

地域の価値共有プログラムの開発に関する考察

— 地域と関わる「関係人口」の創出手法として —

土屋 薫*・須賀由紀子**

要 約

少子高齢化が進展する中、自立した地域社会をいかに構築するかは、地方の過疎地域のみならず都市部も含めて大きな社会課題となっているが、すべての地域で「定住人口」を増やすことには限界がある。そこで、地域に関心を持ち、何らかの形で応援する人たちを「関係人口」と位置付け、地域社会の担い手とすることが、解決策として模索されている。

本研究では、大学生を地域にとっての関係人口の有効な候補として捉えた。その上で、大学生と地域住民自身が地域の価値を共有する「まちあるきプログラム」を通じた持続可能な地域社会づくりを中心に、関係人口の継続的な創出を可能とする循環モデルの構築可能性を検証した。継続的・構造的なプラットフォームの構築まではまだ見通せないが、地域活性の文脈で同様の枠組みを有するマイクロツーリズムに関する示唆は得られた。

キーワード：関係人口、まちあるき、SDGs

1. はじめに

1-1. 研究の背景

少子高齢・人口減少が進む中、国レベルの政策にも地域を支えるという文脈で「関係人口」が取り上げられているようになってきた。この関係人口は2016年に新語として登場した言葉で、「地域に関心を持ち、何らかの形で応援する人たち」のことを指すが、ここには地域外からの来訪者だけでなく、地域住民自身も含まれている。すなわち地域住民が地域への関与と愛着を深めることも関係人口創出に該当するという。地域社会の維持に不可欠な社会関係資本という観点からも、関係人口は有効な概念とされているのである(田中2018)。

こうした流れを受けて、2020年度から国交省も実態調査に着手したが、関係人口の創出や効果測定に関する実証研究は途上である(中島2020)。筆者らの研究では、地域にとっての来訪者である大学生を関係人口の候補としてとらえ、大学生が中心となって地域の価値を発掘・発見する「まちあるき」のプログラムを開発し、その成果を地域住民と共有することで、地域の自立に必要な、地域を支える社会関係資本の循環的形成をはかることの有効性が検証されている(土屋・須賀2018, 2019, 2020)。

このプログラムは地域の価値を共有するプログラムとして概括されるが、その実態は「まちあるき」プログラムを開発するプロセスの中で大学生と地域住民とが交流を促進することであり、その結果、地域住民自身の地域への関心も高まることがわかっている。つまり、地域住民と外部からの来訪者(大学生等)との双方向のコミュニケーションが確保されれば、たとえ突出した特徴がない地域であっても、地域に対する関与と愛着獲得

2020年11月30日受付

* 江戸川大学 社会学部現代社会学科教授 レジャー社会学

** 実践女子大学 生活科学部現代生活学科教授 生活文化論

へのステップを設けることができる。言い換えれば、関係人口創出のモデルとなり得るのである。

ただ関係人口論については、人口減少で疲弊する地方を、都市との関わりでどのように活性化するかという文脈での理論構築、また事例分析にもとづく定性的な研究の蓄積はあるが、関係人口の地域に与える影響について定量的なエビデンスを示す研究は少ない。また、地域住民をターゲットに、地域住民自身の地域への関与度から関係人口の意義について実証的に捉えた研究はほとんど見られない。逆に言えば、そうした実態をとらえるための「現場」が成立していないということもできる。

1-2. 研究の目的

先行研究において筆者らは、「まちあるき」によって地域の価値あるものであると大学生が発見したものについて、成果として地域住民に還元することが地域住民に対するポジティブな刺激になることを検証した。ただ、地域のニューカマーである若者（大学生）が市民の一員として地域の「暮らし」に目を向けるきっかけをつくることはなかったが、その継続性は確認されていない。

そこで本研究では、地域との関わりを段階的に深めていく場の構築を試みることにした。つまり、一過性・一回性のイベントに終わらず、また繰り返すことでも陳腐化せず、継続しながら関わる人々を増やしていく場の構築可能性について検証を行うことにした。

1-3. 研究の枠組み

本研究では、くりかえし「まちあるき」を実施する形として、ここ数年多くの地域で実施されている「フォトロゲイニング」の手法を取り入れることにした。フォトロゲイニングはオリエンタリングに連なる競争的スポーツで、あらかじめ地図に指定された地点に行き、地点通過の証拠として現地の写真を撮ってくるという内容である。時間を競う場合も、地点によって定められている得点の合計を競う場合もある。あるいはもはや形ばかりの競争で、現地の景観や陽気を楽しむことを

目的とした人も含んだ一大イベントとなっていることが多い。

ただし2020年は新型コロナウイルスの影響で、「3つの密」（密閉・密集・密接）を避けるべく、ほとんどのイベントが中止されている。そこで、フォトロゲイニングを実施するのに必要なイベントマップの作成を中心に、大学生による地域価値の掘り下げとその成果の住民への還元という形で両者のコミュニケーションを図ることとした。

イベント地図を作るための現地踏査は個人や少人数グループで実施することが可能で、「3つの密」を避けることができるからである。また現地は短期的にも季節によって景観が変わるし、長期的にも開発や店舗等の入れ替わりも予想され、同様の作業を年々繰り返しても必ずしも情報が陳腐化しないという利点がある。さらにマップづくりを継続することは、地域情報のアーカイブにもつながり、時間をかけて地域への愛着を醸成していくための手段として十分だと思われる。

今回初年度としてさらに、マップを作る上での地域資源探しの枠を定めることにした。これはある程度の広がりがあるとともに普遍性もあり、少なくとも5年から10年の間で陳腐化しないルールが好ましい。そこで今回は、SDGs（国連の定めた17の「Sustainable Development Goals〈持続可能な開発目標〉」169の具体的なターゲット）をフィルターとして用いることにした。すなわち、マップに取り上げるのにふさわしい地点かどうか、SDGsを基準にして考えることを課すことにした。

さらに関係人口自体の外延として、当該地域に直接関わりのない大学生にもマップ作りの一翼を担ってもらい、地域住民へポジティブな情報を還元することが可能かどうか検証を試みることにした。

1-4. 対象とする地域と参加対象者

これまでの研究の蓄積と新型コロナウイルスの影響とから、また参加できる大学生とその活動できる範囲から、対象とする地域としては東京都日野市周辺を選び、当該地区で調査活動が可能な実

践女子大の学生によるマップ作りと地域への還元を中心的な活動とした。

それから日野市でSDGsを軸に日野・日本・地球を考えるべく課外活動をしている「持続可能な日野の未来をつくる高校生チーム」(略して「ひのミラ」)に参加する高校生にも、検討に加わってもらうこととした。

それから日野の大学生の外延にあたる位置づけとして、千葉県流山市にある江戸川大学の学生にもマップづくりに参加してもらうこととした。

2. 日野調査

2-1. 着眼の視点——SDGsを絡める意味

超高齢化・人口減少社会を迎える中で、住み続けられる地域・まちづくりは、地方圏・都市圏にかかわらず、どの自治体においても大きな課題である。これに対して、人口が減少し弱体化していく地域内だけで地域の経済・社会を支えることを考えるのではなく、地域外の人とのつながりも含めて、その地域に「関係を持つ人」(関係人口)を増やすことにより、自立した地域づくりを考えていこうという国の施策がすすめられている(総務省2020・国土交通省2019)。

「関係人口」は、その地域を支える社会関係資本と捉えられる。その際に、ある地域に通学(または居住)する大学生や高校生が、在学中に自分が住む(または通学する)地域に強い愛着意識を感じることは、その後のライフステージの中でその地域から離れることがあっても、いわば「関係案内人」として地域のつなぎ手となることができると考えられる。また、ある地域に通学(または在住)しなくても、何らかのイベントなどにより、ある地域に関わり、そこで興味深い体験や意味ある人との出会いなどがあれば、地域にとっての重要な関係人口のストックになる。地域に通う(または在住する、関わる)若者層を対象に、いかに、ある地域への愛着意識を醸成するかは重要である。

このような「地域にとっての関係人口をいかにつくるか」という社会課題に応えることを問題の

背景とし、地域の魅力に気づく手法としての「まちあるき」に着眼して、「大学生による地域価値共有のまちあるきプログラム」の開発を行うことを目的として、本研究はすすめられてきた。

本研究では、地域価値に目を向ける着眼点として、「SDGs」に着目をした。現在、SDGsは国家戦略にも位置づけられ、誰もが安心して住みやすい社会をつくり、環境においても経済・社会においても、「持続可能なまちづくり」を推進するために、SDGsは強力なエンジンとなっている。SDGsの目標とターゲットは、地域の未来づくりを考えていく指標であり、自治体の施策の方向を定めていくのに有効であるが、何よりも、市民一人一人がその推進主体となつてすすめていくことが、SDGsが掲げる「誰一人取り残さない」ためには必要である。そのためには、一人ひとりの「SDGsの自分事化」が大切である。

そこで、これからの社会づくりを支える基盤となる高校生・大学生という若年層に対して、「地域」をSDGsの目線から捉え、考えてもらうための地域価値共有プログラムのモデルづくりを行うこととした。

具体的には、いわゆる地域資源の価値を、SDGsの視点で捉え、その価値を共有するマップづくりを行う。そして、そのマップを使い、まちあるきして、そのポイントを巡りながら、地域に内在するSDGsの心や工夫を知り、SDGsへの意識とまちへの愛着を深める。

若者が参加しやすいよう、ゲーム性があり、チームでのコミュニケーションを促進する方法論も大学生が考え、参加者が、自分たちでルート構成しながら、主体的に地域の魅力を探索し、それぞれの発見(質的発見)を共有することで、地域の価値に気づき、その地域にもっと関わろうと思えるような思いが創り出せるまちあるきプログラムの開発を目指した。

この目的に応じたプログラムを開発し運用していくことが大きなねらいであるが、SDGsは「そこに関わり考えること」自体に意味があるということに着目し、このプログラムづくりを通して、彼ら若年層が、自分たちが関与した「地域資源」

の中にSDGsの視点を発見し、関係する地域の人との交流を生むことで、地域に興味関心を持ち、愛着形成の端緒とすることが、もう一つのねらいとなる。この活動の結果、地域に関与しようという気持ちが芽生えていくことが、地域にとっての関係人口増につながる。

本節では、この観点からの可能性について、検討する。

2-2. 実施体制

本研究の推進のため、「日野市×高校生×大学生」というチームを編成した。その背景について、次に説明する。

(1) 日野市について

本研究の実験フィールドの東京都日野市は、人口約18万人の東京近郊のベッドタウンである。水と緑のまちとして環境配慮を重視し、地域の自然や文化、コミュニティを楽しみながら、人類の共通の目標を実現する暮らしができる「SDGs未来都市」を目指している。

日野市は、「市民・企業・行政の対話を通じた生活・環境課題産業化で実現する生活価値(QOL)共創都市 日野」として、2019年に、東京都としては初めて「SDGs未来都市」に選定された。

日野市は、多摩川・浅川という二つの河川、丘陵など多様な地形要素からなる自然環境と工業や住宅地などの都市的環境が共存するまちであり、郊外型コンパクトシティの実現をめざしている。高度経済成長の過程で緑地や農地、水路は減少してきたが、その反省に立ち、水路を極力保全し、生物多様性の確保についても取り組んでいる。一方、急速な高齢化が予測されており、いかにまちを維持するかは大きな課題である同市では、東京郊外のベッドタウンとして発展する中で、地域の多様性を失ってきたことの反省に立ち、「地域価値」に目を向け、住民、企業、行政が連携し、対話を重視したまちづくりを行い、山積する生活課題を、ビジネス・産業の力を活用して解決していくまちづくりを考えている。このパートナーシッ

プというところにSDGsまちづくりのポイントがある。そして“緑・環境と共に生きるまち”“歩いて暮らせる安全・安心のまち”“賑わい・活力ある多世代共生のまち”を掲げ、「モノカルチャーのベッドタウン」から、暮らす人も働く人も高いQOLを享受できる「生活価値共創都市」の実現を目指して、「地域人材力」で暮らしの課題を住民自ら解決できるまちを目指している(日野市2019)。

(2) 高校生について

「これからの2030年が持続可能であるためにはどうしたらよいか」をテーマに、まちを自分から変えていきたい、と集まった高校生チーム(「ひのミラ」)と、大学生が交わる形での活動を行った。大学生にとっては、自分たち世代だけではなく、高校生と関わることで、自分たちの感覚や考え方を他者にわかりやすく説明する機会となる。また、SDGsについては、最近の考え方であるため、大学生よりも高校生の方がその感覚を身につけているということもある。

「ひのミラ(持続可能な日野の未来を創る高校生チーム)」は、(1)に述べた「SDGs未来都市」日野市の中に生まれた。SDGsを軸に、高校生視点で必要な取り組みを考え、チャレンジする有志チームである。「自分が住む身近な地域と大きな社会課題を結びつけていく」ことに興味がある高校生であれば誰でも参加できる、という学校横断型のプロジェクトである。2019年4月より日野市、日野台高校、日野青年会議所の3者が連携し、SDGs学習を地域で行う「持続可能な日野の未来を考える研究チーム」として試行的に立ち上がった。高校生と大人共に、地域にいいことを考えたり行動したりしながら、SDGsという共通のゴールを目標として学び合うプラットフォームとなっている。

まだ活動がスタートしてからの日は浅いが、下記のような活動実績が紹介されている(日野市2020)。

・Mind Change 消費行動から未来を変える

ことを目的として、商品選択意識について取り組む

- ・地域コミュニティをつくりたい！子どもからご高齢の方までが自由に過ごせる場所づくりに取り組む
- ・日野に移住者を増やしたい！日野に在勤在学している方の将来の移住可能性について調査する
- ・なんたまたまコットン 檜原村で育てられたオーガニックコットンの栽培をきっかけに、オーガニックの大切さを伝える

(3) 大学生チームについて

本実験に参加している学生は、ともに「地域」をフィールドに、暮らしと社会の豊かさを学んでいる。大学生は、その「地域」にとっては、たまたま関係を持つことになった人々である。彼らが、主体的に地域に関わるプログラムづくりに関与し、地域愛着形成の手法の開発に携わることで、地域への興味・関心を持つことができると考える。そして、そこで開発された手法を一般化することで、地域の関係人口の形成の方法を広げていくことができると考えた。ただし、彼らはSDGsについては、いわば初心者である。彼らが、上述のように、そもそもSDGsに関心を持っている日野市・高校生と組むことで、どのような発見をしていくかがポイントである。

プログラムは、このような特性を持つ「日野市×高校生×大学生」の3者が組んで、話し合いをしながら、新しいコトを形にしていくことが目指された。

2-3. 検討プロセスから

(1) すすめ方

SDGsは、「答えへのプロセスが書かれていない問題集のようなもの」であり、「プロセス」への参加すること自体が、価値あることである、とされている（蟹江2020）。

そこで、本プロジェクトに参加する高校生・大学生それぞれが、17の目標、169のターゲットに関して、興味あることを選び、そこから「持続可

能なまちづくり」について考え、「大人」サイドからの意見も交えながら、各自の空き時間など使い、その場所の「取材」（実際に人に会って話を聞く）をしていくなどして、取材記録をもとに、マッピングする、という方法を取ることにした。またCovid-19で活動が制限されたため、個別の活動となった。

ここまでの活動実績（予定含む）は以下のとおりである。

- ・2020年9月29日(火) 高校サイドでのミーティング
- ・2020年10月3日(土) 合同顔合わせ、問題意識の共有
- ・2020年10月31日(土) 合同ミーティング①
- ・2020年11月21日(土) 合同ミーティング②
- ・2020年12月19日(土) 合同ミーティング③

(2) 地域資源としての地ビールへの着目

日野市の地域資源価値に目を向ける方法として、大学生チームでは、日野の地ビールの「TOYODA BEER」に着目をした。

豊田ビールは、明治時代、現在の日野市（豊田地区）の山口平太夫氏によって製造された多摩地域最古のビールである。外国の文化をいち早く取り入れたいという進取の気風、また、日野は江戸の米どころと言われた土地であり、多摩川・浅川という二つの川が流れ、今日も生活の中に用水・湧水を有することを特徴とするように、「水と生きる」という暮らしが原点にあるということが、豊田ビールのルーツにはあると考えられる。それは、「SDGs6.6：山地、森林、湿地、河川、帯水層、湖沼を含む、水に関連する生態系の保護・回復を行う」「SDGs6.b：水と衛生に関わる分野の管理向上における地域コミュニティの参加を支援・強化する」といったSDGsターゲットに直結する地域資源である（外務省2020）。

2013（平成25）年に行われた発掘調査によって、当時のラベル・写真の乾板・ビール瓶の破片が発見されたことが、今日の豊田ビール復刻の

きっかけである。豊田ビールを復刻することで、日野の歴史、土地に内在する思いを紐解き、地域の活性化に繋げたいという考えから、豊田ビールを復興する「実行委員会」を募り、市民によるTOYODA BEERプロジェクトが始まった。わずかに残された情報を手がかりに手探りの中、地域への思いを共にするメンバーにより、2015（平成27）年7月26日に、復刻版豊田ビールの販売が開始された。現在の製造元は、山口家と縁戚関係にあった、東京・多摩の酒造メーカーの石川酒造である。

このTOYODA BEERは、「日野らしさ」を内包する「日野ブランド」といってもよい銘柄である。

TOYODA BEERには、地域の様々な思いが込められている。たとえば、現在販売されているピンは、明治時代、日野で作られ売られていたTOYODA BEERをそのまま再現し、ピンのラベルは当時のまま、味も当時のようなドイツスタイルとなっている。「TOYODA BEERプロジェクト実行委員会」が組織され、様々なステークホルダーのパートナーシップの中で、復刻された。地元農家は、当初から「日野産の大麦」を使って、このビール作りしたいという思いを抱き、何度かの失敗を重ねながら、現在では生産に成功し、「プレミアムトヨタビール」として、限定販売の商品化が実現している。日野産大麥は小学校の給食の麦茶に使われたり、冬の麦踏みは、市民や市内小学生の参加協力を得て行われているという。

“多摩地域最古”のTOYODA BEERは、地元のような歴史、こだわり、といろいろな人の繋がりが、そして、チャレンジ精神を感じさせる「地域資源」である。このビールを通して、日野と関わり、関係を深める可能性に満ちたツールである。地域愛着や環境への思いを創り出す恰好の地域資源であると考え、大学生によるプログラム開発の題材とした。

(3) 大学生の探求プロセスから

学生チームは、実践女子大学3年生4名である。

トヨタビールについて、「全く何も知らない」というところからスタートした。トヨタビールについて紹介された既存リーフレットの情報のみを頼りに、自分たちでリサーチをしてもらい、SDGsのメガネで、トヨタビールという地域資源をどのように価値づけできるのかを検討してもらうことにした。自分たちで、SDGs目線の価値を探すとすることに意味があるため、「SDGsの目標」だけを提示した。

学生たちは、まず、トヨタビール取扱い店舗を実際に歩いて回り、「トヨタビールとはどのようなものなのか」の実際を把握するところからはじめた。また、現在、豊田ビールを製造している工場にも足を向けた。

この学生たちが見出した、豊田ビールのSDGsによる価値づけは、以下のように報告されている。

〈豊田ビールとSDGsが関連すると思われる点〉

- ① プレミアム豊田ビールは日野産大麥100%で造られている
- ② 取扱店舗の中には日野産の野菜を使った料理を提供している所もある
⇒学生の視点：豊田ビールの扱っている店舗では、環境を意識した、地産地消のこだわりの店やその店主の思いに触れることができる。運送コスト軽減に配慮されており、地元野菜の取り扱いは地元への愛着が生まれる。地場産のものは美味しいと感じられて地域への愛着が湧く。歴史を感じながら飲むだけでも違う。
（【13-3】気候変動に効果的な対策を【15-2】【15-3】陸の豊かさを守ろうにつながる）
- ③ 豊田ビールの醸造所メーカーでは様々な方法でリユース・リサイクルを行っている
- ④ 豊田ビールは在庫状況を確認しつつ、順次製造しているためロスが少ない
⇒学生の視点：精米する際に出るぬかを入浴剤に使ったり、農業高校に提供したり、染め物に使ったり、漬物に使ったり、甘酒に使ったりなど、様々な工夫をしている。洗

瓶してリユースしている。そういう会社が作るものを食卓に取り入れることが、地元愛着にもつながるし、消費者の意識改革にもなる。

(【12-2】【12-3】【12-5】 つくる責任・つかう責任 の視点につながる)

- ⑤ 取扱店舗である BEER STAND TOYODA は、地元有志らによって空き家をリフォームしてできたお店である。

⇒学生の視点：空家をリフォームし、価値づけしたというところに、持続可能なインフラのあり方を見ている。また、この店舗が、地域の思いある人によって運営されているというところから、住み続けられるまちづくりの視点、またパートナーシップの姿を見出している。

(【9-1】【11-a】【12-4】【12-5】 が関連するとし、住み続けられるまちづくり、つくる責任・つかう責任、と関与し、パートナーシップで目標達成の視点につながる)

学生たちは、さらに、豊田ビールが持つ歴史的な意味あいについて、市の学芸員に話を伺う、また、日野産大麦の生産農家に行き話を伺うなどの取り組みへと展開している。

2-4. 考察

学生たちの報告を見る限り、SDGs 目線での解釈は、表層的であり、深い解釈には至っていない。学生の自主的な活動に対して、SDGs 目線で深掘りをするには、SDGs の内容をより深め、他所での活動なども参照しながら、自分たちが価値づけした内容がそれでよいのか、議論をしていくことが必要である。

しかしながら、議論をすること自身が、意味のある活動であると考えられる。議論の結果、地域価値をより深く捉えることができ、SDGs を自分事化することができる。そうした議論を経た活動の結果、地域資源を SDGs 目線で紹介するマップに仕上げ、それをもとにしながら、まちあるきを、楽しく、若者主体でゲーム性を持って行うこ

とができれば、外来の人にとっても、日野という町を、一過性ではなく、より深掘りして知ることになり、日野市への関係性を深めていくことになる、と考えられる。そして、その人なりの SDGs ストーリーが生まれていくことで、SDGs に主体的な市民意識の拡大につながる。

この方法は、日野市をフィールドとして行っているものであるが、こうした「地域ならではの品」は、各地に存在している。その価値を、地域価値共有のプログラムに活用する際に SDGs を絡めることの可能性が示唆される。

3. 当該地域外における検討

(1) まちあるき案のつくり方 1

そもそも行ったことも無く、特に興味も無く、知人や友人や親戚が住んでいる訳でも無く、京都のような全国区の観光資源が点在している場所でも無い場合、私たちは一体何を頼りに、その町のことを調べる動機を持てばいいのだろうか。

今回は当該地域外の大学生ということで、ある意味、関係人口とは最も遠いところに位置する代表として立ち会ってもらったことになった江戸川大学生(3年専門ゼミナール生7名)には、以下の手順で説明をしてマップづくりの検討に関わってもらったこととした。

- ・定住人口が減少している地域の活性化のために、関係人口を増やすという道があり得ること
- ・当該地域に興味を持ってもらう手段として、イベントの開催が考えられること
- ・イベントの1つとして「フォトロゲイニング」という手法があること
- ・フォトロゲイニングを実施するためにはイベントマップと当日運営が必要なこと
- ・イベントマップをつくるためには、地点を熟知し、コース設定をする必要があること

また地点を定める要素として、その地域の資源に着目して取り上げることが肝要であり、地域資

源には、「景観、営造物、地域イベントを含んだ歴史的・文化的産物、生活基盤、産業特性、社会関係資本」といったものが挙げられる旨伝えた。

さらに、ゲーミフィケーション（楽しく夢中になるためのしくみづくり）のために、ゲーム業界で基準とされている6要素「能動的参加・称賛演出・即時フィードバック・自己表現・成長の可視化・達成可能な目標設定」を紹介し、それに対応する場所を探すという方向性があることを伝えた（大陸新秩序2018）。

実践女子大および日野市側とは、上記2-3-(1)にあるスケジュールで定期的にフィードバックを行う予定になっていたので、まずネットで検索をさせてまち歩き案をつくって発表してもらった。

その結果、当然予想されたことではあったが、全員が「検索できて、興味を呼びそうで、ある程度判断できそうな物件」、すなわち「飲食店と公園と神社仏閣」のツアーコースを提案してくるに及んだ。もちろん「そんなインド料理店は全く知らなかったの、あとで行って見た」というポジティブな反応もあったが、この方法で、地域の価値として見出せてそれを共有できた喜びを得られた、というところまでたどり着くようには思えない。わざわざ当該地域外の人間が加わる必要性も感じられないし、その集積で課題提出が増加するようにも思われない。

そこで違う形のプランニングを試みることにした。

(2) まちあるき案のつくり方2

次の方法はこれとは逆に「どのように予想を裏切るか」ということを中心に捉えた手法である。

これはアートイベントによるプログラム事例で、東京藝術大学熊倉純子研究室の富塚絵美氏による「谷中妄想ツアー!!」（2009）を契機として、東京都および東京文化発信プロジェクト室とともに企画された「ぐるぐるヤ→ミ→プロジェクト」（2010-2013）で提案されている手法である。すなわち、参加型であるアートイベントへの参加の仕方を、料理に擬えて「レシピ」や「つくりかた」として紹介している。このイベントの解説書には

「ちらし寿司型」から「すきやき型」「流しそうめん型」「ぬか床型」「串バーベキュー型」「バーニャカウダー型」まで6つの「レシピ」が紹介されており、いかに「美しい妄想」を掻き立てるかが紹介されている。

こうした手法の力を借りつつ、いかに妄想、すなわち勝手な思い込みで突っ走って当該地域を扱うか、ということになる手法な訳だが、これも力のあるアートディレクターやパフォーマーありきの企画で、今年のようにオンラインの画面越しに「妄想せよ」とただ言っても、なかなか進捗はかばかしく無い状況に陥った。

また妄想するために費やすエネルギーは存外大きいようで、授業や作業の進行自体に亀裂が入りかねない状況に至って、当初の「ゲーミフィケーション」の手法に切り替える決断ができた。

(3) まちあるき案のつくり方3

ただし、ゲームプログラミングの開発のように、ゴールも「言語」も予算もハッキリしている作業では無いので（大陸新秩序2018）、ここでは「考えることが楽しい」状況になり、説明をする際に多くの人に理解と共感を得られやすそうな手法が望ましいだろう。

そこで今回は、テーマパークを場として考えてもらうこととした。すなわち、テーマパークで遊びながら過ごす状況を「まちあるき」に擬えて、まずテーマパークでの過ごし方を思い起こしてもらい、どんな場所で何のために何をしたのか、を記述してもらった。その後あらためて役割分担をしてテーマ設定をし、テーマに沿ってまとめ直してもらった（図1）。

今回は、「アトラクション」と「ランチ」「グッズ・キャラクター購入」「ショー・パレード・グリーティング」という4つの場面を想定して、パークでの過ごし方を具体的な店舗名やプログラム名とともに整理してもらった。「パークでのおすすめの過ごし方はこれです」ということを日野のみなさまに聞いていただいて、「このようなことができたり、このような感想・満足感を得られそうな場所は日野だとどこに当たりますか?」と

地域の価値共有プログラムの開発に関する考察

- 国土交通省 (2019), 関係人口に関する国土交通省の取組, 国土交通省ホームページ, (2020年11月25日取得, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/kankeijinkou/h31-3-25-shiryoku4.pdf>).
- 中島ゆき (2020), 自治体における「関係人口」取組みの現状と課題——“熱狂的ファン戦略”モデルの一考察——, 地域構想 (2).
- 下嶋聖・土屋薫・林香織 (2017), UAV画像を用いたオープンガーデンの見どころ情報発信の手法の開発——千葉県流山市を対象として——, レジャー・レクリエーション学会第47回学会大会, レジャー・レクリエーション研究, 第83号, 120-123.
- 総務省 (2020), モデル事業: 関係人口ポータルサイト, 総務省ホームページ, (2020年11月25日取得, <https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/discription/index.html>).
- 須賀由紀子・土屋薫 (2019), 大学生による地域の価値共有プログラムの実践, 地域活性学会第11回研究大会論文集, 111-114.
- 田中輝美 (2018), 地域の人々が関係人口をつくる, ガバナンス (202), 21-23.
- 大陸新秩序 (2018), ゲーミフィケーションが活用されている4つの事例が紹介された「eラーニングアワード2018フォーラム」のセッションをレポート, 4Gamer.net, (2020年9月20日取得, <https://www.4gamer.net/games/999/G999905/20181117014/>).
- 土屋薫 (2015), オープンガーデンにおける交換過程に関する考察——着地型観光における交流の構造把握に向けて, 江戸川大学紀要, 第25巻, 25-33.
- 土屋薫 (2010), レジャー志向性尺度によるセグメンテーションとアセスメントの妥当性に関する研究——千葉県流山市を事例として, 情報と社会, 37-42.
- 土屋薫・廣田有里 (2016), 着地型観光の環境整備に向けたAR技術による情報提供ツールの開発——流山市「本町」界隈における観光情報提供サービスを事例として——, 江戸川大学紀要, 第26号, 73-81.
- 土屋薫・須賀由紀子 (2018), 若者による地域の「見どころ」把握に関する基礎的研究, 江戸川大学紀要, 第28号, 327-335.
- 土屋薫・須賀由紀子 (2019), 地域を支える社会関係資本形成の仕組みの構築, 江戸川大学紀要, 第29号, 305-313.
- 土屋薫・須賀由紀子 (2020), 社会関係資本形成に向けたワークショップ技法に関する研究: まちあるきプログラムづくりにおける評定尺度抽出の検討, 江戸川大学社会学部紀要, 第30号, 365-374.