YOKOTE STUDIO

STUDIO ARCHIVE 2021

東北大学大学院工学研究科フィールドデザインセンター PBLデザインスタジオ

はじめに

社会学者のルイス・ワースは、「都市」を「大量・高密度・高異質的な人口からなる恒常的な定住」と定義しました。後半の「恒常的な定住」の部分が、都市を地理的・空間的な事象と位置付けています。その限定された空間に、大量に高密度に人々が居住しているのが「都市」です。しかし、ただ人数が多ければいいのではなく、「高異質的 heterogeneity」つまり多様な質を持った人々がいることが要件です。

交通や通信の技術の発達によって、今日の我々は必ずしも地理的や近接性に依存せずに、互いに関係しあうことができるようになりました。この脱地理的な人的ネットワークに含まれる人口を「関係人口」と呼ぶとすると、関係人口は居住人口を含む、より大きな集合だと言えます。

さまざまな理由から、居住人口だけでは都市の要件である高異質性を確保できなくなった地域は、定住の地理的要件を緩和し、対象人口を関係人口に拡大することで、「都市」であり続けようとします。

ではこの時、都市はどこにあり、市民とは誰のことでしょうか。

横手スタジオは、一義的には都市行政の政策立案に係るワークショップですが、その根底において、都市と市民の再定義に関わる問題に向き合おうとするものです。

FDCセンター長 本江 正茂

フィールドデザインセンターの「PBL デザインスタジオ」は、社会のフィールドに存在する、正解のない具体的な課題に取り組むデザイン・プロジェクトを遂行します。教員やメンターは一方的に教えるのではなく、プロジェクトの進行に応じて参加者が考えてきたことや制作物に対して批評やサジェスチョンをあたえ、時には同じ立場で課題解決に対して議論し、共に考えることで、参加者が「意地悪な問題」にアタックするために真に役に立つスキルやノウハウ、そしてマインドセットを身につけることを目標とします。

横手スタジオ2021テーマ

これからのまちづくり（地域課題解決）における応援人口のポジションと役割を考える

横手スタジオ 2021 では、横手市に居住しているわけではないが、横手市に継続的な関わりを保ち、その活動を積極的に応援する「応援人口」に注目します。

地方都市の地域課題解決に資する「応援人口」のあり方を構想し、それを実現する具体的な施策をデザインすることをめざします。

秋田県横手市の市役所で実際のまちづくりに従事する市職員と、さまざまな専攻分野の学生たちとで、共に実践的な市民活動のデザインを考えてみましょう。

秋田県横手市とは？

2005年10月に旧横手市平鹿郡の８市町村（横手市、増田町、平鹿町、雄物川町、大森町、十文字町、山内村、大雄村）の合併により、横手市は誕生しました。名物として、伝統行事のかまくらや横手やきそば、横手市増田まんが美術館等が全国的に有名です。

横手市の基礎知識

横手市は、秋田県の県南地域に位置しており、人口 85,555 人を有する秋田県第二の都市です。湯沢横手道路や秋田自動車道が通っており、秋田県における交通の要となっています。また、夏は暑く冬は雪が多い日本有数の豪雪地帯ですが、農業産出額は秋田県内第１位。あきたこまちを始めとする米やりんご、すいか、さくらんぼなどが特産品として生産されています。

基本データ

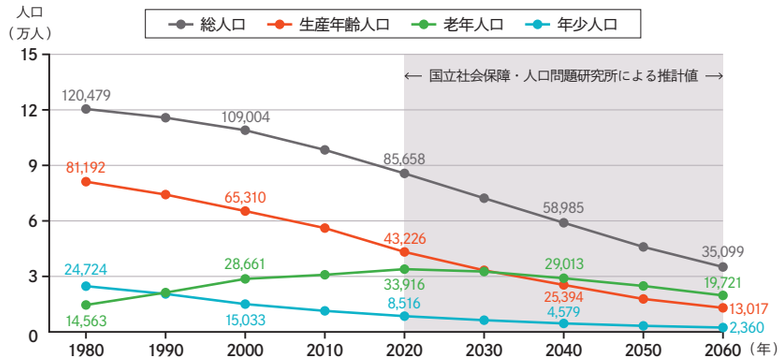
座標	：北緯39度18分49.4秒 / 東経140度33分59.8秒		
総面積	：692.80 km² *1	**人口**	：85,555人 *2
総世帯数	：31,109戸 *2	**人口密度**	：124人/km²
最高積雪深	：203cm/日 *3	**年平均気温**	：11.2℃ *4
平均日最高気温	：15.9℃ *4	**平均日最低気温**	：7.1℃ *4

*1 国土地理院面積調（2021年10月1日時点） *2 総務省国勢調査（2020年10月時点） *3 気象庁積雪の深さ一覧表（1979～2021年） *4 気象庁平年値（統計期間1991～2020年）

地域が抱える人口減少と高齢化の課題

横手市では、1990 年から老年人口（65 歳以上）と年少人口（0 ～ 14 歳）の逆転が始まっており、国立社会保障・人口問題研究所によると、2030 年頃には老年人口と生産年齢人口（15 ～ 64 歳）が同程度となると推測されています。生産年齢の居住者を増加させるために、まずは地域を応援してくれる活気のある人々とのつながりを生み出すことが重要です。

年齢３区分別人口推移



資料：～2010年 国勢調査，2020年～国立社会保障・人口問題研究所 日本の地域別将来推計人口（2018年3月30日公表）

PBLデザインスタジオ 横手スタジオ2021 基本情報

スケジュール

2021年 8月18日(水) オンライン／キックオフ
2021年 9月 1日(水) オンライン／宿題発表、チーム分け
2021年 9月16日(木) オンライン／エスキス1
2021年 9月29日(水) オンライン／エスキス2
2021年10月20日(水) オンライン／エスキス3
2021年11月 4日(木) オンライン／スタジオ内プレゼンテーション
2021年11月26日(金) 横手市役所／成果発表会

※上記スケジュールと並行し、チームごとにミーティングを実施しました。

実施場所

オンライン：オンライン会議システムZoomにて実施　**現地：**秋田県横手市役所

参加者

スタジオマスター

本江 正茂	東北大学大学院工学研究科	友渕 貴之	宮城大学事業構想学群 助教

学生メンバー

相場 希衣子	東北大学工学部	内山 拓人	宮城大学事業構想学群 3年
伊藤 雄飛	東北大学大学院工学研究科 1年	箭子 優羽	宮城大学事業構想群 1年
伊藤 江星	東北大学工学部 1年	山﨑 侃之介	宮城大学事業構想学群 1年
小泉 百花	東北大学工学部 1年	水口 竜一	東北大学工学部 4年（途中辞退）

横手市役所メンバー

糸井 文乃	まちづくり推進部文化振興課	鶴田 知子	農林部食農推進課
稲葉 拓己	商工観光部横手の魅力営業課	佐藤 綾	商工観光部商工労働課
柿崎 晴香	農林部農業振興課	佐藤 暢星	まちづくり推進部雄物川地域課
高橋 雄太	商工観光部観光おもてなし課	佐藤 良人	商工観光部横手の魅力営業課
土田 絵里加	財務部財政課	藤原 尚也	市民福祉部生活環境課

事務局（横手市役所）

稲川 顕	総務企画部経営企画課	遠藤 督士	まちづくり推進部地域づくり支援課
神原 広明	総務企画部経営企画課	加藤 勇幸	まちづくり推進部地域づくり支援課
鈴木 愛美	総務企画部経営企画課	佐々木 夏音	まちづくり推進部地域づくり支援課
森田 博範	総務企画部経営企画課	西川 可奈子	まちづくり推進部地域づくり支援課

DAY 1 ｜ 2021年8月18日

キックオフ、課題の確認、横手市の取り組みの共有

本スタジオでは、横手市の応援人口を増やす方法を探っていきます。初回では、横手市の基本情報や、これまでに行ってきた応援人口獲得のための様々な取り組みをご紹介いただき、これからアイデアを検討していくための基盤づくりを行いました。

プレゼンテーター

加藤 勇幸 さん　まちづくり推進部地域づくり支援課
稲葉 拓己 さん　商工観光部横手の魅力営業課
神原 広明 さん　総務企画部経営企画課
稲川 顕 さん　総務企画部経営企画課

「横手暮らしアクションチーム」

横手市では人口減少への対応として、市役所内の様々な部署からなる「横手暮らしアクションチーム」を結成。部署を超えた連携をしながら、移住・定住に関する情報紙「横手暮らしのススメ」等で情報発信をしています。求めている情報は人によって異なるからこそ、多様な視点からの支援が必要不可欠です。

応援人口獲得のための様々な取り組み

交流情報紙「よこて fun 通信」は年４回発行しており、2021 年には読者数が１万人を突破。市外に住んでいても心の重心は横手市にあり、横手市に有形無形の応援をしてくれる方を応援人口と位置付け、そのような方々との関係性の強化や維持を目的とし、情報の発信を行ってきました。

また、応援人口とギブアンドテイクができるような関係性を作りたいと考え「なべっこ遠足 in 東京」というイベントも実施。これは、首都圏在住の横手市出身者や、横手市の応援人口を対象に、横手自慢のおいしいものを囲んで、心のふるさと横手への想いを語り合い、自分なりの横手との関わり方を考えるイベントです。

他にも、応援人口と共に作り上げる物産展「リトルよこて」や、YouTubeでの情報発信など、応援人口獲得のための様々な事業を行っています。

横手市が今後求めていくこと

応援人口を育てることを目的とした「横手応援市民学校プロジェクト」の一環である「応援研究ゼミ」では、首都圏の横手出身者と、横手応援のための企画を検討する勉強会をこれまでに何度か実施してきました。授業後には、参加者自身に自分にできる応援方法を考えてもらうのですが、圧倒的に多いのがふるさと納税や横手産の農産物・特産物を購入するというもの。これももちろん直接的な応援ではありますが、欲を言えばもっと中に入り、顔の見えるような応援をしてもらえたら嬉しいですね。とは言え、まずはその前段階として、応援したい市民と応援してほしい横手市がつながる必要があると考えており、その方法を本スタジオで探っていきたいと考えています。

次回までの課題　横手市の応援人口を増やすための施策案をブレインストーミングとして１人７点以上考える。なるべく突飛で幅広い案であること。

DAY 2 ｜ 2021年9月1日

宿題発表、チーム分け

参加者が持ち寄った施策案を並べて投票を実施。ここでは、具体的なアイデアを決めるわけではなく、案を選んで絞り込んでいくことを繰り返しながら各参加者の思考や興味の方向性を探り出し、今後活動するチームの構成をおこなうデータをつくっていきます。

参加者それぞれが決勝で投票したアイデアの傾向を元に、興味の方向性が近い者同士が同じチームとなるようグルーピング。ここで出されたアイデアは、あくまでチーム分けのために使用されます。

1 回戦
得票3以上で勝ち抜け
1人20票まで投票可能

2 回戦
得票2以上で勝ち抜け
1人5票まで投票可能

準決勝
得票3以上で勝ち抜け
1人4票まで投票可能

決勝
1人3票まで投票可能
一押しの案には2点投票

最終選抜アイデア

冬期間ずっと見れるかまくら会場の整備
最強の融雪アイデアコンテスト
尊厳・承認欲求編・翔んで横手制作
日本一のバイオマス発電の街
ドライブインシアター（空き公共施設・駐車場の活用）
公務員の副業を解禁し、幅広い人材を行政に集める
横手の特産便ガチャ（ガチャガチャ感覚で横手を応援！）
よこてノアソビベースキャンプ（横手の自然×野遊び×防災）
グランピング＋地域の活動（地域活動への参加で宿泊料の割引等）
様々な工具が整備されており横手市産材料も活用できる DIY サポート拠点
よってこ横手（どこかへの移動途中に、必ず横手に寄ってしまうしくみなど）
公務員募集要項の「横手でやりたいことがある人」等の項目を削除する
市議会議員のうち、若手の男女や外国籍の方が各 2 名以上入るしくみ

＼こんなアイデアもありました／

横手の果物を使用したスイーツ通りを作る ／ 地酒グランプリ ／ お酒の飲み比べセットの販売 ／ 四季の風景コンテスト ／ いぶりがっことワインのセットを販売する ／ インスタ映えスポットの作成 ／ 夏に雪を楽しむイベントの開催 ／ 無人販売所商店街／用水路氷塊レース ／ 藁細工ワークショップ ／ 全国方言検定 ／ ご当地ナンバープレート（自動車用）／ 〇〇原画展 ／ オンラインお墓参り ／横手旬スタグラム（横手市の旬のものや情報を発信・共有し、市内外の人を巻き込んで応援人口に！）／「横手の困りごと×解決策」や「応援したい人×応援されたい人」のマッチング ／よこてあぐりびてぃ（観光閑散期に横手の農業を体験）／ 味噌作り体験→横手でなべっこ遠足（遠方の方はオンラインでも可）／ おためし横手（移住はハードルが高い人向けの短期間の移住プラン）／ 横手元気玉プロジェクト（横手×漫画愛）／横手ミニミニキャンパス（学びを地域で活用）／ 豪雪に強い最強の屋根・建物コンテスト ／ 横手 1% 戦略的移住計画（代替事業主を毎年 1 名募集し、地域循環型経済を強化）／ よこて 100 年ふるさと（会員になるとバッジを贈呈。サービスを受けられる仕組みを作り、毎年一回帰省と称して遊びにきてもらう）／ よこてがっこちゃっこ基地局 ／ 旧片野家を住み込みで改修（地域づくり×応援人口拠点として横手の日常と非日常を体験できる体験館を作る）／ あつまれ！よこてみんなのもり！（市民と応援人口で育てる町！舞台はゴウセツ地方ボンチ地区ヨコテシティ！）／ よこてメルマガ配信 ／ よこて観光マップ ／ よこてバーチャル観光ツアー ／ 横手市×秋田県出身 YouTuber（VTuber）コラボ配信 ／ 横手の縁探し ／ 横手御用聞きボランティア ／ 横手応援ポイント ／ YOKOTEacher：地域住民が、地域外の人向けの講座を色々実施する ／ かまくら横丁：雪が降る時期に自分でかまくらを作ったら、そのかまくらは飲食店でもギャラリーでも自由に使用して OK ／ 秋田〜横手の間だけ走る居酒屋列車 ／横手市内を循環している飲食 OK の観光バス ／ 横手痛風食い倒れツアー ／ 横手の宿やホテルには、必ずどこにでもワインクーラーとおちょこが用意されている ／ 横手特産品アレンジレシピ ／ 大学での横手応援ゼミ開講 ／ 交換留学 ／ 大河ドラマや朝ドラを呼ぶ ／ SNS で関係人口ネットワーク ／ 横手観光エキスパートと横手観光プランの作成 ／酒の醸造施設の大学や研究機関への貸し出し ／ アートかまくらコンテスト／ 横手アート大賞 ／ 横手おいしいもの研究会 ／ 特産品オーナー制度 ／ 空き家リノベーション ／ 観光地や自然をオンラインでお届け、特産品付きツアー ／ 酒蔵をオンラインでお届け、お酒付きツアー ／ 親子の交流行事の開催 ／ 地域の伝統行事等への参加促進 ／ 小学校でも減少傾向にあるスキー授業（かまくら作り、雪合戦）を PTA 協力の体制強化で実施 ／ 発酵食品（味噌、醤油、麹等）を利用したお菓子コンテストの規模拡大

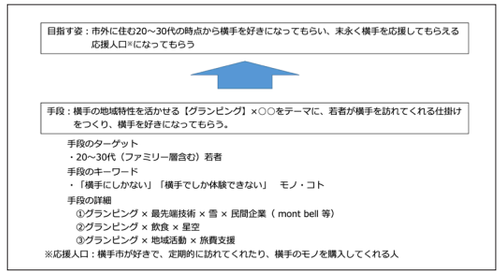
／こんなアイデアもありました＼

次回までの課題　グループごとに、画期的な「横手応援人口拡大施策」を具体的に企画提案する。皆で批評できるよう資料を用意すること。

DAY 3 ｜ 2021年9月16日

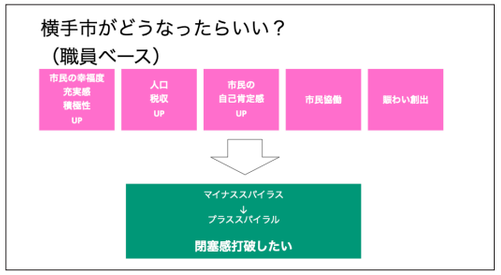
エスキス 1

どのような目標を達成するために、施策を検討するのか。まずはチームごとに検討したアイデアの方向性を発表。「応援人口を増やす」という 1 つのテーマに対して、まだ荒削りではありますが、チームごとに特色のある案が出揃いました。



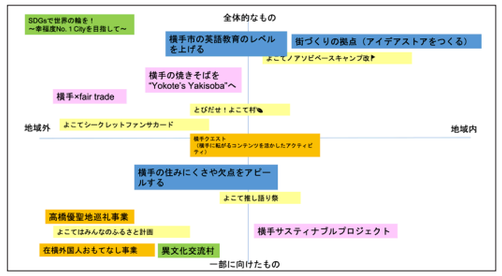
Team A 伊藤（江） 内山 佐藤（暢） 佐藤（良）

チーム A は、若い市外の方々が横手との関わりを持ち、ファンになってもらうことを目標に設定。そこで「横手にしかない」「横手でしか体験できない」ものを用意したいと考え、「グランピング×○○」をテーマにアイデアを検討しています。



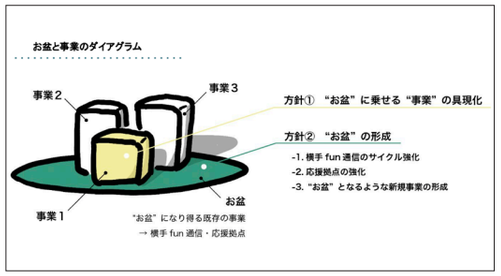
Team B 相場 水口 土田 藤原

若者が増えてほしいという観点から、施策のターゲットを労働人口とすることに。また、閉塞感がなくなれば気後れせず何かができるのではないかという意見から、一歩踏み出しやすい市を目指すという目標を設定しました。



Team C 山﨑 小泉 糸井 柿崎 佐藤（綾）

外国人や若者をターゲットとし「日本といえば横手だ」と思ってもらえ、更に横手市民も巻き込む事業が目標です。まずは事業のアイデア出しを行い、横軸に地域内外、縦軸に範囲のターゲットを示した図にマッピングをしました。



Team D 伊藤（雄） 箭子 鶴田 高橋 稲葉

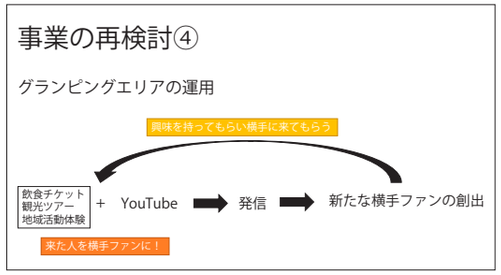
応援人口を増やすのではなく関係を深めることに着目して、まずは既存 8 事業のチャート分析を行い、その結果からお盆と事業のダイアグラムを作成。今回はこれを元に、様々な事業の基盤となるお盆の形成を目指すこととなりました。

次回までの課題　議論と並行してリサーチも行い、自分たちのアイデアを鍛えるためのデータを得ながら、それらをベースに案を具体化していく。

DAY 4 ｜ 2021年9月29日

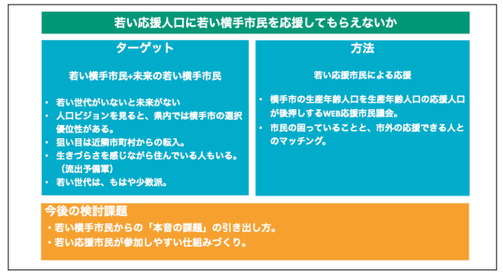
エスキス 2

前回のエスキスを踏まえて、できるだけ具体的なアクションや企画への落とし込みにトライ。しかしながら、まだアイデアの抽象度が高いことから、言葉だけでなくイラストや映像などを用いて、チーム内でのビジョンを共有してはどうかとのアドバイスがなされました。



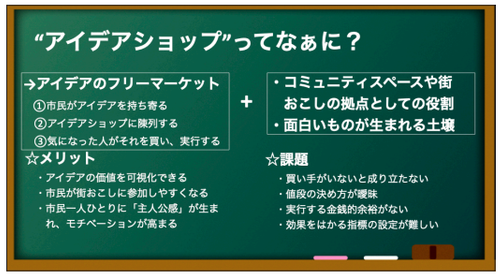
Team A 伊藤（江） 内山 佐藤（暢） 佐藤（良）

横手との関係を深めてもらうための入り口やきっかけとなる事業を目標に、グランピングに加えて YouTuber 体験ができる企画を検討。この体験を通じ、横手の魅力を深く感じてもらうことができるのではないかと考えています。



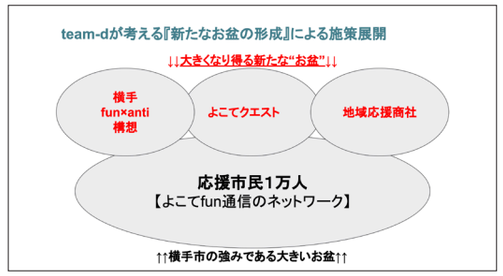
Team B 相場 水口 土田 藤原

「横手応援！本音議会」づくりをテーマに施策を検討。閉塞感を打破するため、応援人口に若い横手市民を応援してもらうための Web 市民会議の開催や、市外に住む応援市民の意見が通りやすくなるしくみはどうかと考えています。



Team C 山﨑 小泉 糸井 柿崎 佐藤（綾）

まず自分達が熱狂することで、外部の方に「気になってもらうこと」で「応援される」のではないかという気づきから、自分の意見（アイデア）を発信できたり、購入できる場として「アイデアショップ」という案に至りました。



Team D 伊藤（雄） 箭子 鶴田 高橋 稲葉

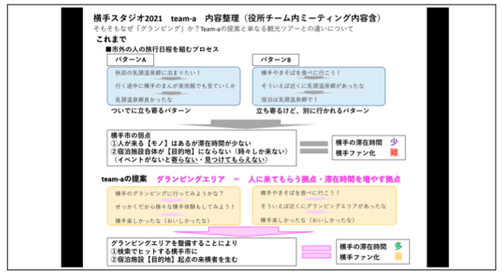
応援とは何かなどをチーム内で再度議論。そこでやはりお盆に着目して施策を展開したいと考え、今後新たに大きなお盆になり得るであろう「横手 fun × anti 構想」「よこてクエスト」「地域応援商社」という 3 つの施策を考えました。

次回までの課題　アイデアをより具体的なものにする。思い切り抽象的なものと具体的なものを比較しながらアイデアを詰める。

DAY 5 ｜ 2021年10月20日

エスキス 3

徐々に施策が具体的になりつつ、更に新たなアイデアの創出も見られますが、横手らしさやチームならではの強みがまだ弱い様子。次週のプレゼンテーションに向けて、まだまだ試行錯誤が続きます。



*横手らしさ*を

グランピング内 (例えば夜ご飯を横手焼きそばにする、)

グランピング外 (例えばグランピングと増田の蔵ツアーをくっつけるとか)

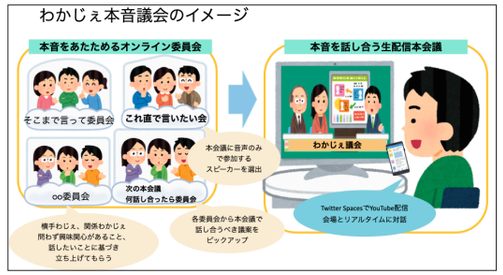
のどちらに演出するのが良いでしょうか…

【備考】
・グランピングの稼働期間は春～秋、ウインターシーズンは撤去。
(ただし冬の期間にグランピングを開催している事例は存在しているためやろうと思えば不可能ではないかも)
・テント素材のため、残念ながら当初見込んでいた横手の冬は耐えれず、毎春設営・毎秋撤収

Team A　伊藤（江）　内山　佐藤（暢）　佐藤（良）

グランピングには、人々が訪れるだけでなく、滞在時間を増やす拠点となる可能性があります。これまでは、横手市はついでに立ち寄る場所という印象でしたが、グランピングエリアを設けることで、宿泊施設（目的地）起点の来訪者を生むことができると考えました。ただ、グランピングエリアの設置場所や、設置に係る費用等の検討を行ったものの、依然として横手らしさが弱いことがネックとなっています。

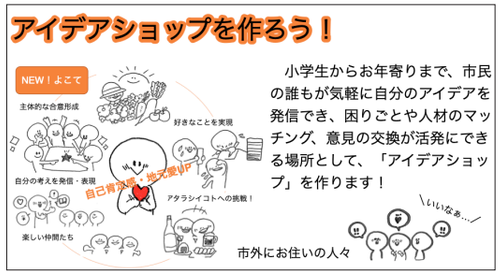
グランピングを実施することのストーリーはよく分かりました。横手らしさを出すにはどのようなことができるでしょう？ 20 ～ 30 代の恋人や女性同士をターゲットとしているのであれば、そのような客層に喜ばれる横手の売りは何かを考えてみても良いかもしれません。（本江）



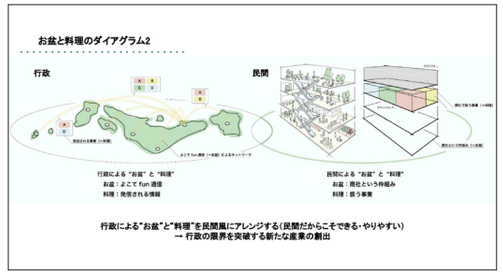
Team B　相場　土田　藤原

「横手応援 わかじぇ本音議会」を企画しました。（「わかじぇ」とは、秋田弁で働き盛り世代、若くやる気のある人たちのこと（≒生産年齢人口））「本音をあたためるオンライン委員会」は「わかじぇ」たちが繋がって横手に関する本音やアイデアを話し合うオンラインサロン。「本音を話し合う生配信本会議」は、オンライン委員会から出された議題について、視聴者、議員、「わかじぇ」が議論をする場です。

テーマの策定や、会議としての進行の仕方を具体化しても良いかもしれません。地域コミュニティに議論の経験が乏しいのであれば、その進め方は尚更検討する必要があるでしょう。また、ただのオンライン掲示板や会議ではないという、特徴や独自色を明確にできると良いですね。（本江）



小学生からお年寄りまで、市民の誰もが気軽に自分のアイデアを発信でき、困りごとや人材のマッチング、意見の交換が活発にできる場所として、「アイデアショップ」を作ります！



Team C　山﨑　小泉　糸井　柿崎　佐藤（綾）

「横手市ならチャレンジできそう！」と思ってもらえることを目指し、「アイデアショップ」を企画。これは、小学生からお年寄りまで、誰もが気軽に自分のアイデアを発信でき、横手市のために自分がアイデアを出すという経験をできる場です。アイデアを売買することで得られる報酬以上に、アイデアを出すことへの価値を見出してもらえるしくみを作り出し、アイデアの 6 次産業拠点となることを目指します。

自分のアイデアや思いつきを買ってもらえるという仕組みは面白いが、なにがきっかけでアイデアは購入されるのだろう？もしもアイデアの売買が一番の目玉ではないとすると、アイデアを出せる場、出したくなる場がどんなしつらえなのかを検討したほうが良いかもしれませんね。（本江）

横手発！『応援人口産業』の創出を目指して

項目	行政（横手市役所）	民間企業
対　象	横手市民	お客様
目　的	社会全体への奉仕（憲法で規定） ※横手市経営理念：幸せな地域社会の実現	営利目的の経済活動 ※顧客の満足＝企業の利益・社員の利益
業務内容	住民福祉の向上に係る事業	商品やサービスなどの提供事業
事業範囲	独占市場（限定的）	競争市場（∞）
顧客選択性	選ばれる・選べない	選ばれる・選べる
費用負担	税金・保険料・使用料	サービスを得る者が負担

行政は、民間では供給されないサービスを提供する。「全体最適」が基本であり、対象者には広く開知し公平な事業を行う。
国で主導した優良（？）事例ばっかりさと納税ですが、いつまで継続するのか、制度が変わるのか不明　…。

→これまでのteam-dでの応援人口施策分析から…『対象範囲が広い』＝『関りの度合いが低い』≒行政
逆に、集中と選択による事業は『対象範囲が狭い』が『応援度・各種効果・関係性が高い』傾向。

目的や対象を明確にして継続的な『利益』の見える化が必要.利益の創出＝民間企業

行政の限界を突破し横手から創造する新たな応援人口産業『令和版三方良し産業』

Team D　伊藤（雄）　箭子　鶴田　高橋　稲葉

前回から引き続き、基盤となるお盆と、そこにのせる事業の具現化を方針としてアイデアを検討。横手市役所の場合は、「よこて fun 通信」がお盆、発信される情報が料理となりますが、今回は地域応援商社という企業的なお盆を用いて、行政の限界を突破する新たな産業を創出することが目標です。目的や対象を明確にし「令和版三方良し産業」を創出したいと考えています。

誰がお金を払ってくれて売り上げが立つ商社なのでしょうか？また、様々な事業の実施が想定されているようですが、やらない事業はあるのか？何が事業の核となるのでしょうか？プラットフォームの提案は、なんでもありになりがち。軸をはっきりさせたほうが良いでしょう。（本江）

次回までの課題　プレゼンテーションに向けてアイデアをブラッシュアップする。初めて見る人にも伝わるような見せ方ができるようにまとめる。

DAY 6 ｜ 2021年11月4日

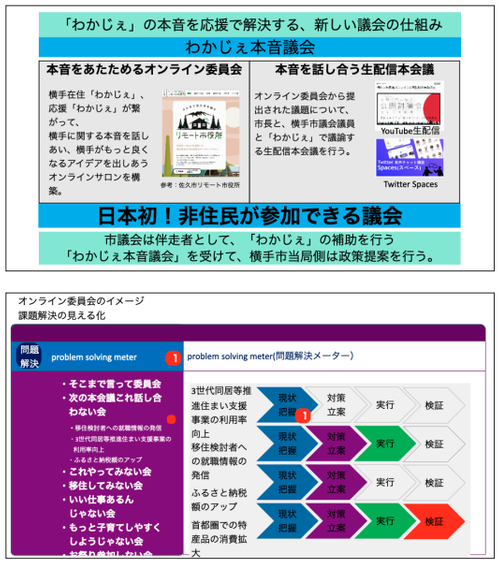
スタジオ内プレゼンテーション

これまで検討してきた施策について、各チーム４分で立案の背景から丁寧に説明。発表後には少人数のグループに分かれてフィードバックを行い、施策やプレゼンテーションの磨き上げを行いました。

Team A 伊藤（江） 内山 佐藤（暢） 佐藤（良）

「横手満喫グランピング」

横手市を末長く応援してくれる人口を創出するため、まずは横手市へ訪れる人を増やし、魅力を体験してもらうことに加え、横手市自体を知っている人を増やすことが重要です。そこで、グランピングという単語の検索率がここ２年で約５倍に増えていることから、横手市でもこれを実施することで検索でヒットしやすくなり、横手市を知っている人を増やせるのではないかと考えました。また、グランピングエリアは滞在時間を増やす拠点となることも着目した理由の一つです。尚、施設整備場所は市内温泉施設 BBQ エリア、運営主体はその施設を運営している民間事業者を想定しています。



Team B 相場 土田 藤原

「横手応援わかじぇ本音議会」

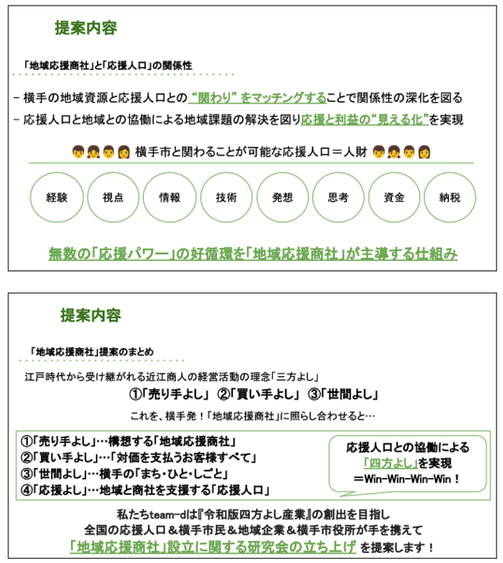
横手市外にいる関係「わかじぇ」は、横手の今に興味があり、横手に住んでいなくても力になりたい、関わりしろがほしいという本音を持っています。しかしながら、横手を支えていながら投票権も発言権も有していません。そこで、関係「わかじぇ」は未来の在住「わかじぇ」予備軍であると仮定し、彼らに向けた「横手応援わかじぇ本音議会」を検討しました。

議会のしくみはオーソドックスですが、非住民が参加できる議会であることが施策のポイントです。更に、施策ごとの問題解決メーターで進行状況を公開することで、参加者のモチベーションアップにつながると考えています。

Team C 山﨑 小泉 糸井 柿崎 佐藤（綾）

アイデアスペース「HOGEL」

市民の自己肯定感が高く、横手市を誇りに思える環境を作るために、市民のアイデアを地域課題の解決に繋げられないかと考えました。まずは市民が横手市に熱狂することで、外の人々にそれが伝わり、新たなファンの創出につながるという流れを想定しています。今回企画したアイデアスペース「HOGEL」が目指すのは、アイデアの６次産業拠点です。誰かがアイデアを持ってきたら、それを良いと思う人が実行したり世の中に売り出すという場所です。また、アイデアを軸にした交流拠点となることで、会社や学校以外でのコミュニティの場として市民に活用してもらえると考えています。



Team D 伊藤（雄） 箭子 鶴田 高橋 稲葉

「横手発！地域“応援”商社」

応援人口との関わりの深化や関わりしろの拡大にフォーカスし、基盤となるお盆を軸に様々な事業が展開されていくという方針を掲げ、応援人口と地域産業の関わりを創造する、横手発の「地域応援商社」というアイデアに至りました。

地域応援商社の目標は、応援人口との関係性強化と地域課題の解決を組み込み、地域と応援人口の関わりしろの創出です。直接課題を解決するだけでなく、横手の応援資源と応援人口との“関わり”をマッチングすることで、関係性の深化を図っています。また、地域応援商社の設立によって、応援人口との協働による「四方よし」産業の創出を目指します。

次回までの課題　横手市役所での成果発表会に向けて、発表資料や内容を改めて整理する。

DAY 7 ｜ 2021年11月26日

成果発表会

最終成果発表会は、横手市役所にて対面形式で実施。30名近くの市役所職員や議員の方にお集まりいただき、これまでには得られなかった様々な視点からの質問や意見が投げかけられました。

Team A

横手の自然をグラマラスに堪能できる滞在型拠点で横手ファンを増やそう！

伊藤 江星
内山 拓人
佐藤 暢星
佐藤 良人

チームAでは、多くの横手ファンがスタンドから応援してくれているスタジアムのような状態を、理想の応援人口のあり方と設定。また、市がしてほしいことを求めたり応援の対象を限定するのではなく、横手ファンが市が持っている魅力から何かを感じて受け取ってもらえることがベストであり、様々な形で応援をしてもらえる関係こそが重要であると考えました。

こういった背景から、まずはファンそのものを増やすことが関係深化の第一歩となると考え、横手を知って来てもらい、満喫してもらうきっかけづくりとして「グランピング」案を検討。横手が抱える課題として、人が訪れる場所はあるものの滞在時間が短かったり、目玉となる宿泊施設が少ないことが挙げられます。そこで、宿泊場所を起点に旅行計画を立てる来訪者の増加や、ウェブでの検索ヒット率向上が期待できる「グランピング」エリアの整備を企画。エリア内だけでなく、周辺の観光資源等と協働することで、より深く横手を知ってもらいたいと考えています。

Q1 グランピングは冬期も営業できますか？

A1 長野県や北海道での冬期営業の事例から、横手でも可能だと考えています。

Q2 グランピング利用者は年間1750人程度見込まれるとのことですが、それはファンの人数としては多いのでしょうか？少ないのでしょうか？

A2 よこてfun通信の購読者が1万人。1750人とはその約5分の1であることから、決して少なくはありません。ファンになってもらうために、まずはグランピングというキーワードで横手を検索してもらう機会を増やしたいと考えています。

Team B

横手応援わかじぇ本音議会

相場 希衣子
土田 絵里加
藤原 尚也

生産年齢人口が減少傾向にあることから、彼ら「わかじぇ」に向けた施策を検討。現在の横手が抱える課題を考えた際に「わかじぇ」に漂う閉塞感や息苦しさがその1つではないかという意見が出ました。横手市では、2035年頃には老齢人口が生産年齢人口を上回るとも言われており、少数派である「わかじぇ」は、今後ますます意見が通りにくくなる可能性があります。

そこで、応援人口の力を借りられないかと考えました。横手市には、よこてfun通信の購読者として既に1万人の応援人口がおり、その中には生産年齢人口の読者、つまり「応援わかじぇ」がいます。「応援わかじぇ」は、横手に住んでいなくても何らかのかかわりしろがほしいと感じていると予想し、「わかじぇ本音会議」という「日本初の非住民が参加できる議会」を開催してはどうかと考えました。

議会は「本音を温めるオンライン委員会」と「本音を話し合う生配信会議」という2つの会議で構成。オンライン委員会では、興味関心があることや話し合いたいことに基づいて自由に部会を立ち上げることが可能です。更に、ここで生まれた議案のうち重要だと判断されたものは、生配信会議で市議会議員を交えて議論されるというしくみです。この議会の開催を通じて「わかじぇ」と市の関係の深化を応援したいと考えています。

Q1 オンラインだけでなく実際に横手へ訪れてもらえるしくみがあると尚良いですね。

A1 SNSなどのオンラインで気軽にやりとりができ、相互につながることのできるプラットフォームを活用したいと考えています。これによってお祭り参加の会など、ハードルの低い集まりを突発的に開催しやすくなるのではないでしょうか。

Q2 議会をジャックするくらいでも良いと思います！ただ、参加人数が増えすぎると管理が難しそうですが、それをまとめるリーダーはどのように決めるのでしょうか？

A2 開始時は市役所職員の参加を想定しており、各委員会の活動が盛り上がってきたら、その中の応援市民からリーダーを指名することができればと考えています。

Q3 （意見）18歳のときに横手に残る選択をした方は、その後も色々な活動にとても力になってくれますが、外に出た人はあまり積極的ではない印象があります。例えば、18歳で横手に残った方々にフォーカスして議会のあり方を再考してみると、横手の現状の全体像を掴めるのではないでしょうか。

Team C

よこて市民熱狂 アイデアスペース「HOGEL」

小泉 百花
山﨑 侃之介
糸井 文乃
柿崎 晴香
佐藤 綾

横手市の応援人口を増やすという課題に対して市の現状把握と議論を行ったところ、閉塞感があり、自分の意見を言わないという市民性があるとの意見が。このことから、市民の地元愛や自己肯定感が低いのではないかという考えに至り、まずは横市民自身が様々なことに熱狂しその熱を外へ波及させることが、応援人口増加の糸口になると考えました。

そこで、横手市民が自分の好きなことを実現できたり、意見や想いを発信・表現できるアイデアスペース「HOGEL（＝ほげる*）」を企画。「HOGEL」では自分の考えたアイデアを掲示したり、希望者は購入も可能とすることで「そんなアイデアもあったのか！」と、誰もがアイデアを出しやすい環境づくりや、アイデアの六次産業拠点の創出を目指しています。更に、特別イベントとして年に１回アイデアオブザイヤーを選出。地域企業などがベストアイデアを決定し、その実現や実行者とのマッチング、資金提供などのサポートを行うなどすれば、若者と企業とのつながりが生まれ、結果として横手市における若者の人口増加が促進される可能性があります。このように、「HOGEL」を中心とした様々な取り組みによって、多様なアイデアが町のあちこちに溢れ、自由にチャレンジできる風土を醸成することが本施策の目標です。

* **ほげる**：春に花が芽を出す、子供たちが嬉しくて飛び跳ねるなどの意味を持つ横手の方言。

Q1 市民活動に参加する方は限られていますが、一市民と会って話をしてみると、皆さんそれぞれに思っていることや考えていることがあります。声が大きかったり目立つ方だけでなく、あまり表に出てこない方々のアイデアをすくい上げる方法が考えられると良いかもしれませんね。

A1 ご指摘の通り、参加者が固定してしまうことが懸念事項でした。ただ、目立たない市民を巻き込むために、あえて種火として声の大きな方に動いてもらい、彼らから出たアイデアをスペースに掲示することで、声の小さい方でも意見や考えを伝えられる場になるのではないかと考えています。

Team D

横手発！地域応援商社

伊藤 雄飛
箭子 優羽
稲葉 拓己
高橋 雄太
鶴田 知子

チームＤは、応援人口を増やすのではなく、関係を深めること、すなわち関わりしろの拡大に着目。事業を料理、それを支える基盤事業をお盆とみなした「お盆と料理のダイアグラム」を作成し、よこて fun 通信のサイクル強化や基盤となり得る新規事業の創出などの「お盆の形成」を方針に定め、施策の検討を行いました。

まずは、横手市がこれまでに実施した８事業（よこて fun 通信、なべっこ遠足 in 東京 等）と、他地域で長期的に実施されている 11 事業（みんなの鹿角家づくり／秋田県鹿角市、おむすびとプロジェクト／秋田県羽後町 等）を比較・分析。この結果、横手市は他地域に比べて外への発信効果がやや低いが、事業への関わりやすさは高いことが分かりました。更に施策を検討するなかで、行政だけでなく民間との関わりが重要であるという気づきから、応援人口も関わる新たな地域産業「地域応援商社」という案に至りました。

従来の地域商社は、地域の資源や産業を市場・消費者につなげることが中心であったのに対し、「地域応援商社」は更に応援人口や地域課題に対するビジネスを行うことで、地域と応援人口との関わりしろを創出。応援人口との関係性の深化や応援の見える化、ギブアンドテイクの関係構築、関係性の持続など、様々な効果が期待されるほか、応援人口との協働による「四方よし（売り手よし、買い手よし、世間よし、応援よし）」が実現できるのではないでしょうか。

本施策の実施にあたり、まずは他地域の事例調査やより詳細な企画立案を目的とした、「地域応援商社」研究会を立ち上げたいと考えています。

Q1 どんな経営形態を想定していますか？また、他地域の成功例を教えてください。

A1 立ち上げには行政が関与し、ゆくゆくは民間のみでの運営を考えています。他地域の事例としては、例えば宮崎県新富町の「こゆ財団」は、役場職員が出向して民間の方と一緒にプロジェクトを進めているそうです。本案を実現させるためには、とりまとめを担う人材やその育成が重要であると感じており、今後は成功及び失敗事例を更に探っていきたいと考えています。

総 評

総務省が「関係人口」を提唱する以前から、横手市では「応援人口」の創出・拡大に取り組んできました。平成27年度の取組開始から数年が経過し、更にコロナ禍という新たな局面の中で、今後の横手市応援人口施策を改めて再検討する時期に来ていると感じていた折に、横手市とご縁のある本江先生にご相談したところ、この共同研究について快くご快諾をいただきました。

横手市役所内で部局横断で応援人口施策に取り組む「横手暮らしアクションチーム」の枠組みの中で若手職員有志を募り、仙台在住の大学生と合同チームを組んで侃々諤々の議論を行いました。残念ながら施策立案まではたどり着けませんでしたが、大学生の皆さんの意欲的な姿を目の当たりにして横手市の応援人口施策に対する明るい将来性を感じたところです。

このスタジオを通じて、我々にも多くの気付きがありました。参加した市職員にとっても、このように大学生と一緒になってオンラインを活用し様々なディスカッションを重ねていく経験は、本当に貴重な財産になったものと思います。

今回得られた様々な視点を基に、応援人口の存在が市民の良きパートナーとなり、様々な分野での地域課題の解決に応援人口が関わってくれる流れを作りながら、持続可能なまちづくりについて一緒に考えていくような関係性の構築を目指して取組を続けていきたいと思います。（横手市役所地域づくり支援課）

スタジオを進めるなかで、応援人口の「増加」ではなく、「深化」というキーワードが出てきました。当初は、どうしたら応援人口を増やせるかを考えていましたが、横手市の内部にどうやら課題があるのだということが徐々に明らかになり、増やすことよりも今の関係を深めることが大切だという解になってきました。デザインとは、課題を解決するものと思われがちですが、実際は解決案を考えれば考えるほど新しい課題が出てくるもの。今回のように、解決案を考えながら課題そのものを更新していく必要があるのだと心に留めながら、“応援される横手になる”にはどうすれば良いか、引き続き検討してみてください。（本江）

横手市役所内の若い方々が、何かわくわくすることを考え、新たに実行したいのだろうという印象を受けました。また、世代交代をする方法を探っているのも印象的です。そのためには、現在の地域や仕事の中で、自分たちが主体的にするための関わりしろをどのように作るかが重要だと思います。今の「わかじぇ」は、前の世代がやってきたことをどのように継続したり、対応したりすることを考えることが多いのでしょう。だからこそ「何かやりたい！」と思うのかもしれません。こうした人々の意思を踏まえて、実現していくための環境をどのようにつくっていくのかということを考えて続けてもらいたいなと思います。（友渕）

参加者の声

施策を作る際に、横手市の将来ビジョンを具体的に考えることで自ずと行うべきことが見えてくるのだと感じました。またグループごとに異なるアプローチで施策を考えており、個性が感じられて興味深かったです。

横手の魅力を再発見すると同時に、横手の抱える課題や置かれている状況を再確認することができました。

1人の応援人口として、これからも横手に関わっていきたいと考えています。

また機会があれば、なにか自分にできることをしたいなと改めて感じました。

チーム内での意見交換や話し合いを通して、「今生じている問題を解決したら次起きそうな問題は何なのか」や「一時的な効果は見られても長期的に考えるとどうなのか」等を考えることで、徐々に考えを深める方法について学ぶことができました。

私が参加したチームのメンバーは面白い方ばかりで、毎回のミーティングも、発表も、発表の翌日に行った横手視察もとても楽しく行うことができました。

横手市の皆さんと一緒に地域の現状を知り、解決策を探っていく過程で、どんな関係人口としての在り方が地域をより良くするのかを考えることができました。

街並みを見学して建築の観点からも多くの学びが得られ、今後に活かすことができると感じました。

大学の講義では味わうことのできないリアルなまちづくりを体験すると共に、市役所の方の街への想いを感じることができ非常に有意義な時間となりました。

おわりに

2020 年に始まった新型コロナウィルスの感染拡大。人に会うこと、話すこと、触れ合うこと、つまり人と関係すること自体が感染リスクになるとして、人々は行動を大きく抑制しました。

このスタジオも、いつもなら、繰り返し現場を訪れ、たくさんの人々の話を聞き、チームで膝を突き合わせつつ、口角泡を飛ばして激論しながら提案をまとめあげていくデザインスタジオになるはずのものでしたが、全面的にオンラインでの開催となりました。

時間を合わせたリアルタイムでの議論には Zoom を、メッセージやメモのやりとりを非同期で行うのには Slack を、それぞれ活用しながらのデザインプロセスは、はじめこそややぎこちないものでしたが、すぐに慣れて、実質的なものになっていきました。

メディアを介して議論を進めるこうしたデザインプロセス自体が、地理的な居住人口から脱地理的な関係人口へ、とりわけ能動的な応援人口へと、新しい市民のあり方を再定義しようとする現代都市が直面する問題のプロトタイプになっていたように思います。

応援人口を増やすためには、応援人口との関係を深化させるためには、何よりもまず応援されるにたる横手市にならなくてはならないという気づきをもとに、構想できたユニークな提案をさらに練り上げて具体的な社会実装へと繋いでいくことができれば素晴らしいなと思います。

そして同時に、その奥底にあって未来社会のあり方を揺さぶる問いを見据え続けることが必要です。

来るべき社会において、都市はどこにあり、市民とは誰のことでしょうか。

FDCセンター長 本江 正茂

東北大学大学院工学研究科フィールドデザインセンター
PBL デザインスタジオ 横手スタジオ

YOKOTE STUDIO ARCHIVE 2021

[発行日]
2022 年 3 月

[発行元]
東北大学大学院工学研究科フィールドデザインセンター

[監修]
本江 正茂（東北大学大学院工学研究科都市・建築学専攻）

[編集・デザイン]
小野寺 志乃（FabLab SENDAI - FLAT）

東北大学大学院工学研究科フィールドデザインセンター主催 PBL デザインスタジオは、「文部科学省次世代アントレプレナー育成事業 EDGE-NEXT プログラム EARTH on EDGE」の一環として実施されました。

EARTH on EDGE