葉山暮らしを体験できる宿泊施設として2020年4月に開業した。施設の一部はスペース利用もでき、施設のコンセプトであ

る「日本の暮らしを楽しむ、みんなの実家」を目指し、地域の人々と一緒に場づくりに取り組んでいる。空き家を残すための手段として「まちづくり参加型クラウドファンディング」の選択肢を取ることは、地域住民の帰属意識が高まると考えられる。

次に、都市交流施設・道の駅保田小学校について紹介する。保田小学校とは、千葉県安房



郡鋸南町の保田小学校を改装してつくられた直売所・飲食店・宿泊所・日帰り浴場などを備えた複合施設・道の駅である。です。2014年3月に廃校となった町立保田小学校を転用し、2015年12月にオープンした。巨大なマルシェ「きよなん楽市」は、もともと体育館だった場所の外装をリフォームし、校舎の2階廊下は「まちの縁側」



として、自由にくつろげるスペースになっている。施設内の飲食店には、味も見た目もかつての給食そのもののメニューがあり、食べていると小学生時代にタイムスリップする感覚を味わえる。逆転の発想で、廃校を地域経済の活性化につなげ、地域と都市の交流拠点をつくっている。このような廃校活用事例は

ほかにもあり、高知県室戸市室戸岬町の旧椎名小学校を改修した「むろと廃校水族館」では、廃校となった小学校の教室に水槽を設置し、地元の定置網にかかった魚やウミガメなどを飼育している。オープン1年あまりで、来場者20万人を突破した。都市交流施設・道の駅保田小学校がある千葉県安房郡鋸南町では、2017年度より「空き家等を活用した企業誘致」に取り組んでいる。その取り組みの一環として、多くの方々に本町の課題、産業の特徴、紹介可能物件を知ってもらうために、意見交換会を兼ねた町内視察ツアーを開催している。企業等への支援や地域活性化活動に関心を持っている多くの方々にも、参加を募っている。課題解決型ビジネス・マッチングツアーは、紹介可能物件を知ってもらい空き家問題を解消でき、町内の雇用も増やすことが出来るため、地方の創業・起業支援として積極的に行っていくべきだと考える。

次に、青森県五所川原市の KOMORU について紹介する。KOMORU とは、2023年の7月14日（金）に開業した空き家をリノベーションした宿である。日本有数の豪雪地、青森県五所川原で“こもる”をコンセプトにした宿で、『こもる 五所川原』の代表である香田遼平さんが6歳まで暮らしていた祖父母の家だった。空き家になってからも、香田さんが



東京での仕事に疲れた際は帰省して立ち寄っていたという。「新しいアイデアや作品を生むには、誰にも邪魔をされずに自分と向き合う時間が必要。だから、“こもれる”場所をつくりたかったんです」と香田さんは述べている。客室は全5室で、間取りは客室ごとに異なり、家具は文机と座椅子のみである。滞在中は朝食と間食、夕食が提供される。同施設が運営する畑でとれた季節の野菜や、地元でとれる食材を中心に、津軽の伝統料理が用意される。地元の食材は、その土地の伝統料理と相性が良い。地域活性化のために、地元の食材を使った郷土料理を提供する店も増えている。地域の空き家を活用した宿で、地域の食材を使った伝統料理を提供することは地域の食材の魅力を再発見できるため、地域活性化の観点から見てよいアイデアだと感じた。また、夏のお祭り時期には『こもる五所川原』は弘前市や青森市とも



アだと感じた。また、夏のお祭り時期には『こもる五所川原』は弘前市や青森市とも



近く「弘前ねぶた」「青森ねぶた」も車で40分程度で移動できる。ストーブ列車で有名な津軽鉄道、太宰治の出生地等日本でも有名な観光地があるため、旅の拠点となる。

次にKOMORUが受けた融資などについて紹介する。青森銀行と日本政策金融公庫弘前支店は、株式会社KOMORUに対し、空き家をリノベーションしたホテルの開業資金として、協調融資を実行した。青森銀行と日本公庫は引き続き連携し、地域の活性化に向け、中小企業・小規模事業者の事業の発展・継続を積極的に支援している。協調融資とは、相談された資金計画に対し、日本公庫と民間金融機関とで連携して行う融資である。融資にあたっては、相談者の同意を得て、協調融資を行う民間金融機関との間で情報交換を行う。特定の設備投資に対する必要金額を分担する場合や必要な運転資金を連携して支援する場合等、相談者の資金ニーズに応じて対応される。昨今は空き家をリノベーションして賃貸物件にする「リノベーション融資」が注目を集めている。中古物件を購入し、内装や設備を自分好みに整え、貸し出す仕組みである。これは、空き家の増加に歯止めをかける狙いがある。上記のような融資を活用しながら空き家を改修し、店舗として活用することが、地域の活性化につながると考える。

4. まとめ・考察

4. 創業起業支援・リノベーションの事例について の項目でも述べたが、三つの地域の調査を行った結果、空き家・空き店舗を活用する創業・起業支援が多いということが分かった。調査のまとめをするにあたって、空き家問題・空き家ビジネスについてさらに掘り下げていく。

空き家は年々増えており、2018年における空き家の戸数は全住宅のうち13.6%を占めている。その結果、どこの自治体でも空き家対策として、空き家利活用の創業・起業支援を行っている。

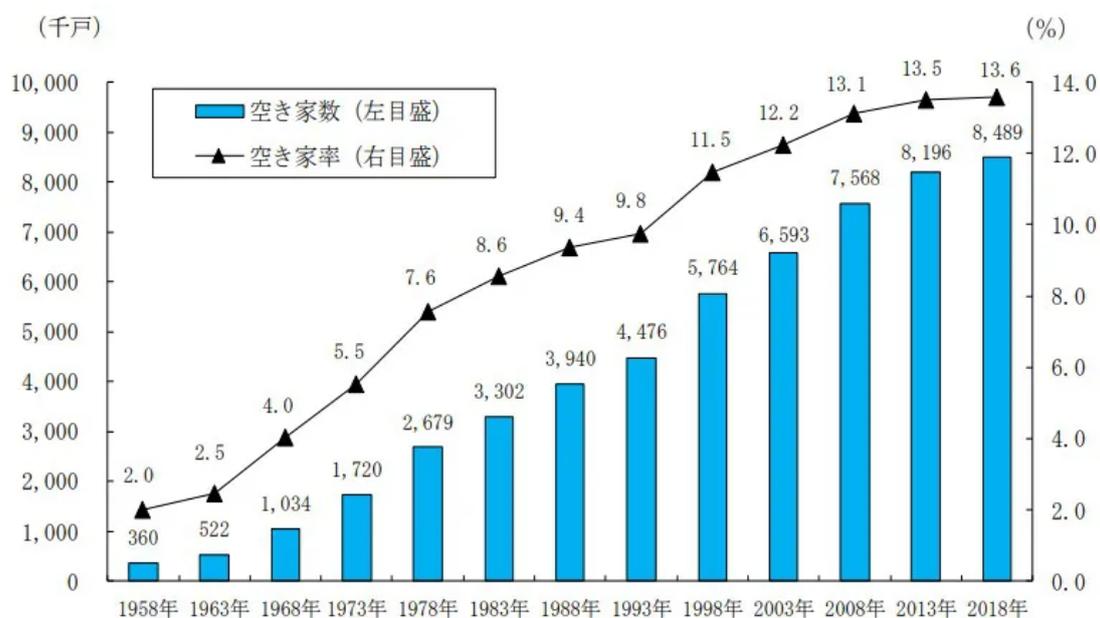


図 - 2 空き家数及び空き家率の推移 - 全国(1958年~2018年)

※出典：総務省統計局「平成30年住宅・土地統計調査 P2」より

さらに、空き家の種類としては、約50%がアパート等の賃貸住宅である。賃貸住宅とは、新築・中古を問わず、賃貸のために空き家になっている住宅だ。近年では賃貸住宅に次いで、その他の住宅の空き家の割合が増えてきている。その他の住宅とは、賃貸住宅、売却用（新築・中古を問わず、売却のために空き家になっている住宅）二次的住宅（別荘や残業で遅くなったときに寝泊まりするなど、たまに寝泊まりしている人がいる住宅）以外の人がない住宅である。例えば、転勤・入院などのため居住世帯が長期にわたって不在の住宅や建て替えなどのために取り壊すことになっている住宅などである。つまり、売却するのではなく、貸すのではなく、ただ放置されているだけの空き家だ。

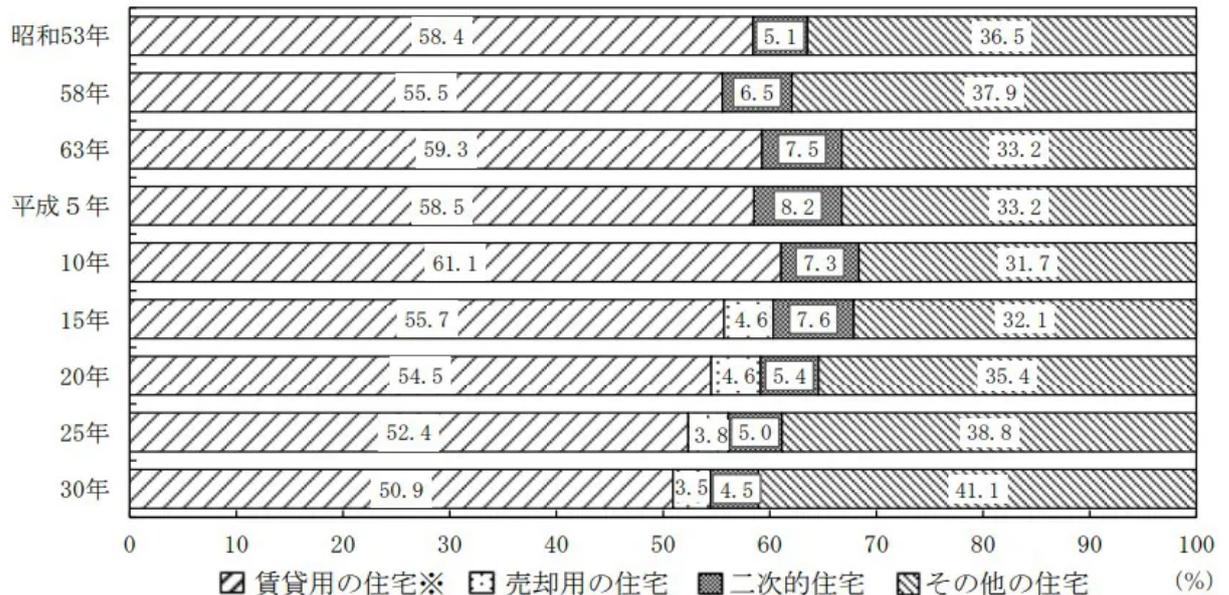


図2 - 2 空き家の種類別割合の推移 - 全国(昭和53年～平成30年)

※出典：総務省統計局「平成30年住宅・土地統計調査 P2」より

その他の住宅の空き家問題を解決することは難しいが、賃貸住宅の空き家だけでも減らすためには積極的に創業・起業を促す必要があると考える。

空き家・空き店舗を利活用するビジネスの最大のメリットは、少ない資金ではじめられることである。したがって、若い起業家にとって空き家・空き店舗は重要な資源であり、空き家・空き店舗の存在をアピールすることは地方の人口減少の歯止めとなり、最終的に地域活性化になると考える。空き家を活用して起業する方で特に多いのがカフェ経営である。古民家カフェなどのコンセプトでカフェを出せば、多少古い物件でも活用でき、テナントを利用するよりも土地代が安くなるため、コスト削減にもつながる。実際に青森県内でも古民家をリノベーションしてカフェが増えてきている。昨今、田舎暮らしの需要も高まってきているため、こういった空き家ビジネスは若い方からセカンドライフを迎える夫婦などに好まれる。

空き家での創業・起業したいと思う人を増やすためには、定期的な空き家の整備が不可欠だと考える。空き家の景観がある程度整っていれば、例えば除草されているだけでもその物件にプラスのイメージがつき、起業したいと思う人が少しでも増えると考えられる。また、県外の事例で紹介した千葉県安房郡鋸南町のように、起業したい人向けに、紹介可能物件を知ってもらうために意見交換会を兼ねた町内視察ツアー(空き家見学)を開催するのも手だ。大鰐町の聞き取り調査では、空き家への企業誘致として、月に一回空き店舗を利用してマルシェを開催してみたいというアイデアを教えていただいた。空き店舗を利用したマルシェでは、実際にその街の空き家で起業する、という自分の働くイメージがつかめる可能性があるため、非常に興味深く感じた。

空き家を利用したビジネスは、関係人口・移住定住の増加・地域社会が抱える様々な問題の解決、ひいては地方の人口減少に歯止めをかけ、日本全体の活力を上げることを目的とし

た一連の政策、すなわち地方創生に役立つと考える。したがって、地方自治体は積極的に創業・起業を地域内外の人々に促し、様々な支援・取り組みを行うべきだと考える。

5, 参考文献・引用

起業、創業、開業の違いとは？それぞれの言葉の意味を解説

<https://entrenet.jp/magazine/33508/#:~:text=%E9%96%8B%E6%A5%AD%E3%81%AF%E3%80%81%E5%80%8B%E4%BA%BA%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E4%B8%BB,%E5%A4%9A%E3%81%84%E3%81%A8%E3%81%84%E3%81%86%E9%81%95%E3%81%84%E3%81%8C%E3%81%82%E3%82%8A%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

(2023/1/20 閲覧)

年間 14 万社が新たに誕生！「起業後の企業生存率」5 年後、何社生き残っているのか？

<https://news.yahoo.co.jp/articles/ea7fc3a078ca2187c2b9d43cb51bb0d2c541e3f6>

(2023/1/20 閲覧)

令和 4 年度空き店舗等活用創業支援事業のご案内

<http://www.town.owani.lg.jp/index.cfm/9,11532,43,html>(2023/1/20 閲覧)

黒石市中心商店街空き店舗等対策事業補助金

http://www.city.kuroishi.aomori.jp/sangyou/seido/shigaichi_yuushi.html(2023/1/20 閲覧)

青森・黒石に蔵を改装した新カフェ 店長はマレーシア出身

<https://hirosaki.keizai.biz/headline/414/>(2023/1/20 閲覧)

事業復活支援金

https://www.meti.go.jp/covid-19/jigyo_fukkatsu/pdf/leaflet.pdf(2023/1/20 閲覧)

併用住宅とは？

<https://ieul.jp/column/articles/36809/>(2023/1/20 閲覧)

起業家による起業家支援の現状と課題

https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/chosakiho200602_01.pdf

【葉山】家を残したい人が空き家再生集団に相談したらクラファンで残せることになった
「平野邸 Hayama」

<https://engawanavi.com/2020/10/24/hiranotei/>(2023/1/20 閲覧)

古民家・平野邸が「食」と「学び」を通じた地域の交流の場に

<https://hello-renovation.jp/topics/detail/9290>(2023/1/20 閲覧)

廃校がおしゃれな道の駅に！千葉「保田小学校」ってどんなところ？

<https://icotto.jp/presses/10031>(2023/1/20 閲覧)

企業・起業家向け 「課題解決型ビジネス・マッチングツアー」

<https://www.atpress.ne.jp/news/146122>(2023/1/20 閲覧)

空き家問題とは？空き家対策法ができた空き家問題の原因と対策

<https://www.e-blooming.com/column/possible-causes-and-solutions-of-vacant-problem.html>

平成 30 年住宅・土地統計調査の「空き家」の捉え方

<https://www.stat.go.jp/info/kenkyu/jyutaku/kenkyu30/03/pdf/1-3.pdf>

固定資産税の概要と歴史

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/150790_15.html 「固定資産税」について詳しく解説！ 税額が決定される仕組みや、計算する方法をご紹介します

<https://www.saisoncard.co.jp/credictionary/bussinesscard/article261.html#:~:text=%E5%9B%BA%E5%AE%9A%E8%B3%87%E7%94%A3%E7%A8%8E%E3%81%AF%E3%80%81%E5%9C%9F%E5%9C%B0,%E3%82%92%E7%B5%8C%E3%81%A6%E6%B1%BA%E5%AE%9A%E3%81%95%E3%82%8C%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

統計局ホームページ/日本の住宅・土地－平成 20 年住宅・土地統計調査の解説－/1-1 総住宅数と総世帯数

https://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2008/nihon/1_1.html

年々増え続ける空き家！ 空き家にしないためのポイントは？ | 政府広報オンライン

<https://www.gov->

<online.go.jp/useful/article/202206/1.html#:~:text=%E6%94%BE%E7%BD%AE%E3%81%95%E3%82%8C%E3%81%9F%E7%A9%BA%E3%81%8D%E5%AE%B6%E3%81%AF,%E3%81%AA%E5%BD%B1%E9%9F%BF%E3%82%92%E5%8F%8A%E3%81%BC%E3%81%97%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

空き家を放置することで生じる 6 つのデメリット | 適切な対処法を紹介 | 【解体の窓口】

<https://kaitai-mado.jp/base/kaiati-akiyahoutidemeritto/>

こもる 五所川原

<https://komoru.jp/food>

民間金融機関との連携の取り組みについて | 日本政策金融公庫

<https://www.jfc.go.jp/n/collabo/about/index.html#:~:text=%E5%8D%94%E8%AA%BF%E8%9E%8D%E8%B3%87%E3%81%A8%E3%81%AF,%E6%83%85%E5%A0%B1%E4%BA%A4%E6%8F%9B%E3%82%92%E8%A1%8C%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

株式会社 KOMORU への協調融資の実行について ～I ターン人材による地域資源を活用した創業案件～ | 青森銀行

<https://www.a-bank.jp/contents/acms/information/001714.html>

こもる、贅沢。 青森県五所川原市『こもる 五所川原』【Kappo2023 年 7 月号】 |

ARTICLES | Kappo(仙台闊歩)

<https://kappo.machico.mu/articles/8592>

日本有数の雪深い土地、青森県五所川原で”こもる”日々を。宿泊施設『こもる五所川原』2023 年 7 月 14 日(金)開業。 | 株式会社 KOMORU のプレスリリース

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000003.000090529.html>

枯山水のある全 5 室の宿「こもる五所川原」がこの夏オープン。雪深い津軽の古民家で思索に耽る特別な時間 | IGNITE (イグナイト)

<https://ignite.jp/2023/05/540634/>

五所川原立佞武多 - 東北のまつり | 東北のまつりの最新情報を発信

https://www.tohokumatsuri.jp/cate_aomori/post-511/

地域起業と地域づくり、そこから見える地域の持続性

西尾翔一郎

- 1, 地域起業の現状・他地域との比較
 - 1-1, 地域起業の現状
 - 1-2, 他地域との比較
 - 1-3, 起業の問題点
- 2, 大鰐町以外の地域起業の成功例
 - 2-1, 大鰐町(From O)の取り組み、大鰐町の起業支援
 - 2-2, 他地域の地域企業の成功、失敗事例
 - 2-3, 海外の起業の事例
- 3, フィールドワークなどを踏まえての考察
 - 3-1, 起業を成功させるために
- 4, 起業とサードプレイスについて
 - 4-1, サードプレイスの定義
 - 4-2, サードプレイスと起業との関わり
- 5, 起業による地域づくり
- 6, アンケート調査の結果
 - 6-1, 結果、そこから見える考察
- 7, 全体の考察・まとめ
- 8, 参考文献・資料

1, 地域企業の現状・他地域との比較

本章では、本論のテーマである地域起業にした経緯や地域企業の現状また、それを踏ま

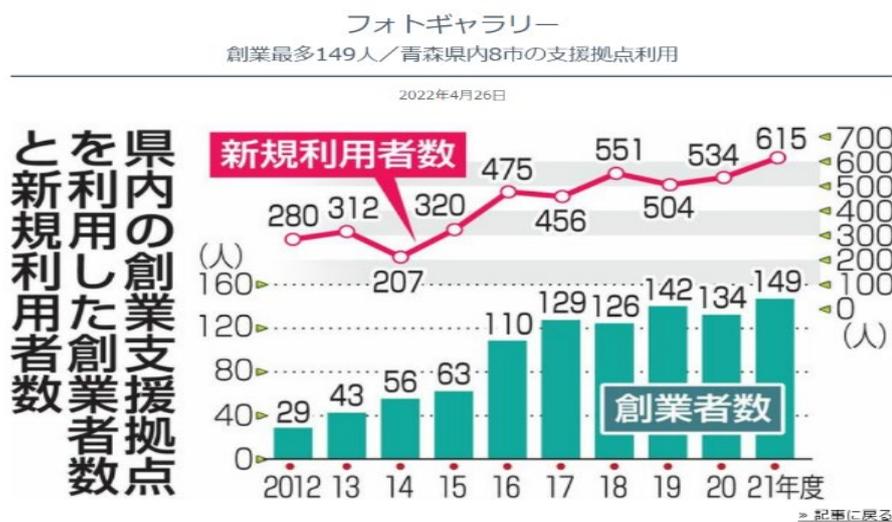
えての他地域との比較を考察していく。

1-1, この研究内容にした経緯、地域起業の現状

そもそもこのテーマにしたのは、去年今年と「起業」をテーマにして本プロジェクトを行い、フィールドワークを行っていくうえで自治体と地域企業の関係が気になったこととフィールドワークの調査場所となった From O の活動に興味がとても惹かれたためである。それに加え、起業と地域がどのように関係すれば持続性を持たせることが可能なのか研究したいと思ったため本テーマにした。

今回のテーマが「起業」であるが起業・開業・創業の三つの意味を簡単に定義しておこう。開業は新たに営業を始めること¹である。創業は事業を始めること²である。それに比べ、起業は新しく事業を立ち上げる、将来の財やサービスを発見し、評価・開発すること³である。本レポートでは起業は開業に近いものとして扱うことと位置付ける。

ここから本題に入っていく。まず、青森県内の起業の件数を見ていく。2021年度の創業者数が過去最多の149人だったと発表した⁴。図1より、年々新しく事業を始める件数が増加していることが見て取れる。



5

図1 県内の創業支援拠点を利用した創業者数等

だが、公益財団法人 21 あおもり産業総合支援センター「A DREAM ビジネスの夢を形に」

¹ 金田一京助(1988) 『新明解国語辞典』 p168。

² 同上, p660。

³ 松田 尚子 松尾 豊(2013) 「起業家の成功要因に関する実証分析」 p3。

⁴ 東奥日報(web) <https://www.toonippo.co.jp/articles/-/1025630> (2024/01/22 閲覧)

⁵ 同上。

⁶の調査によれば、平均開業率 4.9%に対して青森県は 3.7%である。県全体では開業、起業率が伸びているが全国平均を下回っているのが現状である。

表 1 全国の開業率の比較

順位	都道府県	開業率	順位	都道府県	開業率	順位	都道府県	開業率
	全国平均	4.9%	16	佐賀	4.9%	32	広島	4.2%
1	沖縄	7.5%	17	岡山	4.8%	33	鳥取	4.0%
2	埼玉	6.0%	18	山口	4.8%	34	香川	4.0%
3	福岡	5.9%	19	山梨	4.8%	35	高知	3.9%
4	千葉	5.8%	20	奈良	4.8%	36	石川	3.9%
5	愛知	5.7%	21	京都	4.7%	37	長野	3.8%
6	宮城	5.5%	22	宮崎	4.5%	38	和歌山	3.8%
7	神奈川	5.3%	23	滋賀	4.5%	39	青森	3.7%
8	茨城	5.3%	24	愛媛	4.4%	40	富山	3.7%
9	三重	5.1%	25	岐阜	4.4%	41	福井	3.4%
10	東京	5.1%	26	栃木	4.4%	42	新潟	3.4%
11	熊本	5.1%	27	大分	4.4%	43	岩手	3.4%
12	群馬	5.1%	28	長崎	4.4%	44	山形	3.4%
13	福島	5.0%	29	鹿児島	4.3%	45	徳島	3.3%
14	大阪	5.0%	30	静岡	4.3%	46	秋田	3.2%
15	兵庫	4.9%	31	北海道	4.3%	47	島根	3.2%

1-2, 他地域との比較

他地域との比較をしてみると、上記でも述べた通り青森県の開業企業率は 3.7%で全国平均よりも下回っていて、全国トップの沖縄県の開業率と比べると 4%との差が見て取れる。青森県でも、青森市で「あおスタピッチ交流会」や「あおスタ起業塾」、「AOMORI STARTUP CENTRE」などの起業を促進している取り組みが行われていて、今年で 50 件ほどの起業の相談を受けており、起業を推進している動きがある。一方で開業率トップの沖縄県では、創業者・事業承継支援資金(創業支援貸付)という援助が行われている。目的としては、独立・開業を目指している者又は事業開始後一定期間を経過していない事業者のための資金を融資している⁸。他にも、経営・起業の窓口相談も行っており、県内の中小企業者が抱える様々な課題、取組みのニーズに対して、効果的な支援、アドバイス、支援制度の活用促進を実施するため、企業経営、商品開発等に関する専門知識と経験を有する相談員が県内各支援機関と連携を図り窓口にて相談に応じている⁹。また沖縄市では、支

⁶ 公益財団法人 21 あおもり産業総合支援センター 『A DREAM ビジネスの夢を形に』
https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/shoko/chiikisangyo/files/a_dream01-07.pdf
 (2023.11.20. 閲覧)

⁷ 同上。

⁸ 沖縄県産業振興社 創業者・事業承継支援資金 (創業者支援貸付)
<https://okinawa-ric.jp/service/post-40.html> (2023.11.20. 閲覧)

⁹ 同上。

援策として「商店街等店舗改修工事支援事業補助金」という支援金を受けることができ、対象エリアの商店街の店舗の家主、管理者、店子、新規出店者に対して、店舗の改修工事にかかる費用を最大 150 万円まで補助してもらうことができる¹⁰。沖縄県はしっかりと起業をする人に対して 1 から専門家やその道のスペシャリストが寄り添って起業を支援している点に特徴がある。

1-3, 起業の問題点

ここで起業を行う上での問題点をいくつか考えてみたいと思う。まずは資金調達の面である。この資金調達の問題は起業の初期段階で起こりうる問題で、起業には十分な資金が必要である。資金を調達するためには、投資家を説得したり、銀行から融資を受けたりする必要がある。2つ目はリスクが必ず伴うことである。起業はリスクが伴う場合がほとんどである。成功する可能性と失敗する可能性があるため、リスク管理が非常に重要になってくる。3つ目は市場競争が必ずと言っていいほど起きるということである。市場には競合他社が存在し、競争が激しい場合もある。競争力を維持し、市場シェアを確保することが課題になってくる。4つ目は、人材採用と管理である。優れたチームを組織し、従業員を採用・管理することが難しい場合もある。しっかりとチームと従業員を把握し管理していくことがカギになってくる。5つ目はマーケティングと販売である。製品やサービスのマーケティングと販売戦略を策定し、顧客を獲得することが重要である。また、マーケティングを行うためにある程度の経営スキルも重要で、しっかりと一つ一つ PDCA サイクルなどに基づいて行っていくことが重要になってくる。6つ目は成長と拡大についてである。成功した場合、急速な成長や拡大に対処する計画が必要になってくる。会社や店の規模が拡大・成長していくにつれて人材の確保や法的な問題も重視されるようになる。

なぜ、起業という選択肢がとられづらいのか、起業という選択肢を阻む原因として松本・山口(2017)¹¹では以下のように記載されている。

「起業しない理由として最も多く挙げられたのは「自己資金が不足している」である。あらゆる世代においてこの回答が最多であった。どの世代も資金面に対して強い不安を抱いていることがわかる。資金不足ならば、資金調達をすることで問題は解決するのではないかと思われるが、全体の 16.9%が「外部資金の調達が難しそう」と回答している。つまり、起業予備軍資金調達に対してハードルの高さを感じている、ということになる。

¹⁰ 沖縄起業チョイス 沖縄で 企業サポートが手厚い市町村はどこ？(2023.1.20 閲覧)

https://012okinawa.com/recommended_area/(2023.11/20.閲覧)

¹¹ 松本芽衣・山口信夫(2017) 「ワークライフバランス起業の成功条件に関する探索的研究：松山市三津地区を事例にして」 p47。

次に、若い世代にとっての起業の阻害要因をみておきたい。10歳代で、自己資金不足の次に多く挙げられたのは『販売先の確保が難しそう』という回答であり、20歳代においては『ビジネスのアイデアが思いつかない』であった。この結果に関して、『勤務経験自体の浅さに起因するような項目を挙げる人の割合が高くなっている』と指摘している。ある程度の知識やノウハウがないと、起業しても失敗すると感じていることがうかがえる。」

上記が起業を行う上で阻害になっている要因ならば、まず、金銭面では資金不足への対処としては、売上を早く上げることで回収を早期にすること、そして資金をなるべく多く調達することである。売上を早く上げるために事前に見込客を獲得したり集客の手立てをきちんと立てたりすることが重要で、また、早めに融資などの交渉に動き出し、資金調達をさまざまなチャンネルから多く集めておくことが事業の延命につながり、時間的余裕を作り出し、ひいては余裕のある事業運営につながりより自由でのびのびとした発想を持って起業できると考える。また、若者が起業をするために阻害となっている専門的知識に関しても、お金に関する知識や営業に関するスキル、マーケティングスキル、数値管理スキル、コミュニケーションスキル、問題解決スキル、マネジメントスキル¹²が最低でも必要になってくる。これらは起業を行った後、経営していくうえで非常に重要なことであり、最低でも頭に入れておく必要がある。

起業が失敗するポイントとして、考えるものとしてまず挙げられるのが失敗したときに背負うリスクに対しての対策が甘いことである。なぜ起業が失敗するのか、アイデアが詰まっていないからか、それとも、時間と労力を十分かけていないからか。それらが原因である場合もあるかもしれないが、大抵はリスクの備えが甘いことが主な要因であることが多い。自分ではしっかり考えているつもりでも、不十分なことは往々にして存在する。では、起業するうえで何をすれば十分なのか、それは、「トラブルは絶対に起きる」ことを前提に計画を立てて行動することである。トラブルを回避するためにどうすべきかという計画を立てることは重要であるが、トラブルが起きた際に何が起きて、どう対処するかまで含めて確固たるイメージができてることが重要である。たとえば資金を調達するときに、〇〇万円の融資を銀行から受ける計画を立てたとき、融資が必ず受けられる前提で動いてしまい、実際に銀行に融資を依頼した際に断られてしまったとなった場合、手持ち資金が底をついてしまい、事業が立ち行かなくなってしまう恐れが出てしまう。しかし未然に銀行から融資が受けられない場合の対処法(例：別の銀行とも融資の話をつけておく、顧客から前払いでお金を回収する、など)をあらかじめ決めておくと、いざ銀行から融資を受けられないとなった場合でも、次なる対処法を打てば良いだけの話なので、リスクやトラブルを過剰に恐れる必要はないが、起業したところで、初めから思い通りに行くような

¹² 起業の窓口マガジン <https://kigyo.gmo/magazine/starting/list/13-knowledge-needed-to-start-a-business/> (2023/09/24 閲覧)

ビジネスの方がレアなケースである。トラブルはどこかで必ず発生するものだと理解した上で、事業計画を立てていく必要がある。

2, 大鰐町以外の地域起業の成功例

この章では、本プロジェクトにおいてフィールドワークを行った大鰐町、それ以外の他地域の成功例、これらの例から見えてくるポイントなどを記載していく。

2-1, 大鰐町(From O)の取り組み、大鰐町の起業支援

先ほども述べた通り、我々は大鰐町でフィールドワークを行った。その際、山本晴也さんと坂本洋治郎さんのお二人が起業の最中であった。彼らは、地元を盛り上げたい、大鰐から出たいと一時期故郷を離れてみたが、大鰐の仲間や大鰐の話を聞いていく度に、大鰐へ戻って何かをしたいという気持ちが膨らんでいったという。そして、From O を開店するに至った。本プロジェクトで我々が、9月末に聞き取り調査を行い、開店して3か月、初月はオープン景気として売り上げはいろんな方々が来てくれて伸びた。だが、2か月目3か月目は売り上げが横ばいになり、その後いい感じになり良い流れが来ている。彼らが起業するにあたって、大鰐町の起業支援を受けたという。大鰐町の空き店舗等活用創業支援事業補助金というものを¹³活用してお店を開業した。以下がその案内の概要である。

¹³空き店舗等活用創業支援事業補助金のご案内

www.town.owani.lg.jp/index.cfm/9,11532,c.html/20220420-100143.pdf (2023.11.20.閲覧)

空き店舗等活用創業支援事業補助金のご案内

町では、空き店舗等の活用による創業の促進や商家の復興、地域経済の活性化を図るため、空き店舗等において事業を開始する方に対して、「空き店舗等活用創業支援事業補助金」を交付します。

※(空き店舗：1か月以上使用されていない空き店舗、空き事務所または空き家など)

1. 募集期間
 令和4年5月10日(火)～令和4年12月28日(水) **最終受付(受付終了、終了より異なります。)**
【受付時間：午前8時15分～午後5時(土日祝日を除く)】

2. 対象者の要件
 下記要件を全て満たす個人または法人
 ・事業に必要な資格や許認可等を取得する見込みがあること
 ・事業を開始しようとする空き店舗等において、2年以上継続して営業する意思を有すること
 ・営業内訳が過半数及び過4日以上であり、かつ営業内訳が1日5時間以上であること
 ・今後本町に転入する個人又は本店を移転する法人の場合、営業開始の日から2年以上本町に住所又は本店を有することが見込まれること
 ・空き店舗等の所有者と申請者との関係が同一世帯または世帯を同一にする要否しくは2親等以内の親族でないこと
 ・空き店舗等の所有者と同一の法人等に属する者でないこと
 ・既に町内の店舗に出店している申請者が空き店舗等に出店する場合、町内の店舗が空き店舗とならないこと
 ・市町村制(法人等の場合は、法人等及びその代表者に係る市町村制)を重複していないこと 等

3. 対象事業
 都市計画法に規定する市街化区域内において、空き店舗等を借り上げて実施する小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業その他町長が認める事業

4. 対象経費
 ①外装・内装工事費、設備(水道、電気、ガス、空調)工事費、付帯工事費及び設計費
 ②補助対象者が自ら店舗改修を行う場合の資材等の購入費

5. 補助率
 補助対象経費の2分の1(平円未満切り捨て)

6. 上限額
 ①令和3年10月1日以前に本町に転入した個人または本町に本店を移転した法人・・・**上限100万円**
 ②現在町外に住所を有している個人または本店を有している法人で、実績報告書の提出期限までに本町に転入または本店を移転する予定のもの・・・**上限100万円**
 ③上記以外のもの・・・**上限50万円**

7. 留意事項
 ※補助金の交付決定後に廃止することとし、また完了日から30日以内または令和5年9月31日までのいずれか早い期日までに実績報告書を提出する必要があります。
 ※本チラシに記載のない要件等もございますので、必ず事前にご確認ください。

詳しくはこちら 

【申請・問い合わせ】 大鰐町企画観光課 観光商工係 ☎ 0172-55-5561

この補助金は、都市計画法に規定する市街化区域内において、空き店舗等を借りて実施する小売業、飲食サービス等が対象で、From O はこれに該当する。上限額は町外に住所を有している個人または本店を有している法人であって、実績報告書の提出期限までに大鰐町に転入または本店を移転する場合は上限 100 万円支援、これら以外は 50 万円支援してもらえる。From O は、この支援金を利用して開業し、ほかにも自分らで DIY をすることでよりコストカットして開業できた。大鰐町は、起業する人たちを増加、推進していくために起業者に寄り添いながら諸政策を展開している。

2-2, 他地域の地域起業の成功例、失敗例

ここで、青森県外の地域企業の成功の事例を見ていく。まず、ここで取り上げるのは、沖縄そば専門店¹⁴を取り上げる。この事例は、県外から引っ越してきた夫婦が営み、県外から

14 LIFEWORK LABO 【体験談】田舎での起業成功例&失敗例！地元密着で成功する秘訣！

(2023.11.20 閲覧)

も多くの客が来るほど人気の店である。この事業が成功した理由として、地域の人と仲が良く、愛されている。トライ&エラーで努力を怠らない。新しいことに常に挑戦し、SNS を駆使し宣伝を忘れないところがポイントであると考ええる。やはり、地方起業でうまくやっていくには地元の人たちからの信頼を得ることが非常に大切である。地元の顧客の信頼を得ることで口コミとして評判が広まってくる。それに加え、SNS を活用することで、県外の人たちにも簡単に情報を発信することが可能であった。



出所：今帰仁 ウッパマそば公式Instagramから(nakijinuppamasoba)

この事例は、From O と非常に類似していると考えられる。From O は地域の人たちと大変距離が近く、町民のサードプレイスになりつつある。他にも、SNS を多用しており、Instagramに加えYouTubeでも発信し、YouTubeでは見る人に大鰐町の魅力を発信しFrom Oの活動を面白いと思ってもらえるように活動している。

逆に失敗する特徴はいくつか存在するが、一般的なものには市場調査不足、財務管理の不備、競争環境の無視、および柔軟性の欠如が含まれることがある。また、顧客フィードバックを無視し続けたり、効果的なチームの構築を怠ったりすることもよく失敗につながり、成功のためには計画的で柔軟性のあるアプローチが重要になる。また、起業の失敗に影響を与える他の特徴として、適切なマーケティングの不足、ビジネスモデルの未熟さ、法的な問題の無視、およびリーダーシップの不備が存在する。また、継続的な学習や変化への対応ができない場合、競争の激しい環境での生存が困難になり、成功するためには、誠実な顧客関係の構築、リスクの適切な評価、そして迅速かつ効果的な意思決定も不可欠になってくる。

<https://befree637.com/inakadekigyou-seikourei/>

2-3, 海外の起業の事例

本節では、海外の起業の事例を取り上げて簡単に日本との違いなどを見ていく。

まず、アメリカでのシャトルサービスである。アメリカは自動車大国であるため、どのような場所へでも自動車で出かけるのが当たり前である。しかし、環境問題への危機感を持つ人も現れており、しだいにどこへでも自動車という考え方が見直されつつある。そのような中で、シャトルサービスをビジネスとして提供している事業者が現れ、海岸などへのシャトルサービスを提供する事業では、車体にスポンサーの広告を大きく乗せることで、利用者は無料でサービスを受けることが可能になる。スポンサーは、環境問題に対する意識の高さをアピールすることができる。また、昨今は利用者側にも環境破壊に問題意識を持った人が多いことから、広告が自然と目に入るようになる。海岸へのアクセスということで、排気ガスなどが一切ない電気自動車を使用しており、環境への負荷は一切かからず、環境問題について考えるきっかけを提供するとともに、スポンサーの広告塔としての役割にもなる。

また、アメリカでは画期的なビジネスモデルとして、サブスクリプションサービスが行われている。日本でも、音楽アプリなどでサブスクリプションサービスが行われている。これは商品サービスの定期購入である。サブスクリプションサービスの利用者は、洋服やバッグなどのファッショングッズ、日用品などの商品を定期的に購入する。あるいは、アプリやソフトウェア、ウェブサービスを一定期間自由に利用することが可能になる。サブスクリプションサービスが注目されるようになった背景には、消費者の嗜好の多様化があげられる。多くの種類の商品が流通している一方で、その中から好みにあったものを探し出すのは非常に難しくなっている。また、同じものを長く使うという考えとは逆に、一定期間使用したら新しいものを使ってみたいという需要もあり、このような消費スタイルに対応するため、サブスクリプションサービスが様々な商品で広く浸透してきた。一方の事業者としても、確実な売上を獲得することができること、また顧客を囲い込むことができる点にメリットがあり、店舗を構えるより在庫の管理がしやすいこと、テンポが不要で家賃などの経費が少ないこともあげられる。アプリやソフトウェアについては、その技術は日進月歩であり、これまでのビジネスモデルでは限界がある。そこのサブスクリプションサービスに移行してユーザーのニーズにこたえることが増えてきている。

さらに海外起業の事例をとって、スペース X がを取り上げることができる。このスペース X 社はイーロン・マスク氏によって設立された宇宙航空企業であり、再利用可能なロケット技術の開発を推進している。この技術が導入されたことにより、宇宙での探索のコストがとてつもなく削減され、革命をもたらした。今までのものと比較してみると、1961 から 1972 年にかけて開発されたアポロは 3 億 9000 万ドル、1981 年から 2011 年にかけて開発されたスペースシャトルは 1 億 7000 万ドル、これらと比較してスペース X 社が開発したものは 5500 万ドルである。こういった面から、このスペース X 社は宇宙産業に様々な影響をもたらした。

これらの事例は起業家のビジョン、新たな技術の活用、そして市場に対してのニーズへの適切な対応が革新的なビジネスを行っていくうえで不可欠であることを示している。それ

それぞれの起業の興隆と成功の背後にある戦略などは今後起業を行っていくうえで貴重な教訓、成功となっていくのではないかと考える。

日本での起業との差異に関しても考えていく。まず、文化とビジネス習慣に関連することである。日本では、ビジネスにおいてはヒエラルキーが重視され、信頼と一貫性が重要視される傾向がある。一方で、一部の海外では柔軟性やイノベーションがより重要視されることが見てとれる。本章でも日本の事例と海外の事例を取り上げたが、日本のものは地域住民などといったその場の文化などに強く根付いた人たちを巻き込んで信頼を築いて、これからのように進めていくかなど見通しを立てて一貫性を重視して起業を行っているものに対し、海外の事例では、物事を柔軟に考え、イノベーションなどを重視する。私が入り上げたスペース X の事例でも、再利用可能なロケット技術を開発しており、この界限において非常に革命的である。様々な面で物事を柔軟に考え、イノベーションを重視しているからこそ実現可能なことであり、そこが特徴であると考え。また、日本では、ビジネスにおいては相手との信頼関係が非常に重要であり、長期的なパートナーシップを築くことが重視される一方で、一部の西洋諸国では、契約や法的文書が強調され、ビジネスは効率と成果主義に基づくとよくあると考える。

2 つ目はリスクと起業家精神に関することである。海外では、リスクを取ることが奨励され、失敗から学ぶ文化が根付いていると感じる。一方で、日本では安定性や失敗への対処が重視されることがあり、リスクを避ける傾向が見られる。アメリカのフォーブス社の報道によれば、アメリカでは毎月 543,000 人が起業しているという。だが、日本では 2008 年に約 10 万件だった法人企業開業数は、2021 年には 14 万 4,622 社である。月約 50 万件以上起業しているアメリカに対し、年間で 14 万件程度しか起業がおこなわれていない。この違いの大きな原因として、失敗から学ぶといった考え方や起業支援が日本よりも充実しているからであると考え。この失敗して学ぶといった考え方は起業支援がしっかりとしていなければできない考え方であり、日本では起業で失敗したら多額の借金などが残るため、日本ではなかなか起業が行えない原因の一つであると考え。

これらは一般的な傾向であり、具体的な状況によって異なり、起業家は地域の文脈や市場の特性を考慮に入れ、成功に向けて柔軟に対応する必要がある。また、これらの要因は、地域ごとに異なるため、事前の調査と適切な戦略の構築が重要になってくる。

3, フィールドワークなどを踏まえての考察

ここでは、大鰐町でのフィールドワークの調査とリンクさせながら、起業を成功させるために細かく記載していく。最後に参考文献を用いて考察をしていきたいと思う。

3-1, 起業を成功させるために

本節では、少し起業を成功させるために必要な考え方を考察していく。

まず、起業を成功させるためには、ビジネスプランを建ててから行動するのが非常に重要

である。それに加え、地域起業を行うのならその地域のことを理解しておくことが大切である。さらに、理念を掲げることが非常に重要であるとする。滝本(2011)¹⁵によると、

「理念がアイデア発見期＋立ち上げ期＋事業拡大期のすべての過程において影響しているのではないかと、理念の有無、強弱、範囲がそのあとの経営スタイルや企業存続期間にまで影響を与えるのではないかと仮説を仮定した。(中略) 理念よりも自分自身が起業家として成功することに重きを置いてるキャリア達成型女性起業家は、初めからビジネスモデルが確立しており目標に向かって一直線に突き進み、事業も急成長するが、ある程度成功すると急に業績が悪くなり起業家として短命に終わる事例が見れた。以上から、理念が強い場合、事業に対するコミットメントが強く、逆境にあっても屈しない心の強さを生じることと、事業展開において目先の利益よりも理念を達成するほう選ぶために事業に一貫性を保つことができ、その結果、長期にわたりゆっくりと堅実に成長するのではないかと、逆に理念が弱い場合には成功し、目的が達せられてしまうとそれ以降、事業に対する意欲が低下したり、目先の利益に走ってしまいやすい傾向があるのではないかと推測される」

と記載されている。つまり企業を成功させるには、しっかりとした理念を掲げ短期ではなく、長期として目標、プランを建てることである。我々が大鰐町で調査に伺った From O は、「地元の大鰐を盛り上げることを理念・目標として掲げており、初月はオープン景気として売り上げは様々な方々が来てくれて伸び、2か月目3か月目は売り上げが横ばいになり、その後いい感じになりつつある。他にも From O では、様々な社会的イベントも行っていて目先の利益よりも理念を念頭に置いて長期的に物事を考え、活動を行っている。将来的に、ゆっくりと堅実に成長し地域起業の成功例として期待されている。

4, 起業とサードプレイスについて

本章では、テーマである起業と近年話題であるサードプレイスとの関係性を考察をしていく。

4-1, サードプレイスの定義

本節では、サードプレイスの定義を述べていきたい。本論文で扱うサードプレイスの定義は、社会学者のレイ・オールドバークによって定められたもので、オールドバークは以下のように述べている。

「サードプレイスとは、家庭（第1の場所）や職場（第2の場所）とは異なる『イン

¹⁵ 滝本佳子(2011)「女性起業家が成功に至った要因は何か？」『経営戦略研究』vol.5, p131.

フォーマルな公共生活の中核的環境』を意味している（Oldenburg 1999=2013: 59）。具体的には、イギリスのパブ、フランスのカフェ、第二次大戦以前のアメリカの居酒屋のような、社会的な公共空間がサードプレイスである。」¹⁶

とオルデンバーグは述べている。このように家庭などの場所をファーストプレイス、仕事場や学校をセカンドプレイス、これらに属さない場所をサードプレイスという。サードプレイスの具体的な例を挙げるならば、カフェやバー、居酒屋などが主な例である。

このサードプレイスのメリットは、リラックスして物事に取り組めるところであると考える。自由に足を運び、社会的な立場や地位、仕事場の上下関係を気にせず交流できるのがサードプレイスの特長である。周囲にいる人々の肩書きや情報などを知らないからこそ、過剰に遠慮したり謙遜したりすることなく、リラックスした状態の素の自分であることができる。このようなことは日常の忙しさや仕事の重圧を忘れさせ、硬直しがちな視点や発想を柔らかくもしてくれるので、心身がリフレッシュできるきっかけになるだろう。

4-2, サードプレイスと起業の関係性

起業とサードプレイスの関係性は、新しい事業を始める際に重要であると考えられる。サードプレイスは、上記でも述べた通り家庭（第1の場所）や職場（第2の場所）とは異なる「インフォーマルな公共生活の中核的環境、仕事やビジネスを進めるための外部の場所や環境」のことを指す。これには共同オフィス、コワーキングスペース、イノベーションハブなどが含まれる。このサードプレイスを活用することで、起業家は以下のメリットを得ることができる。

1つ目はリソースの共有である。共同のオフィスやコワーキングスペースでは、必要な設備やインフラを他の起業家と共有可能である。これにより、初期のコストを抑えつつ、必要なリソースにアクセスできるようになる。また、共同オフィスやコワーキングスペースでは、プリンターや会議室などの共有設備を利用することが可能になり、これにより、初期の投資を最小限に抑えることが可能になるうえ、必要な設備を手に入れることができる。セキュリティシステムなども共有されるため、ビジネスの信頼性やプロフェッショナリズムを向上させることが可能になる。

2つ目は、ネットワーキングである。サードプレイスは異なる業界や分野の人々が集まる場でもあり、新しいビジネスのパートナーシップや顧客獲得の機会が増え、ネットワークを拡大することが可能である。また、他の起業家やプロフェッショナルとの交流が容易に行うことができ、これにより、新しいビジネスの機会やアドバイスを得ることができ、ビジネスの視野の拡大などが行うことができる。定期的にこのようなイベントやワークショップも開催され、業界内の動向や最新のトピックについて学ぶことができる。

¹⁶本柳亨(2015)「ファストフード店の利用者に関する考察 –サードプレイスを目的とした利用者の分析を中心に–」 p163。

3つ目は、アイデアの交流である。2つ目の内容と少し被る点はあるが、サードプレイスでは他の起業家と直接交流する機会が増加する。異なるバックグラウンドや経験を持つ人々との対話は、アイデアの創出や問題解決に役立ち、クリエイティブな発想や問題解決のアイデアが生まれやすくなる。共同の作業空間でのチームプロジェクトやブレインストーミングセッションも促進され、新しいアイデアの発展に寄与し、新たな事業の考案やビジネスの視野拡大などを行うことができる。

4つ目は、柔軟性と集中力がより普段より活性化されることである。サードプレイスでは、自宅や伝統的なオフィスと比較して柔軟な働き方ができ、同時に集中して仕事に取り組むことができる。起業家は必要に応じて共同オフィスを利用し、プロジェクトに応じて異なる環境で仕事を進めることができるので集中できると同時に、各自が自分のペースで仕事に取り組むことができ、同時に他の専門家たちとの交流も持続できる。

起業家がサードプレイスを活用することで、効果的な仕事環境や豊富なリソースにアクセスし、ビジネスの成功に寄与することが期待され、これらの要素が組み合わさり、サードプレイスは単なる作業場所以上の、起業家にとっての成長と成功を促進するプラットフォームとなっていく。

5, 起業による地域づくり

本章では、今までの章で見てきたサードプレイスや様々な地域の起業の事例を踏まえて、起業によって地域づくりを行っていきけるか、また地域発展に関われるかなど考察していきたいと考える。

まず、起業による地域づくりを行うことについて簡単な例を挙げて説明していく。例えば、地元の資源や文化を活かしたビジネスを展開することで、地域経済に貢献することができる。農産物の加工や観光業の育成などがその一例であり、また、地域社会のニーズに合わせたサービスを提供する企業として成功しており、地域の課題を解決するIT企業や再生可能エネルギーの導入により雇用を生み出す企業が挙げられる地域と協力し、地元のリソースや特性を理解することが鍵で、例として、日本の「地域おこし協力隊」が挙げられる。これは、地方自治体が若者に対して地域への移住や起業を奨励するプログラムで、様々な地域で実施されており、参加者は地域の魅力を発信し、地元の課題を解決する活動に従事している。また、地域の伝統や特産品を活かした事業も成功していて、例えば、地元の農産物を使用した加工品や観光農園を運営する企業は、地域経済に貢献しつつ、地元産品の魅力を広めている。実際私が現在勤めさせていただいているアルバイト先は、地元で作られたリンゴを使用してジュースやジャムなどに加工して道の駅や農協やネットでも販売して地元の農産物に加え、自社の魅力や地域の魅力など地域に貢献してる。また、近年話題に挙がる再生可能エネルギーも地域づくりに貢献していると考え。地元の風力や太陽光などの自然エネルギーを利用した発電所の建設や運営は、雇用の増加だけでなく、地域のエネルギー自給率向上にも寄与すると考える。これらの事例は、地域の特性や課題を理解し、地元住民との協力を

重視する姿勢が成功につながって地域づくりや地域社会に貢献できると考える。

また起業が地域発展にどのように関われるか、関わっていけるかも独自に考察してみたいと思う。起業が地域発展に寄与するためには、まず地域資源の活用地域の自然資源や伝統文化をビジネスに組み込むことが重要である。例えば、先ほども述べた通り特産品の開発や地元の芸術・工芸品の販売などを行うことでより多くの人にその地域について認知してもらえる機会となる。観光農園や地元文化体験を提供し、また、観光プロモーション地域の観光資源を活かして観光業を展開することで、地域への訪問者を増加させ地域の発展に少しでも携わることができるのではないかと考える。

次に地域課題の解決地域ならではの独自の課題やニーズに対応する商品やサービスを提供することで、地域社会に貢献ができる。例えば、高齢化に伴う介護サービスや地域の交通インフラの整備などがこれに当てはまる。社会課題に対するソリューションに焦点を当て、環境への配慮や地域コミュニティの健康増進など、地域社会に対するポジティブな影響を持つプロジェクトを展開したり、地域で協力体制をとることで地域の異なるステークホルダー（自治体、企業、住民）と協力して、包括的な課題解決策を模索するということが可能である。そうすれば、自然と地域の課題も解決方向に向かい地域の発展につながると考える。

次に地域コミュニティの結束、地元住民との協力やコミュニケーションを大切に、地域社会と一体となることが重要である。個人的にこれが一番重要であると考えている。地域住民の声を取り入れながら事業展開することが、地域との信頼関係を築く手段となるうえ、その地域で起業をするのであれば身近な人たちである地域住民の方々との信頼を得ることが起業を成功するか否かの分かれ道である。大鰐町のFrom O は地元の住民から非常に好評で付近の住民のサードプレイスとしても活用されており、それに加え町役場でもFrom Oのことを宣伝したりしている。このように地元の住民との関係の構築や結束することが重要になってくる。これらの要素を組み合わせ、地域の特性や課題に合わせた起業活動が、地域発展に大きな影響を与えると考える。

これらのほかにも、地域の調査と理解をすることや本論文のサブテーマである持続可能性へのコミットメント、環境や地域社会の健康を考慮した取り組みを導入することで、持続可能なビジネスモデルや環境への配慮が、地域の発展に長期的なプラス効果をもたらすのではないかと考える。また、イノベーションを起こしたり、新たなテクノロジーの導入をすることによって、地域経済を活性化させる新しい産業やビジネス機会を生み出し、地域の競争力を向上させる効果があると考えている。それに加え自治体や地域組織との協力は非常に欠かせなくなってくる。地元の自治体や地域組織と協力し、地域政策や規制に沿った取り組みを行うことで、地域全体で一体となり、発展を促進することが考えられる。

これらのポイントを組み合わせ、地域の独自性や要望に合わせた戦略的なアプローチを取ることが、地域の発展に有益である。

6. アンケートの実施と結果、考察

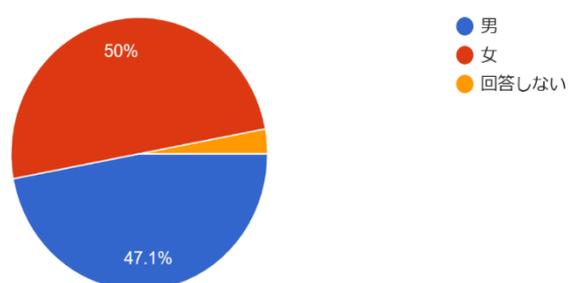
本章では、アンケート調査の結果とその結果をもとに考察していきたいと思う。

本アンケート調査の対象は、私の母校の生徒 102 人を対象に 8 月 30 日～9 月 10 日にかけて調査を実施した。目的に関してだが、本内容が地域起業のため、回答者自身が地元は好きか、若者が起業に関してどのように捉えているか、自分が起業をするのならばどういった職種を考えているかなどについて質問紙を作り、本アンケートを実施した。さらにこれらの結果を踏まえ、過去のデータと起業数との比較や全国の高校生が起業についてどのように考えているかなど述べていきたいと思う。

本アンケートの結果を見ていくと、まず年齢と性別に関しては以下のとおりである。

性別

102 件の回答



年齢

102 件の回答

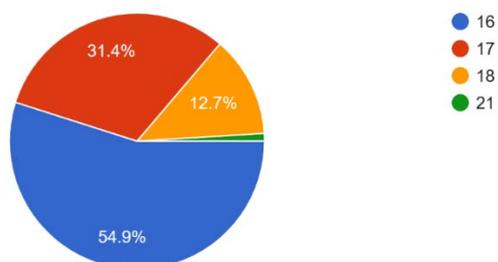


図 2 性別年齢の結果

以上が回答である。

次に回答者自身の地元が好きかという質問をした。以下がその結果である。

あなたは地元が好きですか？

102件の回答

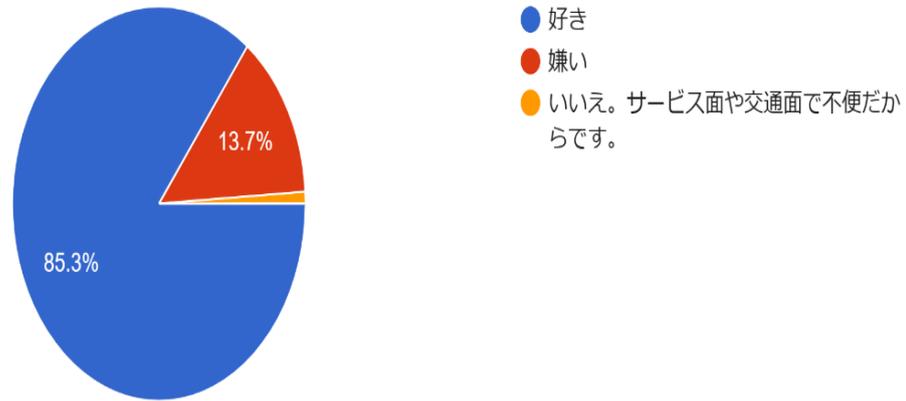


図3 地元が好きかについての結果

8割越えの人が自身の地元が好き、1割強の人は地元が嫌いと答えた。その理由を次にまとめていく。好きと回答した人は自然があり過ごしやすいという意見や人柄がよい、四季がはっきりしていて住みやすいという意見などがあつた。一方で嫌いと答えた人の意見としては、交通の便が少なく移動するのに非常に困るという意見や、補助金などの制度がよくないといった意見があつた。

次に回答者に将来どのような職に就きたいかを質問した。以下がその結果である。

あなたは将来どのような職に就きたいですか。教えてください。

102件の回答

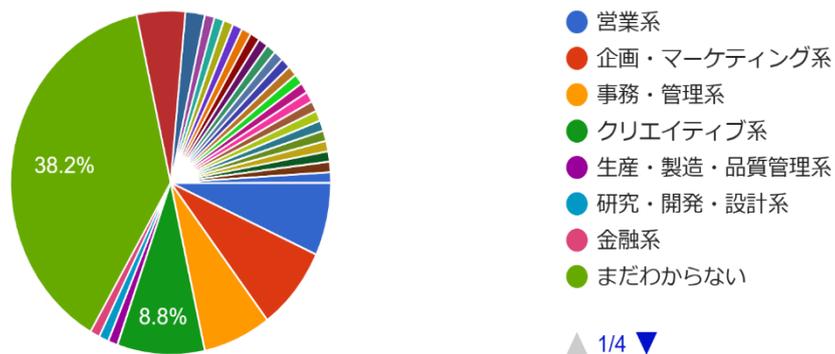


図4 将来就きたい仕事についての回答

次に回答者が仕事を行うスタイルで一番良いものを答えてもらった。以下がその結果である。

次の仕事のスタイルのうち、あなたが一番良いと考えますか。

102件の回答

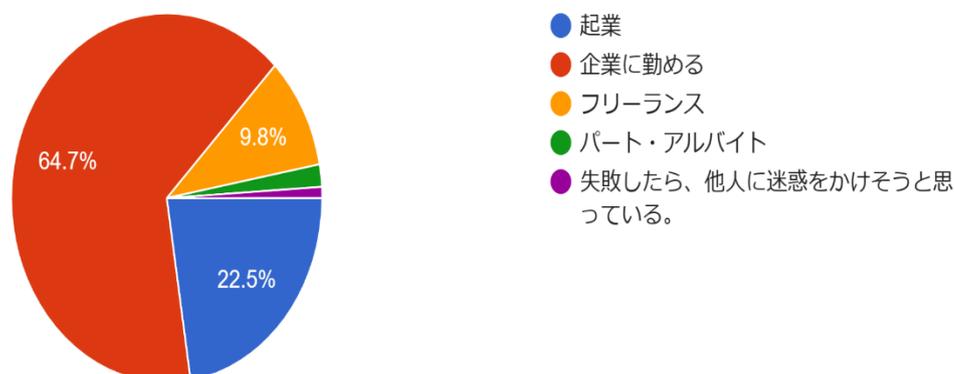


図5 どの仕事スタイルが一番いいかについての回答

この結果によると、現状若者が働くならば一般企業などに勤めることが一番であると回答した割合が64.7%あった。自分自身この回答はある程度予想できていたが、次に多かったのが22.5%の起業という選択肢である。この結果に自分はとても驚き、起業という選択肢はかなり少ないと思っていたため、この結果には予想を外された。次に実際に起業を行ってみたいかという質問に対しては、その結果が以下のとおりである。

あなた自身は、起業を行ってみたいと思いますか。

102件の回答

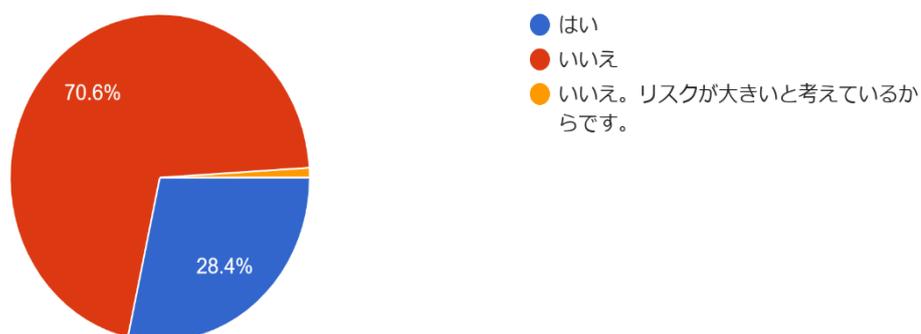


図6 起業は行ってみたいかに関する回答

約3割以上の人たちが起業を行ってみたいと回答した。次の質問でこの起業を行いたいと答えた人たち限定で具体的にどんな業種を起業してみたいかを質問した。その結果が以下である。

上記の質問で「はい」と答えた方のみお答えくだ...あなたが一番興味のある業種をお答えください。
31件の回答

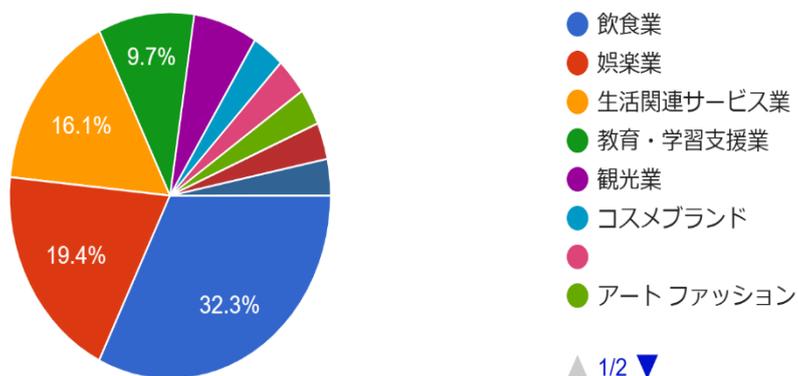


図7 興味ある業種について

結果として、飲食業がトップに位置し、次いで娯楽業、生活関連サービス業、教育、観光業などと続いている。次に自身が起業を行うのならばどのような支援などを受けたいかに関して質問した。結果は下記のとおりである。

あなたが起業を行うとなった場合、どのような支援等を受けたいですか。

77件の回答

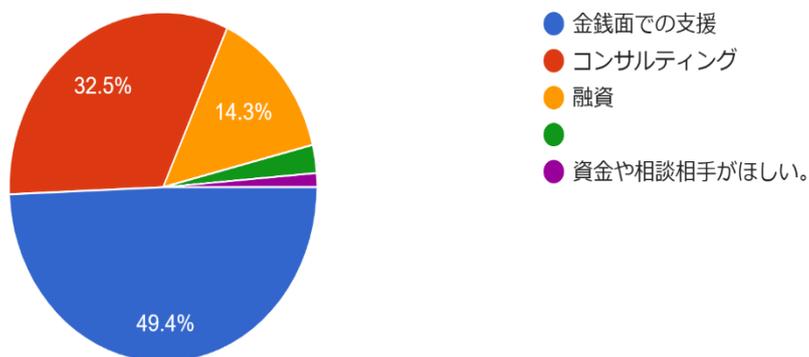


図8 起業支援について

結果として、金銭面での支援が多く次いでコンサルティングや融資という回答を得られた。また、起業というものはハイリスクなため自分一人で行うにはとても不安がある。そのため、資金や相談相手が欲しいという項目である。

これらを踏まえて、最後に「起業」というものに関してどう考えているかを記述で回答してもらった。結果としては、肯定・否定の意見が見られた。肯定的な意見としては、安定するまで時間はかかるが他の仕事よりやりがいを感じることや、自分の理想のものを現実に

できる職業である、社会的に重要なことであるといった回答を得られた。否定的な意見としては、金銭面で厳しいものがあったり、ハイリスクハイリターンでなかなか起業を言う選択をとれない、また特別な知識が必要で1から学ぶ必要がある。また、成功するまでに時間がかかり収入が少ないため、普通に働いたほうが堅実であるといった回答を得ることができた。

このアンケート調査を通して考えたことは、今回のアンケートの対象が高校生であったことも影響しているためか、回答者には難しい内容であったが起業について前向きで熱心で、よいデータを得ることができた。回答者一人一人が真剣に回答したので、どのように起業に対して考えてくれたかが非常に見て取れた。データではあまり読み取ることは難しいが、本アンケートの回答者は意外と起業に対してネガティブなことは考えておらず、しっかりと段階を踏み、計画を綿密に立て、どうすれば起業が成功するのか考えていたため、このような結果になったと考えた。また、起業に対して否定的な意見でも、金銭面や新たな知識を学習する必要があること、起業を行ったとしてもその間の収入に関してなどの記述がみられ、より詳しく考えられていたため、しっかりと先を見通して自身の将来について考えていると同時に起業は行う人の想像力を生かす素晴らしい機会であると考察できる。また、起業を行う業種に関しても一番やりやすい飲食業であったが、From Oもメニューは自分たちで考え作成したものとおっしゃられてたので、起業をする人はやりやすい飲食業から始めるのではないかと考える。また、高校在学時に起業者学習を年に一回でも行っておくことで起業というものに対してあまり難しく考えることなく興味や関心を得やすくなるのではないかと思う。さらに、起業者学習的なものを行うことでもう少し起業に対してもっと興味・関心を寄せる回答を得ることができるのではないかと考える。

次にこの結果と様々なデータを少し比較していこうと思う。
まずどのような業種につきたいかという回答の比較をしていく。本アンケートの結果は以下である。

あなたは将来どのような職に就きたいですか。教えてください。

102件の回答

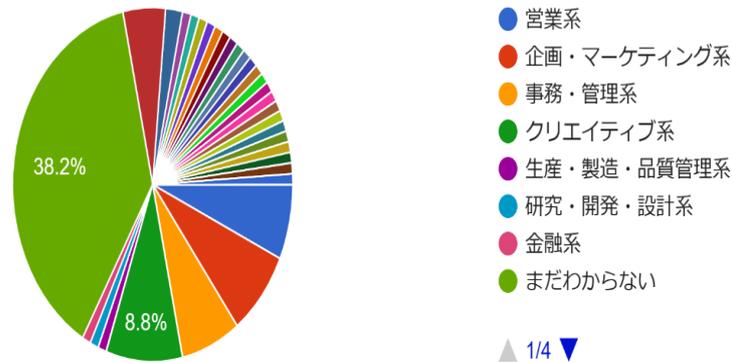


図9 将来の職業選択

結果的に営業系やクリエイティブ系、事務系などどの職に対しても回答者はつきたいと考えている。一方で、全国で人気なのが公務員、建設系、IT系、製造業¹⁷などである。これらに一貫していえることは、給与が安定してしっかりと働けるためこのような結果になっていると思われる。

7.全体の考察・まとめ

これらの内容を通じて、最終的に起業と地域づくり、それを踏まえた地域の持続性というものを考察していく。起業が地域づくりに与える影響として、まず、雇用創出である。起業活動により新しい事業が立ち上がり、雇用機会が増加する。地域の若者や専門職の引き留めが促進され、人材の流出を防ぐ効果を期待することができる。2つ目は地域経済の活性化・起業が成功すれば、地域経済が活性化する。地域住民の所得が増加し、地域内の企業やサービスによる相乗効果が生まれ、地域の活性化が生まれる。3つ目は、地域社会への貢献である。起業家は地域社会において積極的なリーダーシップを発揮し、地域課題への解決策を提供することが期待され、社会的な価値を生み出し、地域コミュニティの発展に寄与できる。4つ目は、イノベーションの促進である。起業は新しいアイデアや技術の実現を追求することで、地域全体のイノベーションを促進する。これにより、地域が競争力を維持し、将来の発展が可能となってくる。これらに加え、パートナーシップの構築を行うことで、地域内の企業、行政、教育機関などとの連携や協力が、起業家の成功に不可欠で、地域全体で一体となってサポート体制を構築することが重要である。起業と地域づくりは相互に補完し合う

17 【高卒の就職先ランキング・業界TOP10】高卒が就職しやすい職種4選も！

https://www.daini-agent.jp/for_high_school_grad/column/8953 (2023/11/18 閲覧)

要素であり、持続可能で活気ある地域社会を築くためには、これらの要素を組み合わせた包括的なアプローチが必要である。

起業と地域の持続性について、まず起業が地域に与える影響を考えると、持続可能な起業は、環境や社会に対する影響を考慮し、長期的な視点で事業を展開することが求められる。環境に配慮した事業モデルや社会的な課題への取り組みが、企業の信頼性や持続可能性を高める要素となる。地域との調和を図るために、地元のコミュニティとの協力や関与も不可欠である。地域の側面から見ると、地域の資源を活かし、伝統や文化を尊重しながら、新しい価値を生み出すことが求められる。地域と起業者が協力し合い、相互に利益を享受できるモデルが、持続可能な地域発展の一環となる。その他の影響要因を挙げていくと、イノベーションと知識の拡散である。起業は新しいアイデアや技術を生み出す場となり、これにより、地域のイノベーション力が向上し、他の企業や地元の人々にも新しい知識やスキルが広がることが予測できる。次に、地域社会への貢献である。持続可能な企業は、地元の社会課題やニーズに焦点を当て、その解決策を提供していると感じる。例えば、地域の教育、健康、環境などに対する取り組みが地域社会全体に良い影響をもたらすのではないかと。さらに、地元の資源の活用である。地域の天然資源や伝統的な産業を活かした起業が、地域経済にプラスの影響を与える。これにより、地域の独自性が尊重され、地元の特産品や文化が広く認知されることがあるのではないだろうか。最後に、地域コミュニティの活性化についてである。起業が地元のコミュニティと協力し、地域イベントやプロジェクトに参加することで、地域の社交や連帯感が高まり、地域全体の生活の質向上に寄与することが考えられる。

これらの要素が組み合わさり、持続可能な起業が地域に豊かな影響を与え、地域社会の繁栄に寄与するのである。起業と地域の持続性はお互いに密接に結びついており、環境への配慮や社会的な側面を考慮したビジネスモデルが、地域全体の発展と継続的な繁栄に寄与する重要な要素となる。

また、若者の地域起業は地域の持続性に肯定的な影響を与えると考察でき、新しいビジネスが生まれることで雇用が増え、地域経済が活性化することが期待することができる。また、若者のアイデアやエネルギーによって、地域社会に新たな刺激がもたらされ、イノベーションや社会的なつながりが促進されるのではないだろうか。

最後に、本論文の作成に携わっていただいた遠藤教授、ゼミ生、アンケート調査にご協力していただいた東奥義塾高等学校の生徒 102 人、フィールドワーク等で訪問させて聞き取り調査に協力していただいた From O の山本さん、坂本さん、島津さんには感謝を申し上げます。

引用参考文献・資料

- ・金田一京助(1988)『新明解国語辞典』 p168。
- ・同上, p660。
- ・松田 尚子・松尾 豊(2013)『起業家の成功要因に関する実証分析』 p3。

- ・ 東奥日報(web) <https://www.toonippo.co.jp/articles/-/1025630> (2023.11.20 閲覧)
- ・ 同上。
- ・ 公益財団法人 21 あおもり産業総合支援センター 『A DREAM ビジネスの夢を形に』
https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/shoko/chiikisangyo/files/a_dream01-07.pdf
(2023.11.20. 閲覧)
- ・ 沖縄県産業振興社 創業者・事業承継支援資金（創業者支援貸付）
<https://okinawa-ric.jp/service/post-40.html> (2023.11.20.閲覧)
- ・ 沖縄起業チョイス 沖縄で 企業サポートが手厚い市町村はどこ？
https://012okinawa.com/recommended_area/(2023.11/20.閲覧)
- ・ 松本芽衣・山口信夫(2017) 「ワークライフバランス起業の成功条件に関する探索的研究：松山市三津地区を事例にして」 p47。
- ・ 起業の窓口マガジン <https://kigyo.gmo/magazine/starting/list/13-knowledge-needed-to-start-a-business/> (2023/09/24 閲覧)
- ・ 空き店舗等活用創業支援機事業補助金所ご案内
www.town.owani.lg.jp/index.cfm/9.11532.c.html/20220420-100143.pdf (2023.11.20. 閲覧)
- ・ LIFEWORK LABO 【体験談】 田舎での起業成功例&失敗例！地元密着で成功する秘訣！
<https://befree637.com/inakadekigyoyou-seikourei/> (2023.11.20 閲覧)
- ・ 会社設立完全ガイド <https://vs-group.jp/tax/startup/media/management/13901.html>
(2023/10/29 閲覧)
- ・ Forbes Japan <https://forbesjapan.com/articles/detail/37009>
(2023/10/29 閲覧)
- ・ 統計でざっくりわかるアメリカの起業事情
<https://sogyotecho.jp/us-startup-statistics/#:~:text=> (2023/11/17 閲覧)
- ・ ミシガン州経済開発公社
<https://michiganjp.org/%E3%82%A2%E3%83%A1%E3%83%AA%E3%82%AB-%E6%97%A5%E6%9C%AC-%E8%B5%B7%E6%A5%AD-%E6%AF%94%E8%BC%83/#:~:text=>
(2023/11/17 閲覧)
- ・ 滝本佳子(2011) 『女性起業家が成功に至った要因は何か？』 経営戦略研究 vol.5 p131
- ・ 本柳亨(2015) ファストフード店の利用者に関する考察 —サードプレイスを目的とした利用者の分析を中心に— p163。
- ・ 【高卒の就職先ランキング・業界 TOP10】 高卒が就職しやすい職種 4 選も！
https://www.daini-agent.jp/for_high_school_grad/column/8953 (2023/11/18 閲覧)

(講演資料) 2023年11月16日 フィリピン州立大学セブノーマル大学主催, 第10回国際、第11回国国内研究大会 The10th International and 11th National Teachers and Education Students' Conference (TEStCon) プレナリーセッション資料 (遠藤哲哉)

Synergizing Sustainability: Inclusive and Innovative practices through Community MICE Projects



DR. TETSUYA ENDO
(GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS,
AOMORI PUBLIC UNIVERSITY)

- ▶ Research Interests: Local Government Management, Public Management and Policy, Regional Leadership, Regional Innovation
- ▶ Career: Local government civil servant, Professor, Fukushima Self-Government Training Center
- ▶ International Research and Networking Activities: U.S. City Manager Studies, International Exchange Activities with Universities and Students in Other Countries and Asia
- ▶ Hobbies: Snowboarding, traveling, running




Knowledge Creation Theory

- ▶ Success in sharing practical knowledge, including tacit knowledge, was crucial for Japan's innovative development. Dr. Nonaka named the leadership of practical knowledge at that time "**Phronetic leadership**" using "phronesis" created by Aristotle.





- Snow, quality of powder snow,
- Wonderful rural slow life that remains in Japan,
- You can ski and snowbode comfortably

5



Particularly, in today's highly uncertain society, a "noble spirit and proactive behavior (**Innovationship, Entrepreneurship**) based on **altruistic principles**" is essential.




Mt. Hakkoda, Hakkoda Ski Resort
In the woods
Development of Snow Monster Run Course



How to make "Community MICE"

= How to Make Innovations with Conferences by Entrepreneurship in Communities

- ▶ Awaken your entrepreneurial spirit
- ▶ Make an idea by oneself utilizing Serendipity
- ▶ Make the idea formalize through trial and error
- ▶ Make friends who empathy it
- ▶ Make a social business model by experimentations, fieldworks with team
- ▶ Make the model prototype
- ▶ Make the communities with empathy and entrepreneurship
- ▶ Make these process through "effectuation"
- ▶ This is "Community Innovationship"
- ▶ Entrepreneurial spirit resides in the communities



1. Community MICE

- ▶ M = Meeting, I = Incentive Tour, C = Conference, E = Exhibition (Tourism Policy)
- ▶ Large conferences of more than 50 people, meetings

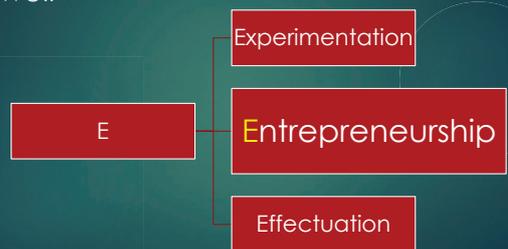


Innovation depends on the quality of various encounters in the field.

- ▶ Small Conferences, Workshops, and Tours

Providing a "place" to promote local innovation in the community

"E" of MICE means Entrepreneurship as well



(1) The meaning of a concept has evolved in practice (emergence)

Community MICE : Make Innovation with Conferences by Entrepreneurship in Communities



Examples of practical education and research in the Endo Laboratory: Japan, Philippines (Cebu), USA

"International exchange with the world, English learning, Dissemination of information around the world, development of business ideas"



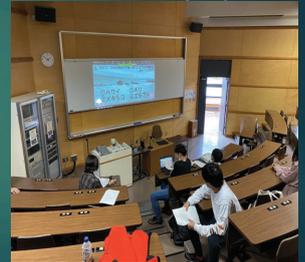
Virtual Community MICE

Student community MICE practice "English Sign Language, Singing, and Positive Coaching" using Zoom to "Fun and Meaningful Asian Communication" with faculty and students



Student community project (free based on past achievements) (e.g. online sightseeing quiz tour (3rd ~ 2nd grade))

- ▶ For the first session of the theme "Bringing the Charm of Aomori Overseas", we made a video on the theme of Hachinohe and conducted the entire video on Zoom.
- ▶ You can enjoy it at home even in Corona
- ▶ A tour that you create with your participants
- ▶ Collaboration with Overseas Students and Faculty
- ▶ (Currently Cebu on Zoom)
- ▶ Normal University students and faculty participation)
- ▶ 3 periods every Thursday (Room 1212)
- ▶ Observer participation available (3rd year seminar)



Student Community MICE Project in Practice, Seminars (Self-Exploration, Knowledge Challenge I, Knowledge Challenge II)



- Using icebreaker techniques such as English sign language and singing
- Cross-cultural understanding
- Universal language



Micro Webinar

- ▶ Web +Micro Seminar = Micro Webinar
- ▶ In the Covid-19 Pandemic
- ▶ Overseas people
- ▶ Online Interaction with

English Learning Opportunities



Online Aomori sightseeing quiz tour, collaboration with faculty and students of a university in Cebu, Philippines



Virtual inbound tourism promotion in English Sign Language, English

With students from other countries Virtual Interaction

Objective: Feel the differences between Japan and other countries firsthand.

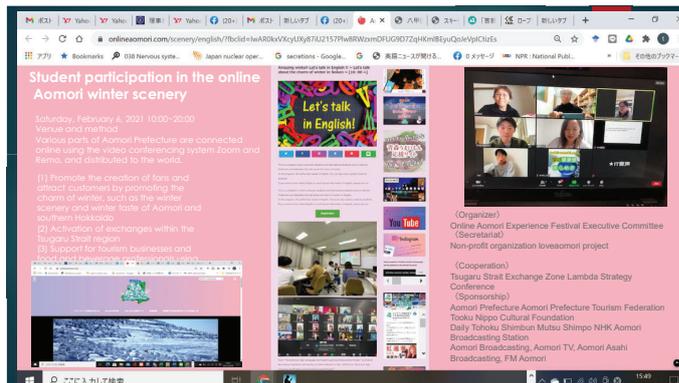
Exploring an international business model
Building a network

Past practices (voluntary activities in 2019)

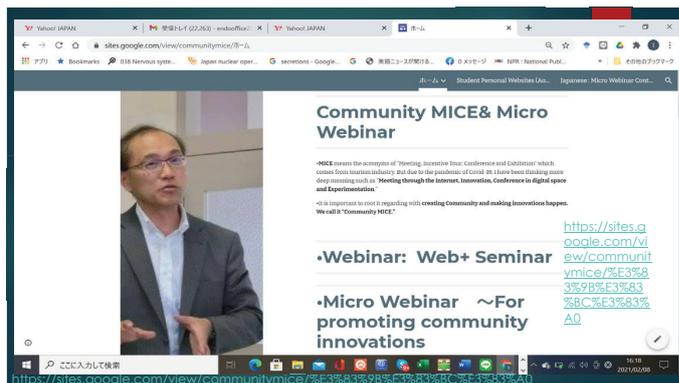
Interaction with students of the University of SNU

Interaction with the faculty of the University of SNU

Participation in local tours



Research and Practical Exchange with Overseas Countries Especially the Philippines, Cebu Students, Teachers



The Challenge of Knowledge I, II.



Theme: "Let's convey the charm of yourself, your hometown, and Aomori both domestically and internationally!"

- ▶ Presentation (Japanese, English)
- ▶ YouTube, PowerPoint, HP
- ▶ Cooperation between faculty and students of CNU (Philippines)
- ▶ Zoom
- ▶ Fieldwork (including Virtual)
- ▶ Video Creator



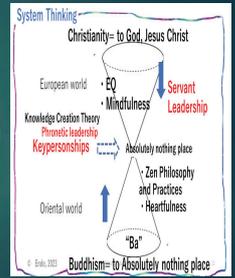
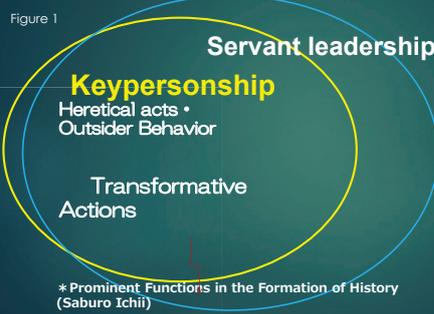
Knowledge Creation Theory

Success in sharing practical knowledge, including tacit knowledge, was crucial for Japan's innovative development. Dr. Nonaka named the leadership of practical knowledge at that time: **Phronetic leadership** using "phronesis" created by Aristotle.



Keypersonship and Servant Leadership

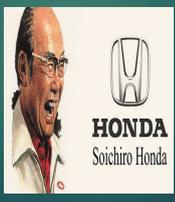
Figure 1



Soichiro Honda of Honda and Kazuo Inamori of Kyocera, Human Nature for the impoverished in the vicinity city of Manila

human nature
100% No Harmful Chemicals

pro-philippines
pro-poor
pro-environment

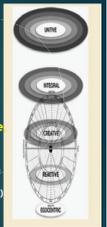


2, Structure of the Keypersonship Concept

Figure 2 Keyperson 4D Model (Endo, 2010)



Excellent value-oriented "systems thinking" and leadership (From selfish to passive, creative, integrative, Toward integration into superior value)



Robert Anderson and William Adams (2017) | Leadership Circle Profile = LCP |

Phronetic leadership is related with the term "**Servant Leadership**" and "**Keypersonship**"



Whole- Soul Leadership

Figure 3

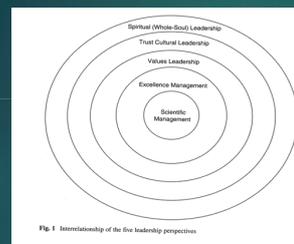
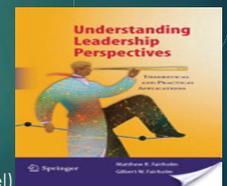


Fig. 4 Interrelationship of the five leadership perspectives

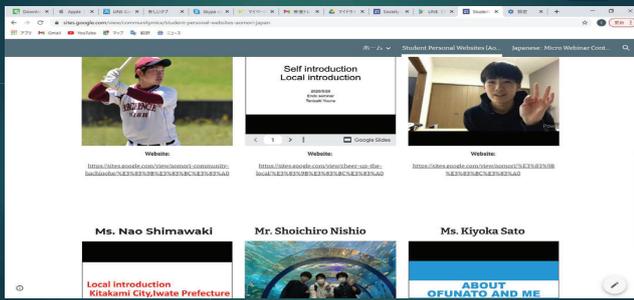
LPM (The Leadership Perspectives Model) Matthew R. Fairholm, Gilbert W. Fairholm



American Public Administration Sun nose Conference Apr. 2010



The Self Exploration Class, July 2020



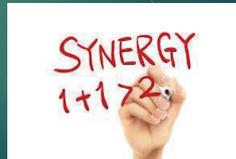
Empowerment, Self-esteem

- ▶ Helping them understand their role in society, and equipping them with the resilience to overcome challenges are key components.
- ▶ When each individual possesses these qualities, the notion of dropout diminishes.
- ▶ Instead, a collective mindset emerges, where everyone contributes to achieving shared goals, either individually or as part of a team or organization.



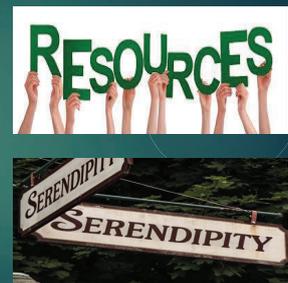
Synergizing Sustainability

- ▶ Regional management
- ▶ It involves bringing out the unique characteristics and strengths of local talents and resources, coordinating them to enhance synergies, and working towards the development of a vibrant community through sustainable regional management.



Utilizing existing resources (Peter Drucker), Serendipity

- ▶ Serendipity: the element of chance encounters or unplanned events
- ▶ Regional management should not only focus on "intentional and planned" initiatives but also value the "unintentional" ones, fostering an environment that encourages emergent initiatives and innovative practices.
- ▶ Government functions extend beyond "intended business plans" to encompass mechanisms that facilitate the emergence of "unintended business initiatives" and the creation of environments that foster innovation.



Inclusive and Innovative Practices for Future-proof Education

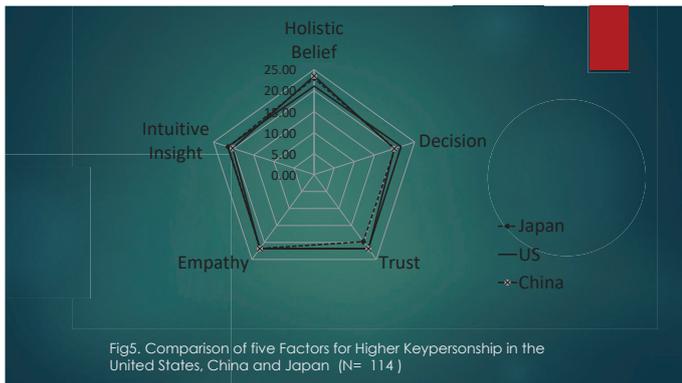
- ▶ This means innovatively enhancing the capabilities of individuals in the community to value and cultivate fulfillment and purpose in their lives, contributing to society.
- ▶ "Inclusive" underscores the importance of recognizing and cherishing each individual's unique existence, guiding them to discover their life's mission, and empowering them to strive for self-improvement and contribute meaningfully to society. The term "Innovative" denotes the creative execution of these principles, transforming them into educational practices that cultivate the development of future talents.



Facilitators and coordinators: creative practices

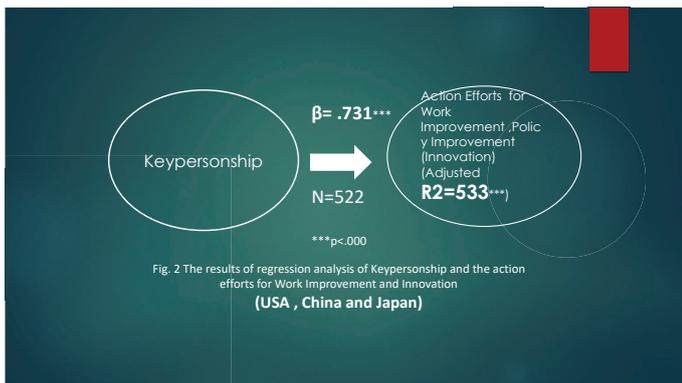
- ▶ In this scenario, the need for facilitators and coordinators who can effectively network with diverse individuals, conduct workshop-style communication involving various talents, and bring out latent abilities through coaching becomes evident. These leadership capable of guiding creative practices to overcome challenges is paramount.
- ▶ In addition, it is expected that the state of education in the future period of change will reflect the innovative approach of human resource development in regional management.





Effectuation Theory

- ▶ Saras Sarasvathy. She is said to be the last disciple of Simon, the Nobel laureate in economics. Sarasvathy, an Indian-American, studied the psychological behavior patterns of successful entrepreneurs in an unpredictable modern society. She revealed that **successful entrepreneurs creatively utilize existing resources, minimize risks, work in a patchwork manner, leverage failures, and ultimately demonstrate their full mental and physical capabilities to avoid crises and achieve success.**
- ▶ She presents this pragmatic and effective process of achieving results as the reality of successful entrepreneurs



The positioning of education in contemporary society as the cultivation of talents capable of Inclusive and Innovative practices.

Particularly, in today's highly uncertain society, a "noble spirit and proactive behavior based on **altruistic** principles (**Altruism**) " is essential.

Educational practices that emphasize small-group fieldwork

- ▶ I have been involved in practical work in local government management for 13 years, educational practices in public management (education) for 5 years, and educational research at the current university for 19 years. Fortunately, a new regional course was established within the Faculty of Business and Economics at the current university, allowing for educational practices that emphasize small-group fieldwork.
- ▶ Today, four teams of students related to my research lab will present modest reports, which can be considered mid-term reports on educational research practices.

Community MICE

- Community Innovation refers to the innovative process emerging within a community, and Community MICE represents Meetings, Incentive Travel, Conferences, and Exhibitions.
- It is said to originate from the Singapore government.
- I believe **that in the Philippines, which is rich in natural resources and has a strong spirit of hospitality, we can leverage Community MICE in collaboration with Japan, embedding it in both communities.**

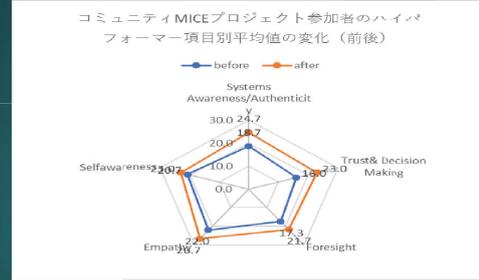
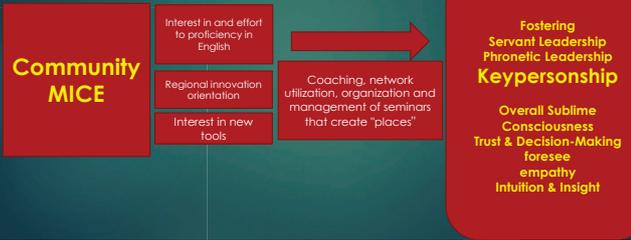


Fig. 13 Change in the average value of the key personality item of the high scorers among project participants (before and after) N=3. Self-diagnosis value high

Survey Design, Discussion Community MICE and Keypersonship



コミュニティMICEプロジェクトのハイパーフォーマーにおけるキーパーソンシップ度の回帰分析予備調査

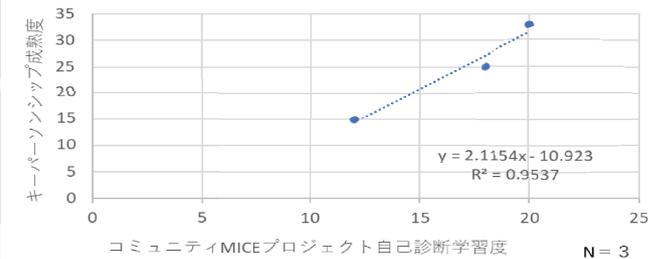


Fig. 15 Preliminary regression analysis of keypersonship among high performers of the project

- Phase 1: September 2019~ Current graduates and fourth-year students have been conducting the program since that time (especially sightseeing videos, English sign language) Fieldwork to discover the charms of Aomori, information dissemination, Cebu student exchange project "Fun and meaningful communication in Asia" with faculty and students using Zoom in "English Sign Language, Singing, and Positive Coaching"

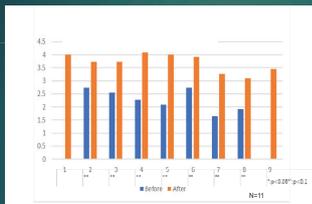


Fig. 7 Change in attitudes before and after the students who participated in Project Phase 1 activities (Endo Laboratory, 3 years ~ 1 year, questionnaire conducted in January 2021)

- How good did you feel about participating in this project?
- How motivated were you to learn English before and after starting this project?
- To what extent were you able to develop new ideas and new perspectives on community development before and after this project?
- How much effort did you put into learning English through this project?
- To what extent did you feel that this project allowed for international exchanges?
- After completing this project, to what extent did you feel that you would like to engage in international exchange in the future?
- To what extent did you become interested in American sign language English through this project?
- How effective did you feel about learning English using US sign language and songs through this project?
- How much would you recommend this project to others?

Examples of Questioner Answers

When self-measuring the degree of key personship, participants were asked to freely answer the reasons why there was or were not any changes before and after. One of the high performers responded:

"Overall, my score went up by 14 points, and I felt like I was growing, and the first reason for my overall sense of nobility was that I became a university student and started to think about my future prospects more than ever." (1)

"In particular, the areas of trust and decision-making and empathy have changed significantly. I believe that the reason for such a change is due to the experience of a first-year student. This is because the small number of people who came up with ideas and participated in the business idea contest made the relationship between the individuals important. For example, at class events (cultural festivals, etc.), each person's role was determined by a few leaders, so the bond between each person differed from person to person, but I think that by having each of the three of them act at the center, mutual understanding became important and they came to feel important." (6)

"When I looked at the graph, I found that the biggest change was in the 'consciousness' part. Throughout the year, the number of lectures that were more conscious of my future increased, and I think that my awareness of myself naturally increased. In addition, I have been working hard with the goal of taking on challenges at the beginning of the year, and I think that has led to this kind of increased awareness (8)

プロトタイプ型実践的研究に対する意見交換（現状、課題、展望）

井上 隆一郎

工藤 朝彦

山内 リチャードソン 澄子

「ポスト・コロナにおける地域イノベーション創発モデルの展開
：コミュニティ MICE のプロトタイプ型実践研究事業」
の取り組みに関するコメント

多摩大学総合研究所 客員教授
青森公立大学大学院 非常勤講師
井上隆一郎

はじめに

本事業は、過去3年度にわたる国際的なコミュニティ MICE に関する実践と研究の延長上にある。ここで言うコミュニティ MICE とは、従来の MICE より小さな組織単位（地域や機関としてのコミュニティ）をベースに MICE の考え方を適用し、経済的価値の創造、イノベーションの創発を狙う、空間と時間における場づくりの活動である。

これまで、ヴァーチャルとリアル両面から、パシフィコ横浜及びフィリピンのセブノーマル大学等との研究発表等のミーティングを重ね、研究成果及び教育効果を追求してきた。本年度はそれらをさらに進めて、ポスト・コロナ期の再飛躍の機会をとらえた社会実装するためのモデルを追求しようとするものである。いくつかのプロトタイプ（現実試行的取り組み）を設け、それらを実際に動かしてみることにより、より有効で効率的なモデルを構築することを目指したものである。

第1に共通言語としての英語に関し小学生対象の英語教育の取り組み、第2に海外向けオンライン観光資源に関する交流モデルのプロトタイプを実践した。上記二つはいずれも遠藤ゼミに所属する学生たちがフィールドワークを行うことにより実現した。第3に、フィリピンのセブノーマル大学の研究者がリアルに来日することによる研究交流、また、フィリピン現地の研究者も交えた、リアル・ヴァーチャル・ハイブリッド研究会というプロトタイプを試行した。

取り組み成果の評価

以下の通り、主として三つの社会実装プロトタイプを実行しその可能性や課題を検討ができた。

1. 小学生むけ英語教育システム

遠藤ゼミの学生たちが中心になり、小学生低学年から施す英語教育システムを検討した。英語教育は若い時から行うと効果が高いことは知られているが、そのためには教師、教材の質と量を含め多くの問題と課題が存在する。学生自らが小学生を対象に英語指導をすることでこれらの課題を確認した。

2. コミュニティ観光資源の掘り起こしとその評価

遠藤ゼミの学生たちのフィールドワークを踏まえ、具体的な地域、コミュニティレベルでの観光資源の掘り起こし、特にコミュニティレストラン、コミュニティカフェ等を観光資源としての評価する取り組みを行った。これらの評価は、フィリピン、アメリカとの交流（リアルとオンライン）により実施された。この結果、従来の観光資源とは異なる価値を有することが明らかになった。

3. フィリピン・セブ現地の地域資源によるイノベーションの種の発見

フィリピン・セブノーマル大学とのリアルおよびオンライン交流の中で、フィリピン側のイノベーションの種が浮上する機会を得ることができた。具体的には、セブ山間部に原生する有機シナモン（マナ・シナモン）の商品化への取り組みである。これはまだ端緒に立ったばかり

であるが、高級食材、漢方薬など日本側が中心になり商品化できる可能性があることが発見できた。

今後の課題

これまでの数年度にわたる努力、本事業における社会実装型プロトタイプの実行は大きな実践的な成果を生んだものの、社会実装をさらに深めていくためにはいくつかの課題が存在することも明確になった。

第1にコミュニティMICEの定義は明確になってきたものの、これがイノベーションの創発や経済的価値に結びつくシステム・体系を、何か成功事例を創出することによって確立することである。

第2に青森、フィリピン・セブにとどまらず、国内外の多様な地域への展開を通じてより普遍性の高いものへとしていくことである。

「コミュニティMICE」のプロトタイプ型実践的研究に対する意見交換 (これまでの実践、課題、展望) について

一般社団法人青森市国際交流協会 (AIVA) 会長 工藤 朝彦

MICE とは、Meeting (会議)、Incentive tour (報奨旅行)、Convention・Conference (国際会議・学会)、Exhibition (展示会) の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一つの形態です。多数が参加、一般の観光旅行と比べ滞在期間が長く、消費金額が大きくなることから、国や自治体により誘致活動が盛んに行われています。

遠藤教授はこれまで、地域経営学会の会長や MICE コーディネーターとして、青森で国際研究会、公開講座、ワークショップを開催し、米国・中国・韓国・インド・韓国・フィリピンの自治体経営や行政学、教育の専門家を招き、青森の魅力を発信してきました。

かつて行われた遠藤教授が主催する「グローバル時代における都市デザインと地域ビジネス、青森における地域経営政策を考える」というプロジェクトでは、世界の研究者・専門家に、地域における国際研究会・会議・懇話会ツアー (コミュニティ MICE) の機会を提供し、異文化交流と地域をベースとした国際ビジネス振興の可能性を探っています。

当プロジェクトの「国際研究会、交流会」で、私が関係したイベントには、これまで、米国の南カリフォルニア大学大学院のマイケル・ポール氏 (元米国シティ・マネジャー)、韓国の高麗大学教授の崔興碩氏 (Dr. Heungsuk CHOI)、中国四川省電子科技大学教授 Dr. Zao 氏、フィリピン州立セブ・ノーマル大学教授陣 4 人が青森に滞在し、参加しています。

この中で、新進気鋭の前韓国行政学会長、崔興碩氏は、都市デザイン経営を専攻し、実践、研究において世界的に高い評価を得ている研究者です。近年は、IT を駆使し、市民協働の学習する組織経営を“3.0 経営戦略”と称し、ポスト工業時代の都市デザインにアプローチしています。崔興碩氏は、長く米国で研究をしており、英語と中国語が堪能です。青森に 2 回来ています。過去青森で実施したコミュニティ MICE では、グローバルな社会環境の変化の中で、ポスト工業社会における都市デザインを如何に行なっていくべきか、南北融和に向かう韓国の都市開発政策の動向を紹介し、地域経営の観点から青森における“都市デザインとビジネス”の今後を報告、ワークショップの形で検討しました。

縁あって、韓国の高麗大学教授の崔興碩氏 (Dr. Heungsuk CHOI) の招請により、遠藤教授と私は高麗大学で講義する機会を得ました。私は、「青森市のコンパクトシティ構想と実践」と題した講義をしました。(写真 1 参照)



写真1：2018年7月 韓国 高麗大学 崔興碩氏 (Dr.Heungsuk CHOI) 教室

(撮影、工藤朝彦)

昨年 2023 年 12 月、交流あるフィリピン国立セブ・ノーマル大学のティサ教授ご夫妻が初来日され、初めて見る雪に興奮気味でした。そして、ZOOM でセブ・ノーマル大学とつなぎ、両大学の教授陣・学生がプロジェクトでの実践、研究テーマをプレゼンしました。その前後、私たちは、青森の観光スポットを案内しました。(写真2参照) 青森公立大学生が今後、英語教育が進んでいるセブ・ノーマル大学の短期英語研修を受けたり、セブ・ノーマル大学で芸術を学んでいる学生さんが国際芸術センター青森で創作活動するなどの可能性があります。



写真2：2023年12月 フィリピン国立セブ・ノーマル大学教員の青森訪問の際、青森公立大学で実施した国際ワークショップ(対面、Zoomハイブリッド型)の後、リンゴ貯蔵倉庫等を案内

(撮影、工藤朝彦他)

私の通訳・青森の情報発信・報告書や資料作成などを通じて、青森「コミュニティ MICE」

国際公開講座・研究会等の活動へ参画してきた経緯を踏まえ、以下、少しコメントと提案をさせていただきます。

第1回からの「国際公開講座・研究会、ワークショップ」は「研究会、講座」中心に実施されてきましたが、その後の特徴として挙げられるのは「米国のマイケル・ポール氏」と「韓国のChoi氏」のケースから、カルチャーツアーが加わったことです。国際公開研究会や講座の前後に、茶道や華道の日本文化体験、黒石市での温泉体験・酒倉での日本酒試飲・ショッピングなどを体験され、青森を肌で感じていただき、少額だが観光地への投資があったことで、コミュニティ MICE の本質に近づいたことであります。

つまり、地元が恩恵できる経済効果が生まれたことです。

- ・懇親会経費一人当たり 4000 円から 5000 円が地元青森に投資されている。
- ・ショッピングもお土産代として一人あたり数千円は投資されている。
- ・宿泊費や昼食代など、確実に地元青森に投資されている。

<今後の課題と展望>

- (1) 多くの市民・観光事業者・行政関係者の「国際公開講座、研究会、ワークショップ、フィールドワーク」等への参加促進
- (2) SNS（ホームページ、Facebook 等）を活用して、コミュニティ MICE の情報発信の推進
- (3) コミュニティ MICE 運営には事務局の充実が必要
- (4) インフラ整備の必要性
 - ①外貨両替機能の充実。青森では小規模商店が多いが、早期のキャッシュレス化が難しい。金融機関は土日利用不可能、両替を実施しているホテルの数が非常に少ない。
 - ②中心商店街への総合免税カウンター設置を充実させることで、コミュニティ MICE の誘致もしやすくなると思います。

シビックプライドの醸成とコミュニティ MICE への更なる期待

GLOBAL TABLE 合同会社

代表 山内 リチャードソン 澄子

地域活性化を含むシティプロモーションの文脈で近年よく使われる概念の一つに、「シビックプライド」がある。これは、「市民の/都市の」という意味の「Civic=シビック」と「Pride=誇り」という意味の「プライド」とを繋ぎ合わせた言葉であり、直訳すると「都市に対する市民の誇り」という意味合いで使われることが多い。

ただし、このシビックプライドが真に意味するところは、日本語でよく使われる「郷土愛」と似つかわしいようで少し異なっており、単に住民の地域に対する愛着を示しているのではなく、そこから一步更に足を踏み入れた、「自分自身が関わって地域を良くしていこうとする、当事者意識に基づく自負心を指す（事業構想 2018 年 8 月号 シビックプライドって何？ 政策を議会質問から読み解く」より）。

今年度の遠藤ゼミ研究テーマの一つでもある「コロナ禍後のインバウンドの振興と、インバウンド振興を通じた持続的地域経営」に関連して、私はコロナ禍以前に日本が空前のインバウンド客数増加を経験していた頃から、今後のインバウンド観光振興のために最も重要となるであろう土台は、観光客を受け入れる地域で暮らす住民のシビックプライドである、と考えてきた。それはなぜなら既にその頃から、出身国やその他要因によって当然グラデーションはあるものの、多くのインバウンド観光客の興味や関心が、物見遊山的な有名観光地巡りから、日本の地方の人々への暮らしぶりや人々との生身の交流にシフトしていたからである。そしてまたそのような旅のスタイルのへ指向は、長きにわたったパンデミックがひと段落し回復が順調に進展しているコロナ禍後も、およそ変わらないのではないかと考える。

そのような背景と照らし合わせて考えると、遠藤ゼミが地域内の魅力や資源の発掘やそれらの有効活用、また、地域の課題の掘り起こしと解決策の模索のために行っている活動、更に地域の子どもたちに対する英語教育を通して行っている活動はどれも非常に興味深く、正に地域内のステークホルダーが自分たちの地域に更なる誇りを持つようになること、そしてまたそれに留まらず学生を含め活動への参加者が主体的に地域について考え気づきを得ること、更にそこから発想を得て具体的なアクションを起こしていくことに繋がる活動であると考えている。

地域住民が自分たちのまちの魅力を自分たちが体感として感じ・知り、地域資源に誇りを持ちながら生き生きと暮らし、海外からやって来る観光客にその魅力をその人たちに伝わる言葉やツールで効果的に伝えること、そしてまた、そこにイノベティブな若者ならではの起業を通じた地域の活性化へのアイデアやエッセンスが加えられること。周知のように青森県内でも少子高齢化、過疎化など地域における課題が待ったなしの急速なスピードで進んでいる中ではあるが、だからこそこのような、地域内のマルチステークホルダーを巻き込んだシビックプライドを醸成する地道、且つ中長期的なビジョンを持った活動こそが、人的資

源を含め地域の魅力を高め、地域の未来の担い手を増やし、地域に根付いた歴史文化や産業経済を継続・発展させる好循環へと導くものなのではないだろうか。

学生の皆さんの今後の活動に、大いに期待をしたい。

最後に

本事業は、公益財団法人青森学術文化振興財団のチャレンジ事業に採択され、「ポスト・コロナにおける地域イノベーション創発モデルの展開：コミュニティ MICE のプロトタイプ型実践研究事業」のタイトル名で実施してきたものであり、この報告書は 2023 年 4 月から 2024 年 1 月までの活動報告をまとめた成果を記録したものである。（ただし、この実践研究の取り組み自体は過去から継続しており、一連の研究成果の体裁をとって重複している箇所もある。）

プロトタイプ型とは、社会実装モデルを実際につくり、それを試行的に実施する中で、より優れたモデルを創っていくという社会実験的方法である。ポスト・コロナ時代に入り、対面での実践ができるようになってきたが、2023 年度当初は、それでもコロナ禍の再発を心配しながらの取り組みでもあった。コミュニティ MICE とは、コミュニティと MICE を重ねた造語である。MICE は、もともと大規模国際会議、学会や展示会によって海外からのビジネスパーソンや研究者、専門家を招致し、そのことで観光地域経営にも大きく貢献するということから観光業やホスピタル業界を中心に使われてきた言葉である。今や観光庁も戦略的に活用しており、大中規模の自治体を中心に、自治体観光開発の政策としても位置付けられることが多くなっている。ただ、この MICE が、地域経営にどう影響をもたらすかという点では、まだ十分明らかになっていない面がある。また、MICE という言葉を掲げ観光政策に取り上げ実施してはいるが実際に上手くいっていないケースも少なくないようであった。そこで、活用次第で優れた効果をもたらすのではないかとという仮定のもとに進めてきたのが「コミュニティ MICE」の実践である。特に、地域経営に貢献する形の MICE にアレンジしたいという意味を込めて、コミュニティに根差す MICE という意図で、「コミュニティ MICE」と命名したのであった。

遠藤研究室では、サラス・サラスバシーのいう「手中の鳥」の原則を用いて、等身大の取り組みを始めるところからスタートしている。私たちの大学研究室と教育研究環境という資源をまずは利用し、地域経営へ貢献する途を探っていった。その中で、人材育成と交流からインバウンド、さらに起業、創業を目指す取り組みへと進めていけるのではないかと考えた。これが「コミュニティ・イノベーション」の流れへと収束していった。今年度、この報告書の副題に「コミュニティ・イノベーション」とつけたのは、そのような経緯があった。様々な人との出会いと交流、そこから創出されるアイデアや取り組みがイノベーションの機会になりえるのである。幸運な出会いがイノベーションとして結実する機会になっていることが既存研究の中で明らかになってきている。我々は、セレンディピティの機会として、コミュニティ MICE を位置付けて、コミュニティ・イノベーション、さらに地域起業や創業、または地域事業の革新に貢献したいと考えてきた。

今後、世界とりわけアジアの中の日本を考えていくことが大切だと感じている。その場合、共通言語を手掛かりに言語の違うアジア仲間がコミュニケーション取ることが重要である。そこで、英語に的を絞り、実践的習熟の方法を取り入れていった。ただその道は、簡単ではない。学生たちも体で感じており、そこで、教育システムの小学校低学年までおろたって、

制度問題まで分け入り、実践的に考察を深めた。

さらに、大学教育において、幸いにも少人数フィールドワークという方法を採用している地域みらい学科だからこそできた演習の中で、地域社会における大学教育実践とグローバル人材教育実践をつなげ、社会実装を念頭に取り組みを進めてきた。その内容は、海外の方とのフィールドワークオンライン Zoom 観光地ガイド交流とその前後のミーティングである。また、県内コミュニティ・レストランやコミュニティ・カフェ&バーでの国際交流やミーティングのセッティング、そして国際研究会での研究実践報告である。大学では、セブノーマル大学の教員を2人招聘し青森公立大学国際交流ハウスを起点に、ACAC視察、Zoomでの対面・オンラインワークショップを実施し、参加者及びセブ側から好評を得た。また、セブ側で中心となってきたセブノーマル大学の Dr.Genara 氏には、年間を通じて多大な協力を得ている。さらに、米国ノースダコタ、Ana 氏からも変わらぬ協力を得てきた。

今回の実践が機縁となって、参加協力していただいた方々は、訪日さらには青森への訪問を希望し、予定して下さっている。起業という点でいえば、セブの山間地で発見された自生有機シナモン(マナ・シナモン)を日本と共同開発していくことが具体化されている。また、語学教育、大学院研究教育においてもイノベーティブな取り組みを進めていくことがセブ側から提案されており、我々のプロジェクトそのものが、地域経営を促進し高等教育や観光地域経営開発へ地域イノベーションを興していく様々なチャンスを、陰に陽に作り出してきたと考えている。

ただ、「地域経営への実装」という点では、始まったばかりであり、ようやくスタートラインに立ったところである。我々の実践的研究が少しでもグローバルな観点からするイノベーティブな地域経営及び自治体経営の振興に寄与できるものとなっていれば幸いである。

(遠藤 哲哉)

編集後記

私たちは約1年間を通して Community MICE の実践的なプロジェクトに取り組みました。フィールドワークを通して、効果的な方法や仕組みを見つけ、それを形にすることが出来ました。自ら体験し感じた課題に対して考察し意見を出し合って実践する体験は貴重であり、このような場を提供し協力して下さった皆様に感謝を申し上げたく報告書にまとめさせて頂きました。今後、多くの方に読まれ地域や活動の参考になれば幸いです。
(佐藤 木乃香)

表紙とロゴの制作に携わりました、川田青空です。普段できない作業に挑戦することができ、良い経験となりました。今までのゼミでの活動とプロジェクトを振り返り、しっかりまとめることができました。活動報告書を次年度の研究に活かしていきます。
(川田 青空)

報告書の作成は、1年間の活動を振り返ると共に今後の自分の研究をどのようなものにしていくか見つけ直す機会となりました。また他のメンバーの報告書を受け、自分には無かった発想や新たな気づきを得ることができました。(豊田 彩音)

編集作業を携わりました、小鷹捺緑です。報告書を編集するにあたって、ゼミ生それぞれの「地域」に対する思いを知ることができました。また、プロジェクトやフィールドワークを通してのゼミ生が見据える地域の課題もそれぞれ違い、自身の研究内容について共有する時間は、あらゆる視点で地域を見つめる機会となり、多くのことを学ぶことができました。
(小鷹 捺緑)

編集を担当させていただいた狛守秀太です。今回の報告書では卒業論文の内容を一部編集しています。4年間行ってきたゼミ活動の集大成として一人一人がテーマをもって報告書を作りました。ぜひご覧ください。(狛守 秀太)

この研究報告書は、青森公立大学経営経済学部地域みらい学科の遠藤哲哉研究室における活動をまとめたものです。私たち遠藤ゼミは、一年間のゼミ活動を通じて多くのことを体験し学びましたが、今回、自分たちが学んできた事を文章にし、冊子という形のあるものとして残すことで、一年間のゼミ活動で得た成果を実感することが出来ました。今後、この報告書が後輩のゼミ活動の参考資料として役立てて頂ければ幸いです。(佐藤 有紗)

<実践、調査、研究、編集、執筆メンバー>

以下、遠藤研究室メンバー（順不同）

狛守 秀太（編集、ゼミ長）

佐藤 有紗（編集）

西尾 翔一郎

佐々木 和博

小野寺 愛生

石岡 聖花

川田 青空（編集、海外研究報告、プロジェクトリーダー）

豊田彩音（編集）

小鷹 捺緑（編集）

佐藤 木乃香（海外研究報告、ゼミ長）

小泉 拓也（海外研究報告）

赤沼 風香（英語学習・プロジェクトリーダー）

工藤 鈴子

石岡 昂哉

（以下、2023年度「自己の探求」ゼミメンバー）

上坂 和香（海外研究報告）

石田 佳一郎（海外研究報告）

芹澤 蓮

渡辺 夏海

西村 桃華

稲津 晴也

舘石 凜太郎

<研究協力>

井上 隆一郎（多摩大学総合研究所客員教授）

工藤 朝彦（一般社団法人青森市国際交流協会 [AIVA] 会長）

山内 リチャードソン 澄子（GLOBAL TABLE 合同会社 代表）

監修・編集統括・執筆 遠藤 哲哉

謝意

この研究プロジェクトを実施するに当たり、多くの方々の協力を得ている。ここに改めて深く感謝申し上げます。公益財団法人青森学術文化振興財団及び青森公立大学・大学院、青森公立大学地域連携センター、そして、現場において実務を担っていただいている地域研究センターのスタッフの方々には大変御世話になってきた。この活動を支え、協力をして下さってきた青森市役所、青森県庁にもお礼申し上げます。学生と一緒に訪問調査やイベントに快く応じて、応対していただいた各団体の方に感謝申し上げます。一般社団法人青森市国際交流協会、公益財団法人21あおもり産業総合支援センター、スタートアップセンター、青森商工会議所、公益社団法人青森県観光国際交流機構、そしてコミュニティ・カフェ「でる・そーれ」、コミュニティカフェ・バー、From 0、大鰐町役場、田舎館村役場、津軽鉄道、アップルヒル、ワ・ラッセ、青森県立美術館、その他数多くの方々のご協力を受けている。感謝申し上げます。

所属している大学の地域みらい学科は、小人数フィールドワークを重視し、現場感覚を養いながら理論と実践の融合を図り、研究教育と社会貢献を行うことに特徴がある。本報告書も、各自の関心に沿って実践的な教育研究の成果として整理をしたものを掲載している。もとより、研究途上であり、今後、本報告書で判明したことを下に、海外と連携しつつ、さらに実践的研究を行っていきたいと考えている。

最後に、印刷を担当していただいたアクセス二十一出版有限公司、そして多くの関係者の方々に深く感謝申し上げます。



ロゴのコンセプト

「コミュニティ・イノベーションの創発に向けた **MICE**」
を意味している。コミュニティを創出しつつ、

ミーティング (**M**)

旅行 (インセンティブツアー: **I**)

研究会 (会議: **C**)

展示会 (**E**)

などを通じ、セレンディピティな出会いとネットワーク、
実践的研究から生まれるコミュニティ・イノベーションの
創造を意図。

遠藤哲哉の原案に、遠藤ゼミナールで学んだ川田青空、
コミュニティデザイン事務所の chitose design lab が参画
し、制作。

*セレンディピティとは
「思いもよらなかった素敵な偶然がもたらす幸運」