



### *Special Thanks*

金川さん、三島さん、船越さん、Doスポーツの皆さん、  
農家の小林さん、古民家沙々樹の佐々木さん、久留馬繁さん、  
筒井洋志さん、日野町役場の皆様、日野町議会の皆様、  
日野町民の皆様、鳥取県庁の皆様、小林誉明先生、青晴海先生、  
日野町地域おこし協力隊の皆様、お世話になった皆様

# 日野町魅力化プロジェクト2018 実施報告書

2018.8.20(月)～8.22(水)  
鳥取県日野郡日野町

【報告書記録作成】

東京富士大学「企業ビジネス研究同好会」  
一般社団法人 IGOコミュニケーションズ  
一般財団法人 日本総合研究所

2018年9月30日発行

東京富士大学「企業ビジネス研究同好会」  
一般財団法人 日本総合研究所

# CONTENTS

ご挨拶	東京富士大学 准教授 渡辺 泰宏	1
写真レポート		2
I. ABOUT THE PROJECT		
主催者からのメッセージ	プロジェクト実行委員長 中山 法貴	4
プロジェクト実施概要		6
II. PRESENTATION		
TEAM A	PRにおける課題と解決策—若者の目線から—	8
TEAM B	農業×IT “愛菜(マナ)イチバ”から好循環を生み出す	11
TEAM C	週末彩園～自分の色を作る農業～	14
III. PROJECT REVIEW		
プロジェクトを終えて—学生たちの感想—		16
地域課題に「自分ごと」で向き合い、次代を担う人財を育てる		
一般財団法人日本総合研究所	高野 祥代	18
プロジェクト3年間の歩み—総括と課題—		
一般財団法人日本総合研究所	特任研究員 黒田 秀雄	20

## 鳥取県日野郡日野町について

### ◎人口(平成27年国勢調査)

3,278人(65歳以上：1,540人(47.0%) / 75歳以上：937人(28.6%))

\*国立社会保障・人口問題研究所によると、2040年には1,481人まで減少すると推計されている。

### ◎地域資源：金持神社、日野川ラフティング、オシドリ、たたら製鉄、米、そば 等



## ご挨拶



東京富士大学 准教授  
企業ビジネス研究同好会 顧問

渡辺 泰宏

日野町魅力化プロジェクトの目的は、都会で学ぶ大学生が、都会の喧騒を離れ田舎の生活を体験する中で日野町の魅力を発見し、「高齢化と過疎」という地域課題にいかに取り組むかを考えることにあります。本プロジェクトは今年で3回目を迎え、回を重ねるごとに充実し、参加学生たちと日野町の皆様の双方にとって貴重な「対話の場」となってきました。

本報告書にまとめられたように、参加学生たちは、フィールドワークによる日野町の皆様とのふれあいを通じて、どうすれば日野町の力になれるかを考え、「日野町の未来」について議論を重ねた3日間となりました。そして、日野町の皆様にとっても、都会からやってきた学生たちに対してありのままの日常を見せながら、学生たちの素朴な疑問に答える中で、「日野町の魅力や可能性」に自ら気づく機会になっているのではないかと思います。

今回、フィールドワークを通じて最終的に提案された3つのビジネスプランは、日野町の魅力を活用しているだけでなく、日野町の抱える問題を的確に捉え、それに応えようとするものとなっています。「観光」、「農業」、「移住・定住」という3つの地域課題を個別に議論するのではなく、相互に関連したものと捉え、それらを同時に解決するプランを目指したという点で大いに評価できると言えます。これは、それぞれのチームが、日野町や日野郡、そしてこの山陰地方を自らの視点で捉え、その魅力や可能性について徹底的に議論し、地域課題に真摯に向き合おうとした結果ではないでしょうか。

また、今回のプロジェクトが成功した理由の1つは、東京富士大学の企業ビジネス研究同好会だけでなく、横浜国立大学、フェリス学院大学、青山学院大学、島根大学から様々な経験や背景を持った学生たちが参加した共同プロジェクトとなったからであると考えられます。そして何より、このプロジェクトを支えてくださった日野町地域おこし協力隊の皆様をはじめ、日野町のホストファミリーや関係団体の皆様、日本総合研究所の皆様、その他多くの関係者の方々のご協力のおかげです。今後も都会で暮らす大学生たちと日野町の皆様の交流を通じて、学生の学びを育み、日野町の未来を考える場として、本プロジェクトが継続されることを願っております。



# PHOTO REPORT



オリエンテーションで、小谷議長からのお話



みんなでスイカ2玉完食



おいしい!



古民家沙々樹を訪問

オリエンテーション



ラフティング!準備体操をしっかりと!



古民家沙々樹(佐々木さん)



昼食は大山おこわ!



移住定住について、役場の若手職員さんとたくさん話す



ラフティング Aチーム



ラフティング Bチーム



ラフティング Cチーム



ひまわり迷路は、今年で2年目。日野町の観光スポットになりつつある!



プレゼンに向けて、作戦会議



グループディスカッション



使われていない古い建物。何か使えそう!



金持神社へお参り



最終日の朝ごはん。お母さん、ありがとう。



金持テラスひので宝くじ購入



農家の小林さんにヒアリング。農作物への愛があふれる話にほっこり。



農家 小林さん



プレゼンでは、町の方からフィードバックをいただく



緊張しながらも、自分の言葉でプレゼン



プレゼン後、ホストファミリーと共に

# I. ABOUT THE PROJECT

## 主催者からのメッセージ



日野町魅力化プロジェクト実行委員長  
日野町地域おこし協力隊

### 中山 法貴

本プロジェクトは、日野町を魅力化するためのイベントではありますが、参加学生のためのイベントでもあります。学生には過疎問題や地域学、経営学を学ぶ場としてだけでなく、都市部の生活とは違う田舎での生活そして集団での生活の中で、楽しいことも悩むことも頑張ることもあり“青春”をしてもらいイベントだと考えています。

今回の大学生のホームステイ期間は2泊3日でした。日野町滞在時間は48時間。実質1日で取材をし、アイデアを出し、チームで話し合い、資料にまとめ、プレゼンテーションの練習もしなければいけないというスケジュール。そして翌日にすぐ発表会本番。参加学生にとっては非常にハードだったと思います。

心配していたことは、学生にこの2泊3日を楽しんでもらえるかどうかでした。特にホストファミリーと楽しく過ごせるかどうか。ホームステイは2泊ですが、スケジュールの都合上、学生とホストファミリーが夕食を一緒にとるのは1度だけ。これでどれだけ仲良くなってもらえるか—これは大きなテーマの一つで、ホストファミリーと仲良くなった学生は、また日野町へ来たいと言ってくれるという経験則がありました。

日野町と都市部の学生との“つながりを作る”と言っても、その形はいろいろあると思います。ホストファミリーと学生が手紙やメールでその後も連絡を取り合うという“つながり”はその中でも最高のものではないでしょうか。

終了後、3組のホストファミリーからは「若者と交流して楽しかった」「刺激になった」「貴重な経験となった」「みんな

いい子だった」「冬にも来てほしい」「ぜひ次回も」という感想をいただきました。うまくつながりができたように思っています。

2泊3日のプログラムは、初日、日野町到着後にオリエンテーションの後、いきなりラフティングを実施しました。これは予想以上に学生は楽しんでいました。大学も学年も様々な学生たちがレジャー体験で打ち解けてくれました。しかし、そのあとはすぐチームの資料作りの方針を決める真面目なミーティング。ここでは1年生が上級生に対して緊張している様子も見られました。そして夜はホームステイ先へ。真面目なミーティングのあとなので、その続きをホームステイ先でひたすら大真面目にしてしまうのではないかと心配していましたが、ホストファミリーと楽しく過ごしたことを翌日教えてくれました。

2日目は、奥日野ガイドクラブのガイドによる町歩きからスタート。そのあと農家見学、古民家で昼食、役場で移住政策について聞くというスケジュールでした。そのあとは、2年前の学生からの提案が実現されたひまわり迷路に行き、すぐ会議室で資料作り。夜はゲストハウスで地域の方々も交えての食事会。このあたりではもう学生たちは仲間になり、楽しく食事会を過ごしていました。食事会の後は、ホームステイ先に戻り、大変な資料作りの続きです。学生は寝ずに明け方まで頑張っていたそうです。

3日目は、プレゼンテーション大会。この短期間、しかも急造チームでアイデア出しから資料作りをし、プレゼンテーションまで行うのは本当に大変だったと思います。

プレゼンテーション大会は見知らぬ土地で、なんだか偉そうな人達が集まり、新聞社やテレビ局のカメラまで来ていて、非常に緊張したと思います。その緊張の中での発表も学生にはすごく良い経験になったのではないのでしょうか。

その日のニュースや翌日の新聞にさっそく出ました。町内外の多くの人を知るところとなり、学生の活動やプレゼンテーションは各所で高く評価されています。

この学生の活動やアイデアを今後、形にできるかどうか、日野町を魅力化できるかどうかは我々日野町民次第

です。日野町魅力化プロジェクトも今回で3回目となり、町民の地域おこしに対する意識も高まってきていると感じます。学生の頑張りに応えるよう日野町民も努力していきます。

日野町魅力化プロジェクトに参加していただきました学生の皆様、ご協力いただきました大学様、日本総合研究所様、IGOコミュニケーションズ様、鳥取県職員様、日野町職員様、地域の皆様に感謝申し上げます。

日野町地域おこし協力隊もこのプロジェクトで地域おこしに関して更に考える機会となりました。今後も日野町の魅力化を続けていきたいと思えます。

日野町地域おこし協力隊

### 平林 知紘

様々な大学から集まった学生さんが、お互いのチームを意識し合いながら作ったプレゼン。大事なものは、その絞り出したアイデアを実現できるかというよりも、むしろ、その熱量を受けてどう日野町が、わたしたちの意識が変われるか、だと思いました。ちなみに、わたしが学生さんたちの写真を撮っていた中で、いちばん輝いてみえた瞬間は、プレゼン前、会場のロビーで、緊張と自信が入り混じったその表情でした。



日野町地域おこし協力隊

### 家崎 耕平

見知らぬ土地、日野町。ここでのビジネスプランを考え、更にプレゼン。しかも、仲間とほぼ初対面。与えられた時間は2泊3日。いや、むしろ、2日以下。これは、もはや夏休みのイベントというより、スポーツや競技。

あまりに忙しすぎないかと、少し心配もしましたが、立て続けに表れた笑顔と笑い声にホッとしました。

今度は日野町のゆったりとした空気と共に、一緒にビジネスプランを進めるべくお越しいただけたら嬉しいです。



# I. ABOUT THE PROJECT

## プロジェクト実施概要

### ◆内容

都市部の大学生が日野町にホームステイし、町民と交流しながら過ごし、地域の魅力や課題を考える。

### ◆企画意図

- ・大学生の考えを日野町魅力化や地域おこしに役立てる。
- ・参加学生は過疎地域問題や田舎の環境に直に触れる経験、日野町住民との交流や他大学の学生との交流など有意義な活動となる。
- ・都市部の若者とつながりができ、今後も地域おこしをはじめ様々な連携が期待できる。

### ◆日程

平成30年8月20日(月)～8月22日(水) 2泊3日

### ◆参加者(合計9名/男性4名・女性5名/3人×3チーム)

東京富士大学(学部生4名)、横浜国立大学(学部生1名、院生1名)、  
フェリス学院大学(学部生1名)、青山学院大学(学部生1名)、島根大学(院生1名)

		内容
8月20日(月)	13:00	根雨駅到着⇒オリエンテーション
	14:00	日野川ラフティング
	16:00	リバーサイドひの で入浴
	17:00	2日目(フィールドワーク)の準備、グループワーク
	19:00	ホームステイ先へ(夕食、滞在)
8月21日(火)	8:15	ホームステイ先を出発、移動⇒日野町役場へ
	8:30	【フィールドワーク】 ◎観光の現状を知る 奥日野ガイドクラブ
	10:30	◎農業の現状を知る ・農家の方のお話(小林さん)
	12:00	昼食(古民家沙々樹)
	13:00	(日野町役場) ◎移住政策の現状を知る(日野町企画政策課)
	14:15	【グループディスカッション】 黒坂公民館 ◎【全員】学びの共有(発散)と現状整理 ◎【チームごと】ビジネスプラン作成
	18:00	上菅ゲストハウスでの食事会・交流会
	20:15	ホームステイ先へ
8月22日(水)	8:15	ホームステイ先出発、移動⇒山村開発センターへ
	9:00 10:00	プレゼン大会
	11:00	マスコミ取材
	12:00	終了、解散

## DAY 1 (8/20)



①オリエンテーション



②日野川ラフティング



③フィールドワーク準備

## DAY 2 (8/21)



①町歩き(金持神社)



②農家へのヒアリング



③古民家で昼食(大山おこわ)



④移住定住施策



⑤ひまわり迷路



⑥グループディスカッション

## DAY 3 (8/22)



①ホームステイ先を出発



②プレゼン大会

## II. PRESENTATION

### PRにおける課題と解決策 —若者の目線から—

TEAM A  
M.K./T.Y./Y.W.

#### ◆現状分析

私たちのチームは、現状問題を考えた上で、そこにおける課題と課題解決のための方法を考えました。現状分析の際、問題点として挙げられたのは“町自体のPR力の低さ”です。それが原因で、町そのものの認知度の低さにつながっていると考えました。

#### ・まち歩きを通して発見した課題

実際に日野町に足を運び、まち歩きを通し発見した課題としては「金持神社」が挙げられます。金持神社は、日野町内での観光スポットとして挙げられているにも関わらず、金持神社自体の看板が無いことが原因で集客につなげることが出来ていないのではないかと考えました。また、“金持テラス”(実際に宝くじやお土産を購入できる施設)が少し離れたところにあるにも関わらず、金持神社から金持テラスへの流れも悪く、それが原因で金持テラスそのものの利用状況の悪さにつながっている印象を受けました。

#### ・日野町の良いところ

もちろん、日野町は問題点だけでなく、良いところも沢山ありました。一言でいうならば、『観光資源が充実している点』です。例えば、ラフティング・金持神社・オシドリ・鉄道・全国でも評判が高いチャンポンです。つまり、町を観光でPR するための資源は十分にそろっていて、観光スポットとしてのポテンシャルの高さ、アプローチ方法はあるにもかかわらず、それらをしっかりと生かききれていないことが問題点として挙げられます。

#### ・観光面のPR強化

日野町は、移住定住に関して力を入れている印象を受けました。しかし、日野町への移住定住を前提に考えて

もらう前に、まずは日野町の魅力を知ってもらうことが必要であり、それを踏まえた上で移住定住に興味がある人に対して提案が可能となるのではないのでしょうか。そのため、まずは実際に日野町に足を運んでもらう、足を運んでもらうためには、日野町ならではの、日野町だからこそ行ってみようという動機づけになるための観光PRの強化が重要であると考えました。

#### ・旅先/行先を決める際の現代の若者の判断基準

私たち世代の若者が、どのような方法で、どこに行くのか、どこに泊まるのか、どこで何を食べるのかを決める際の判断基準を説明していきたいと思います。

インターネットを使えて当たり前の時代に生きる私たち若者にとって、やはり何かを調べる際、最も頼る媒体は、インターネットです。その次に、旅行のガイドブック、口コミ、先入観(例えば、鳥取といえば、鳥取砂丘というような、その土地を印象付ける誰もが知っているもの)のように続きます。具体的な例で検索方法をお話すると、検索エンジンで、“大学生・旅行・山陰・おすすめ”といった検索をすることが多いです。実際にこの方法で検索をかけてみると、とても魅力的で、人目を引くような興味深いページが出てきます。

#### ◆私たちの意見

日野町でラフティングを経験させてもらい、日野町の自然豊かな環境の下で最高の思い出が出来ました。しかし、せっかく良い思い出が出来たにも関わらず、手元に残る思い出の写真がありません。現代の若者にとって、思い出をしっかりと写真に収め、それをSNS上でシェアする文化や習慣があります。実際、今では若者だけでなく幅広い年代の人でも利用し始めている写真投稿型アプリのインスタグラムは、インスタグラムに投稿する写真がしっかりと華やかに映えるように“インスタ映え”という言葉までできるほどです。

#### ・実際に検索すると

“ラフティング”とインターネットで検索すると、実はすぐに“リバーサイドひの”が出てきます。また、マップを見てわか

るように、山陰でラフティングを経験できるのは“リバーサイドひの”だけであることが分かります。ラフティングが出来る場所として、観光資源を強化しても、需要や集客が見込めるのではないかと考えました。

#### ・インターネットの口コミ

ここで具体的に、検索した際に出てきた金持神社についての口コミ結果を調べました。第三者からの意見として、金持神社の良い評判もありますが、やはり金持テラスがあるにも関わらずしっかりと機能していないのではないかと指摘もあります。やはり必要なのは実際に情報をしっかりと共有していくことで、写真や口コミなどを見た少しでも多くの人に「いいな!」から「行きたいな!」に繋げていくことなのではないでしょうか。

#### ・日野町のPR における現在の問題点

日野町はFacebookなどのSNSを通した町のPRをしているというお話を伺いましたが、実際にそのページを見た率直な意見は、一言でいえば“身内ネタ”の情報が多いということです。言い換えれば、その町について知らない人がそのサイトを見て受ける印象は、町のPRのための記事として魅力的なものではなく、町の中での情報伝達のための記事ということです。そのような記事では、その町の外部の立場の人間は、ページをわざわざフォローするまでには至らないのではないのでしょうか。つまり、ここで外部からの集客失敗といえます。

もしも日野町のFacebookページが、観光PRのためではなく、町内の方々との情報共有の場であるのなら問題はありません。しかし、外部の人に日野町を知ってもらおうという趣旨でサイトが開設されているのであれば問題点がしっかりと挙げられます。それは、町役場の職員募集情報や、台風接近に伴った呼びかけです。これらはいずれも、共有されるべき、とても重要な情報です。しかし、町外に住む人からすれば、よほどのことがない限り、あまり興味を持っていないものというのが現実なのではないでしょうか。

実際に私たちも足を運んだ、ひまわり迷路の記事があります。これは、今何が日野で見ることが出来るかといった意味で、良い観光情報のPRになっていると思います。

#### ◆ビジネスプランの提案

以上のことを踏まえ、私たちのグループは「空き家の宿泊施設化」を提案します。対象者は若い世代である学生に焦点を当て、若い世代への認知度を高めたいと考えました。また、学生にとっての日野町に来ることのメリットとして、以下4点があると考えました。

- ①認知されることの課題解決をしつつ、町の活性化につながる
- ②騒ぐことができる(実際に地元の方に聞いた話で、土地が広いからこそいくら騒いでも周囲の迷惑にならない)
- ③BBQ をするには最適の空間(山・川に囲まれる/産地の野菜もある)
- ④キャンプファイアーが出来る

#### ・希望制ツアーの実施

宿泊施設ということもあるので、来てもらって終わりにはならないようにツアーを実施するという提案もあります。内容としては、晴天の際は街歩きやラフティングの実施。雨天時は日野郡は、天然水で有名なことから工場見学会の実施(バスで送迎有)が挙げられます。また、朝食付きのシステムを導入し、現地でとれるお米や野菜を使うことで現地の食材を楽しんでもらう機会にもつながります。

#### ・結果

これらを実施していくことで、日野町の観光をPRしつつ、若い世代の集客につなげていけるのではないのでしょうか。数は少なくとも、移住を考えている人が町に来てもらう場をしっかりと設けることで、町をアピールする機会にもつながると考えます。

## 日野町PRについて

T.Y. Y.W. M.K.

### 現状分析

問題: PR力の低さ

↓故の

課題: 認知度の低さ

### 街歩きを通して発見した課題

★**金持神社**(看板がない→集客に繋がらない)

→金持テラスへの**流れが悪い**

→金持テラスの**利用状況の悪さ**

町に集客できれば利用状況もよくなる!

### 良いところ

☆**観光スポットはある**

ex)ラフティング(アウトドア好き・家族ターゲット)  
 金持神社(若い女性・家族・お金が欲しい人・スピリチュアル好きな人)  
 オンドリ(鳥好き・婚活中の方・夫婦・写真好き)  
 電車(撮り鉄)  
 チャンボン(グルメ好きな人)

⇒アプローチの方法はある。  
 町自体のポテンシャルは高い。  
 既存資源に恵まれている。

### 観光面のPR強化

・移住定住を前提に考えるのではなく観光面に焦点を当て、  
**まずは日野に足を運んでもらう。**

↓

・日野の魅力を知ってもらった上で、移住定住するに  
 適した環境かを考えてもらう機会にも繋がる可能性も  
 ゼロではない。

→つまり現在必要なのは、**観光面のPR**

### 若者の動向(判断基準)

例)  
 ①首都圏に住む私たちが山陰地方に行くこととなった。  
 →どこに行くか、どこに泊まるか、どこで何を食べるかを考える

※その際に頼るもの  
 ・インターネット  
 ・ガイドブック  
 ・口コミ  
 ・先入観(例えると鳥取=鳥取砂丘"みたいいな)

②実際にインターネットを使って調べてみる!ことになった  
 →私たちがなら"大学生/旅行/山陰/おすすめ"で検索する



### これらのことから、私たち視点の意見

実際にラフティングを経験!景色もよく最高の思い出作りができた。  
 ↓しかし!  
**せっかくの思い出写真が無い。**

★今の若者は、  
 思い出を写真に収めSNS上でシェアする文化・習慣がある。

実際にinstagramのハッシュタグで"#ラフティング"の検索をかけると...



### 実際のPRにおける現在の問題点

実際にSNSを通したPRをしているといえど、身内ネタ  
 ↓  
 部外者の立場からすると、情報伝達のための記事の印象。  
 PRのための記事として、魅力的な素材ではない。  
 ↓  
 ページのフォローする、までも至らない。  
**集客失敗**

例) Facebook



### ビジネス提案

★**空き家の宿泊施設化**

対象者: 学生(若い世代への認知)  
 期間: 春・夏・(秋)

メリット  
 ・認知されることの課題解決をしつつ、  
 町の活性化に少しでも繋がる  
 ・騒げる(実際に地元の方に聞いたこの土地のメリット)  
 ・BBQするに最適(山、川に囲まれる/産地の野菜もある)  
 ・キャンプファイアーできる  
 ・土地の良さを生かせる(星がきれい/地下水がある)  
 ・観光資源をしっかり生かしている(街歩き!)

### ☆希望制のツアー実施

①ツアー内容  
 ・晴れた日  
 街歩き/ラフティング  
 ・雨の日  
 工場見学(バスで送迎)

②朝食付き(現地の食材使用  
 例: 日野のお米を使ったおにぎり)

⇒PRと若い世代の  
**集客につながる**

## II. PRESENTATION

### 農業×IT “愛菜(マナ)イチバ”から 好循環を生み出す

TEAM B  
 K.O./S.S./S.T.

私たちが考えた日野町魅力化プロジェクト「あの頃の、黄色い日野町をふたたび」に関する提案は3点です。

#### ◆「農業×IT」愛菜(マナ)イチバ

1点目は提案の中で最も大切な軸となる提案です。農業とITを組み合わせ、稼げる農家を増やすことを目的とした生鮮食品専門のネットショッピングサイト「愛菜(マナ)イチバ」の提案です。売上の15%を基金として貯めていき、その基金を他の分野(移住定住や観光)に投資していきます。税金でなく、民間ビジネスの力で日野町を活性化させていくことが狙いです。その中身を説明する前に、このアイデアに至った経緯を説明します。

ある無農薬野菜を作っている農家を訪問しました。その方は、自分で作り収穫した農作物を消費者に直接売ることにはせず、卸売業者や小売店と提携していました。メリットは「楽」である点です。2人に1人が65歳以上である日野町では、農家の方が生産から販売までを一貫して行うのは体力的・精神的に難しい傾向があります。一方、課題としては、農家の方が作られた農作物が安い価格で卸売業者や小売店に流れている点が挙げられます。例えば、ある農家では、ミニトマト1パック10個入りのものが100円で卸売業者に売られ(農家の売上は100円)、小売店が300円の売価で売っているという現状がありました。直接販売であれば300円で売れたかもしれませんし、もっと高く売れたかもしれません。農作物が日野町周辺の近場で安い価格で消費されている傾向があり、結果として、農家の利益率は低くなってしまいます。無農薬の農作物は都心の可処分所得が高く、健康志向が強い層には大きなニーズがあります。売る場所と売り方を変えることで、農家の売上の利益率を上げて、日野町を活性化するための解決策を着想しました。

では、「農業×IT」の内容を説明します。私たちは農家と消費者(個人と法人)の間に卸売業者や小売店といった仲介を入れずにインターネット活用して農作物を販売します。従来の農家の得る利益率30-50%に比べて、インターネットを活用することで、利益率70-80%を可能にします。残りの20-30%はネット運営費と基金に10-15%ずつ振り分けられます。具体的なネットショッピングサイトの中身は、「農家の物語という付加価値を乗せた生鮮食品専門のwebサイト」です。webサイトの特徴は、農家の顔写真・プロフィール・農業を始めたきっかけや想いなどといったコンテンツをみやすい形でデザインされる点です。

また、レビュー制も導入したいと考えています。農家の方へのレビューがあることで、健全な競争原理が働きます。農家はレビューをあげて売上を増やすために、農作物の品質向上と消費者への気遣いもするようになり、消費者は品質の良い安心安全な農作物を購入することができます。さらに、webサイトが単なる一方通行の購入サイトではなく、メッセージのやり取りなど双方向のコミュニケーションを可能にすることで、両者のつながりを深めます。農家としては自分が生産、収穫した農作物を様々な方に食べてもらっているという「社会的な貢献」を実感でき、モチベーションのUPにもつながります。都会に住む消費者は、他者とのコミュニケーションが少ない傾向にありますが、双方向のコミュニケーションによって、一種の幸福感を享受できます。これはリピート率の向上にもつながる可能性があると考えられます。

愛菜イチバを利用してもらうターゲットは個人と法人に分かれます。前者に関しては、都会に住む可処分所得の高い健康志向のある方です。安心安全で品質の良い商品プラスαの位置づけで販売します。後者のターゲットとする法人に関しては、日野町周辺の地域の農家で、リツカールトンにお米を直接販売されているというお話を聞いたことから着想を得ました。また学校給食の方と提携している方もいらっしゃいました。こういった大手とのやり取りはある種の責任感やプレッシャーを感じるとともにやりがいがあります。ネット運営費を利用して、そのような法人への営業サポートなども行っていきたいと考えています。

愛菜イチバの強みは主に3点。

- ①インターネットを活用することで、農家の利益率を高くすることが可能で、価格も自由に設定することができる。
- ②物語という付加価値にフォーカスしたネットショッピングサイトは業界初であり、有意なポジションを獲得できるチャンスがある。西友・楽天・イオンといったネットショッピングサイトはある程度新鮮な農作物を安く色々な地域に届けるといった大衆向けのポジションにある一方、愛菜イチバは「無農薬・有機」を売りに健康志向のある方向けです。
- ③レビュー制やコミュニケーション設計による農家のモチベーションUPとリピート率の向上。

想定される問題点は、主に4点あります。

- ①効率化と手間のバランス  
配達・売上の配分や管理などはいかに効率化するかが重要となる一方で、サービスを有意にするには手間の尊重も重要です。例えば、消費者へ配達された段ボールの中に農家からの手書きの手紙が一通あるだけで、消費者が感じる印象はガラリと変わります。
- ②高齢農家へのサポート  
インターネットへの適応も難しいため最初の内はサポートが必要となります。
- ③情報開示  
基金の貯金額や利用先やそれによって誰が得をするのかといった情報を必ず可視化し、定期的に情報開示する必要があります。
- ④後継者不足  
日野町の農家は高齢の方が多く、20年先にも体力的に農業を続けることができるか定かではありません。

以上の「農業×IT」で得た15%の基金を移住定住と観光の分野に投資します。

### ◆クリエイター向けに空き家を提供

前者に関しては、成功を夢見るクリエイターの方(作家・作曲家など)への移住定住支援です。現状、移住定住の際には半額税金で補助金が出るということなので、さらに基金を利用することで移住定住へのハードルを下げるのが移住定住支援の狙いです。日野町には都会と比べて家賃が圧倒的に安く、落ち着いた環境がある点

で、クリエイターにとって最適な環境といえます。ゲゲゲの鬼太郎の作者や名探偵コナンの作者の出身地が鳥取県であることも強みです。

### ◆観光×黄色

観光への投資に関しては、「黄色の日野町」をコンセプトとした投資を行います。金持神社(イメージカラーは黄色)は現在ある日野町の観光地として最も高いポテンシャルも持っています。実際、年間20万人が訪れるスポットです。また、ひまわり迷路といった黄色い観光地があるので、黄色い観光地を増やし、「日野町=黄色、黄色=日野町」というカラーブランディングを仕掛けていくことで、オリジナルの観光地がないという課題を解決することができますと私たちは考えています。黄色で連想されるものとして、花(ひまわり・イチヨウ・チューリップ・菊など)、食べ物(レモン・パイナップル・お米・梨・栗・ピーマン・かぼちゃなど)、人工物(風船・アート・黄金・5円玉など)、人物やキャラクター(プーさん・ナルト・イモトアヤコなど)が挙げられました。その中で実現可能性があり、かつ面白そうなものとしては、風船とアートが挙げられます。前者は黄色い風船に願いごとを書いて一斉に飛ばすといったものです。環境的影響を配慮し、風船に関しては土に帰化する素材を利用します。アートに関しては移住定住したクリエイターの方が住居の外壁に黄色いアートをすることで、町自体の観光地化を狙います。

以上、農業・移住定住・観光の3分野を好循環のサイクルの要素に組み込むことで、日野町を活性化することが必要であり重要であると私たちは考えています。

**日野町魅力化プロジェクト**  
～あの頃の、黄色い日野町をふたたび～

S.T.  
K.O.  
S.S.

### 提案

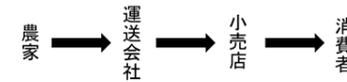
- ①農業×ITで、稼げる農家を増やす+基金  
↓  
②・③に投資
- ②空き家を必要とするクリエイターの人に提供し、移住定住者を増やす
- ③観光×黄色で、観光客数を増やす

### 課題

- ①農家の利益が少ない(農業)
- ②日野町で雇用先が少なく、人口減少(移住・定住)
- ③オリジナルの魅力が薄い(観光)

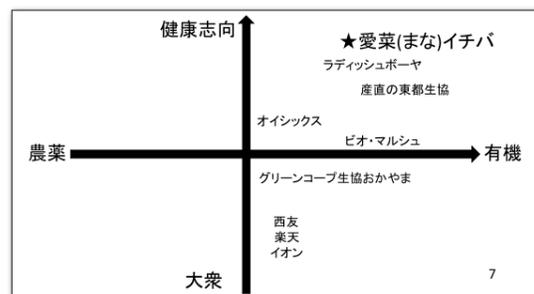
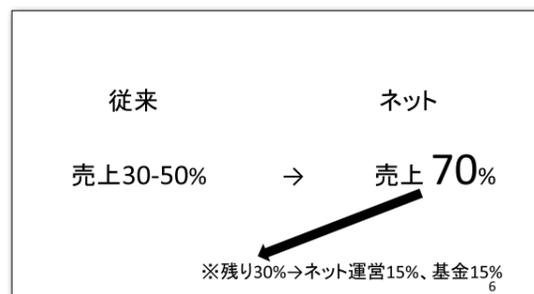
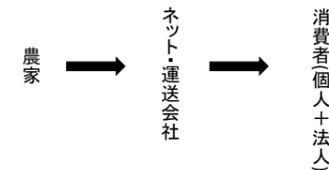
### ①農家の利益が少ない

50-70%が搾取  
例.農家: ミノトマト1パック10個→100円で出荷  
例.小売店: " →300円で販売



### 解決策

ネットを使った生鮮食品販売



### 愛菜イチバの強み

- ①利益率が高い(ネット、1対1のやり取りによる価格設定の自由)
- ②農家の物語をのせた生鮮ネットショッピングサイトは業界初!!
- ③レビュー制なので、農家のモチベーションUPとリピート率の向上

### ターゲット

- 個人→①可処分所得が高い②子供に良い食べ物を食べてもらいたい
- 法人→①ホテル(リッツカールトンと契約してる農家ある)②学校給食

※最初は売れないと思うので、関係者(例: DeNA、メルカリ)で買まくる→口コミ ※小さく始めて徐々に大きくしていく、スピード感が重要

### 提案②空き家を必要とするクリエイターの人に提供し、移住定住者を増やす

ターゲット: 成功を夢見るクリエイター(漫画家・作家・作曲家)

### なぜやるか:

都心の家賃は高い、落ち着いた集中できる環境、鳥取の有名なクリエイター(ゲゲゲの鬼太郎や名探偵コナンの作者)との相性、利益に直結する(?)→未来への投資

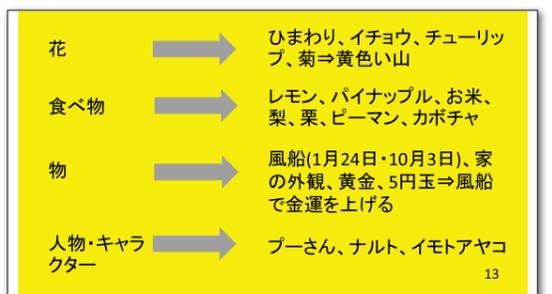
### 提案③観光×黄色で、観光客数を増やす

金持神社(イメージカラー: 黄色)への観光客が年**20万人**という強み



**黄色の日野町**

ひまわり迷路 12



## II. PRESENTATION

### 週末彩園 ～自分の色を作る農業～

TEAM C  
K.I./K.N./N.Y.

まず初めに、日野町の課題を3つ挙げたいと思います。それが農業、観光、移住定住です。私たちはこの3つの課題を同時に解決したいと思い、それを満たせるプランを提案したいと思います。

それが「カスタマイズ週末農家」です。このプランのビジネス・コンセプトとしては鳥取県米子市、島根県松江市などの日野町の近隣都市に住む人々を対象とし、空き家を利用した週末農家を提案するというものです。

週末農家とは市街地などにある畑や、郊外にあるレンタル農地を年間契約で借りて作物を収穫できるまで育てることができ、また週末を利用して農業を体験できる都市潜在型農業のことをいいます。

この週末農家のメリットとしては農家を始める際の資金が少なく済み、農地も用意されていることで通常よりもローリスクで農業を始めることができるという点です。

具体的には、このビジネスプランを図でまとめたのでご覧下さい。空き家をゲストハウスに改修し利用できるようにします。そして利用できるようになったゲストハウスと農地を、農業に興味を持つ個人ないしは複数人、団体を対象として貸し出しを行います。通常の農作業をするだけになってしまう週末農業との相違点としては、泊まれる場所があるという点です。

もうひとつの利点としては、カスタマイズ週末農家と題した通り自分の泊まるゲストハウスも自分好みにカスタマイズすることができるという点です。

例としてイングリッシュガーデンに憧れている利用者は農地でハーブなどを育てるだけでなく、ゲストハウスもイギリス調に、アジアテイストが好みであれば農地でハーブを育てつつゲストハウスもアジアテイストに、リフォームつまりカスタマイズできるということです。

そして、このゲストハウスの契約が打ち切られてしまったとしても、イギリス調のゲストハウス付き農地という付加

価値を持った商品として次の新たな契約者へ提供でき、契約が長年続いた場合としては移住定住としてつなげることが出来ます。そこでこれらを管理、存続させるための会社を設立したいと思いました。

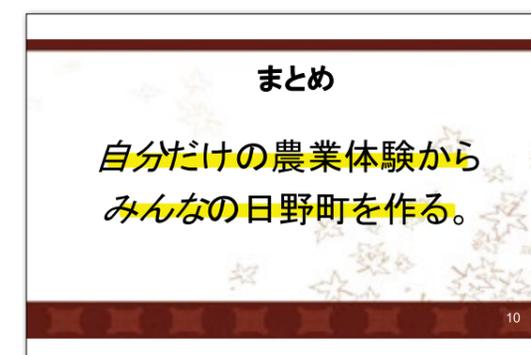
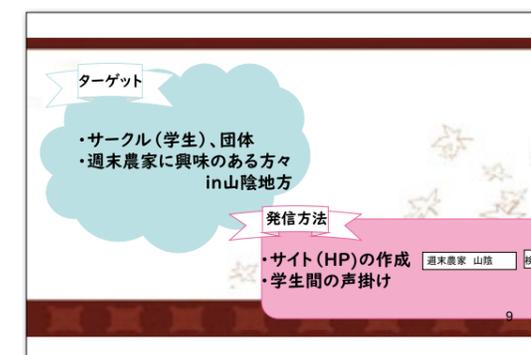
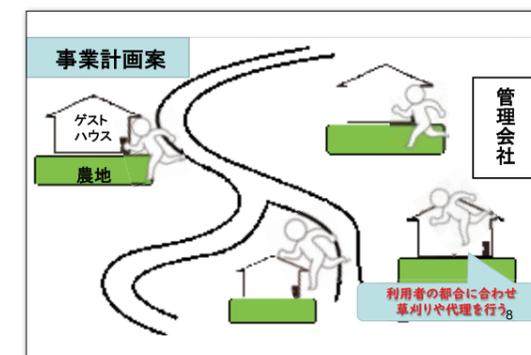
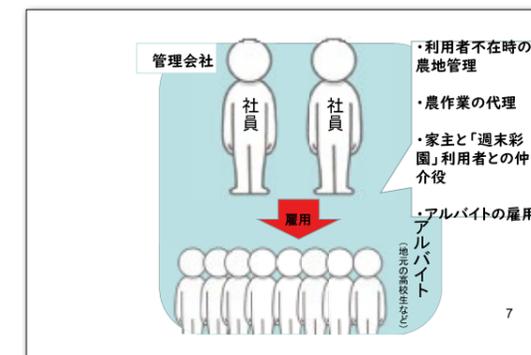
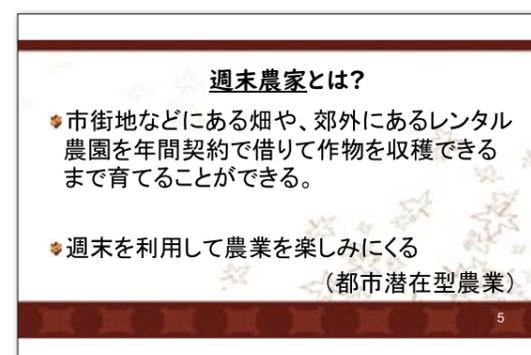
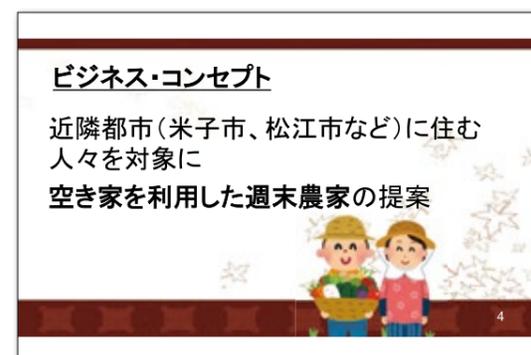
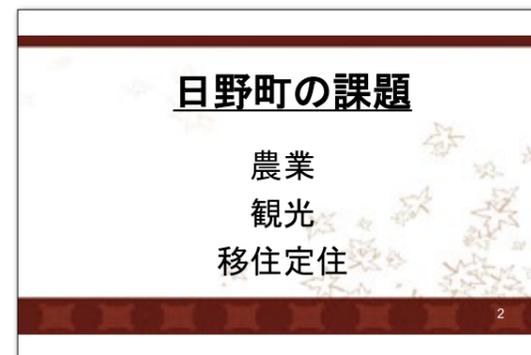
その管理会社のシステムとしてはゲストハウスの利用者不在時の管理や、農作業の代理、古民家のオーナーと週末彩園利用者の仲介、斡旋、地元の高校生などを用いたアルバイトの雇用です。

また、ゲストハウスの農地管理の他にも現役農家さんの方々の草刈りや雪掻きを行うことで週末菜園利用者が少ない場合での管理会社の収益を見込め、管理会社の農地管理のノウハウの習得、地域の方々との交流を深めコミュニケーションを測れるといったメリットも発生します。

このビジネスプランのターゲットとしては日野町近隣都市の学生、サークル、団体の方々、週末農家に興味のある山陰地方の方々です。発信方法はホームページの作成や学生間の声掛けによるPRなどです。また、週末農家 山陰とインターネットで検索してもヒットしないことからホームページを作成するだけである程度の効果を見込めるのではないかと思います。

これらのことからこのビジネスであれば日野町の課題である農業、観光、移住定住の3つを、古民家や耕作放棄地の活用、週末農園による交流人口の増加や日野町のファンの増加、移住定住に対する心理的ハードルを下げることでクリア出来るのではないのでしょうか。

この事業プランによって「自分だけの農業体験」から「みんなの日野町」を作ることができると考えます。



### III. PROJECT REVIEW FROM TEAM MEMBERS

#### プロジェクトを終えて

—学生たちの感想—

##### K. I.

今回このプロジェクトの話聞いた時「町おこし」といってもあまりイメージがわかりませんでした。実際に行ってみて、人口の減少や空き家の問題など様々な深刻な問題を抱えていることがわかりました。日野町は自然が豊かで魅力のある町なのにあまり知られていないのはもったいないと思いました。このような問題は都会で生活しているとなかなかわからないので、自分の目で見ることで良かったです。また、その問題の解決のため夜遅くまで話し合いをしてプレゼンの資料を作ったこともとても良い経験でした。私の班には頼りになる先輩が2人もいて安心して任せてしまった部分もたくさんあります。もっと自分の意見も出せたら良かったと思っています。次このような機会があれば今度は少しでも引っ張っていきようになりたいです。

##### K. O.

このプロジェクトを通して一番驚いたことは、町に対して危機感を持ち、町全体を良くするためには改革も辞さないと考えている町民が非常に多かったことです。これは日野町を訪れる前まで、「田舎に暮らす人々は保守的な人間が多い」と考えていた自分にとっては驚きでした。このように、変化に寛容なことは非常に大事なことだと思います。自分自身も保守的で守りに入る生き方ではなく、今後は失敗を恐れず積極的に行動したいと思います。

注：個人情報保護の観点から大学名を伏せ、名前をイニシャル表示とさせていただきます。

##### M. K.

2泊3日という短い期間でしたが、私にとって大学生活最後の夏休みに、日野町に行く選択をして良かったと心から思います。大自然の中で、沢山の優しい地元の方々にお会いする機会が与えられ、また、町のことを思う姿に、日野町に対するとても強い愛を感じました。「百聞は一見にしかず」情報を頭にインプットするだけではなく、実際に足を運んで自分の目で見て考えることが、いかに大切なのかを考え直す機会となりました。来年からは、社会人として社会に貢献する立場になりますが、今回学んだことを忘れることなく、また日野を訪ねる日を楽しみにしています。

##### S. S.

今回、初めて日本国内でのフィールドワークに参加しました。日本は先進国ですが、国内で「地域過疎化」などの問題に直面していることは、今回のプロジェクトを通じて気づいたことです。一方、川下りラフティングや発表に向けた準備の経験から、日本人の学生の強いチームワークを感じました。この3日間、色々な方々からサポートを頂き、本当にありがとうございました。

##### S. T.

学びは3点、「人との出会い」「すぐやる」「遊びも仕事も全力で向き合い楽しむ」ことの重要性です。人との出会いの質と量を増やすことでチャンスが多く巡ってきて、すぐやることでそのチャンスを掴むことができます。そのチャンスに全力で向き合い、つらいことや困難なこともすべてを受け入れ楽しむことができれば、人生はさらに豊かなものになると改めて思いました。

とても濃い期間をみなさんと過ごせたことに感謝するとともに、今後もお互い協力できる関係でいられたら嬉しく思います。

##### K. N.

今回の2泊3日という短い期間の中でもプロの方々や地元のマンスーパーとなる方々からの意見を貰えることで、より洗練されたプランを立てることができました。また、今回のプロジェクトでは5校の大学が参加ということで後輩に対しても、自分としても非常に良い刺激になりました。日野町の方々、他大学の方々、そして日本総研の方々本当にありがとうございました。また来年もぜひよろしくお願いたします。

##### T. Y.

今回、このプロジェクトに参加し初めての経験を多くする事ができました。大勢の前での発表など自分を成長させる機会が多かったと思います。発展の余地がある分やりがいもあり、多様な方面からものを見ることができ、今まで軽視しがちだったことに目を向けて自分の考えを練ることができました。自然を体感し、人と触れ合い、その町の良さを見いだす。短い期間ではありましたがとても充実して有意義な時間を過ごすことができました。

様々な面で成長する機会をくれたこの日野町魅力化プロジェクトと日野町の方々には本当に感謝しています。

##### N. Y.

私は3日間の日野町魅力化プロジェクトに関わることで、地方創生に携わることができればという想いで参加させて頂きました。同じ山陰地方でも違った人々の文化や地域の問題に触れることができ、とても充実した3日間となりました。短期間で異なるバックグラウンドをもった学生とビジネスプランを立てなければならないという状況から、かなり集中して様々な視点から地方について考えることの重要性を学ばせて頂きました。

##### Y. W.

「田舎はすごい、良い!ただ、可能性はまだ溢れるほどある」ということを感じた3日間でした。町を動かす方々に直接、3日間を通して考えた意見を伝えられるこの機会は、私にとってとても貴重な体験でした。私達の気づきが少しでも町の運営に役に立ててもらえたらいいなと心から思っています。

webページを思い通りに作成できるようになれば、提案したことを実行に移す際に役に立つのではないかと感じたので、学び始めたいと考えています。人とのつながりと豊かな自然がある日野町にまた行きたいです。



## 地域課題に「自分ごと」で向き合い、次代を担う人財を育てる

一般財団法人 日本総合研究所  
調査研究本部 生活創造研究部

高野 祥代



今回のプロジェクトでは、事前準備段階(3月頃)から振り返り期間(10月頃)まで、コーディネーターの立場で携わり、またプロジェクト本番の2泊3日は、羽田空港での出発から、最終日の羽田空港への帰着まで、学生に同行させていただきました。

昨年度から参画させていただいている本プロジェクトに強い愛着と思い入れがあり、裏方から感想を書かせていただきます。

### 1. 日野町魅力化プロジェクトで大切にしていること

#### —VISION・MISSION・PROCESS—

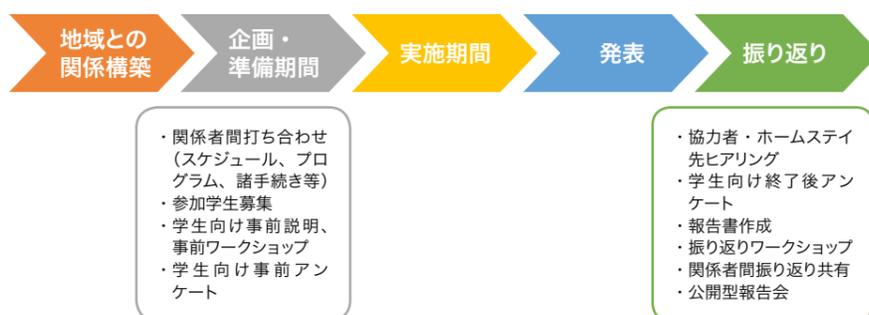
本プロジェクトは、今回で3年目を迎えました。試行錯誤を繰り返し、PDCAを回して、(ホップ・ステップ・)ジャンプの年にする事ができたのではないかと考えています。正直に申し上げると、私が苦労したことは、本プロジェクトのVISIONとMISSIONの設定でした。しかし、このジャンプの年を終え、以下のように整理をしています(私見)。

本プロジェクトは、都市と地方のオープンイノベーションの場。オープンイノベーションにおいて、関係主体は対等であるので、「都市部の若者が一方的に日野町へ提案する」のではなく、「都市部の若者が全く知らないような知識や経験を、日野町から得る」ことも重視し、相互に認め合い、学び合い、高め合う関係を創ることを大切にしています。

**VISION** 都市の若者と地方の交流・対流により、地域魅力化の種をつくる

**MISSION** 都市×地方／若者×高齢者などのオープンイノベーションによって、地域と人に変化をもたらす —ひとづくり、しごとづくりへの貢献—

#### PROCESS



### 2. 今回のプロジェクトについて 一意欲がとにかく高い参加学生たち

事前にとった学生向けアンケートでは、「本プロジェクトを通じての個人的な目標ややってみたいこと」の有無について参加学生にたずねました。9人中5人が「ある」と回答しました。

### ●目標ややってみたいこと(抜粋)

プロジェクト中に、町民の方30人以上と話をすること

写真や動画の撮影と編集・発信、人脈づくり

日野町の魅力を発見し、同様の過疎地域に参考になる情報を提供する

自分たちの住んでいる地域との違いを感じる

日野町に住む地元住民にとってもメリットがある地方の魅力化を探る

「ない」と回答した学生についても、個別に話を聞いてみると、「地方創生のテーマでビジネスプランを提案する点に魅力を感じた」「行ったことのない土地で、何か一つでも感じ取りたい、学び取りたい」「座学で得た知識を、リアルな現場で考えて実践したい」といった意欲があり、全員が自ら意志を持ち、自ら手を挙げて参加した学生たちでした。

そして、プロジェクトの最終日には非常に熱量の高いプレゼンテーションを披露してくれました。心を動かされたのは、日野町の課題を学生が「自分ごと」として捉え、話していることが伝わってきたからです。

終了後のアンケートで、学生に「自分自身を振り返り、成長したと思う点」をたずねたところ、全員が「ある」と答え、具体的に以下のような回答が得られました。

### ●成長した点、うまくいった点(抜粋)

普段は初対面の人と話すことが苦手だが、自分から話しかけることができるようになった。(コミュニケーションの変化)

普段の会話などでも無駄なコミュニケーションは無く、むしろプラスに働くことが多いことに気づいた。(意識の変化)

中国人が一人もいないフィールドワークは初めてだったが、日本人学生たちと有意義な時間を過ごすことができた。(初経験の壁を越える)

自分の分からないことや意見を、地域の方に積極的に質問をし、自分の中で知識として蓄積することができた。(地域に関する知識の習得)

多くの人の前で、自分の意見をしっかりと発表することができた。(プレゼンテーション力)

地域社会で実際に起きている課題を目の当たりにして、多くの人の力を借りながら、その課題にチームとして本気で向き合い考え抜く経験は、学生を大きく成長させてくれました。これから社会で生きていく力を日野町が与えてくれたように感じています。

### 3. これからの日本の地域共生・地域協創に向けて

日本全体を見渡すと、過疎化・少子高齢化が進み、商店の減少・産業の担い手不足に直面している地域は、日野町以外にも多くあります。類似した地域が多くあるなかで、このプロジェクトによって「都市部の大学生」と「鳥取県日野町、日野町民」は相互に新たな価値観を知り、学生は普段と異なるライフスタイルに触れ、これまでになかった新たな関係性が生まれました。

親の世代に地方から首都圏へ移住し都会の生活しか知らない若者は、「ふるさと」と思える土地がない(いわゆる「ふるさと難民」と呼ばれる)人も増えています。IoT技術の進展、働き方改革、テレワークなど新たな働き方も生まれるなか、満員電車で都心に通うスタイルは必ずしも当たり前ではなくなるといえます。

日本全体で人口減少が進む「下山の時代」であると同時に「人生100年時代」において、人々が心豊かに生活を送るためには、多様な地域間のオープンイノベーションと、「ふるさとづくり」の施策が求められているのではないのでしょうか。

# プロジェクト3年間の歩み

## —総括と課題—

一般財団法人 日本総合研究所  
特任研究員  
黒田 秀雄



### 1. 「日野町魅力化プロジェクト」の概要

2016年～2018年までの3年間、「日野町魅力化プロジェクト」を現地の皆様方のご協力の上で運営・実施しました。最初の2年間は4泊5日、今年は2泊3日で、都会と地元の大学生が、日野町のホストファミリー宅に宿泊。日野町「地域おこし協力隊」メンバーの協力を得ながら、学生たちが日野町で滞在する中からでの様々な体験・経験を通じ、日野町を調査・研究する。その活動の中での若者たちの気づきや発見を、最終日に日野町の皆様の前で発表するプログラムです。3年間でのべ32名の大学生・大学院生が参加しました。

#### ◎参加学生数

	合計	内訳		うち 留学生数
		男性	女性	
2016年	12	4	8	4
2017年	11	7	4	0
2018年	9	4	5	1
合計	32	15	17	5

\*参考データ：  
男性比率46.9%、  
女性比率53.1%

### 2. 学生の提案が実現した魅力化策(2016年・2017年)と今年の提案内容

都会派の学生たちの感性で、毎年、様々な提案を実施。現在のところ、今ある資源を有効活用しながら、日野町の魅力化・活性化を図りつつあります。

2016年提案からの実現内容	
1	インターネットの環境整備(町に予算が計上され環境整備がされた)
2	ひまわり迷路(休耕田の活用)2017年開始・2018年実施中
3	子育て支援策(未実施)
2017年提案からの実現内容	
1	観光用サイクリング用自転車の設置(日野県立高校の未使用自転車)2018年に県から町へ譲渡され、現在活動中
2	おしどり婚姻届け・2017年「いい夫婦の日」から実施中
3	日野町のブランド化の為にSNSの活用(未実施)
4	ひのサポ(廃棄野菜の活用した関係人口への取り組み策)(未実施)

2018年提案内容	
1	日野町での観光・ブランド化(学生たちのSNS活用方法からの提案)
2	農業の収益アップ戦略、空き屋(古民家)の活用(大学生向け)、日野町のイメージカラーとキャッチコピー作り(黄色)
3	週末農業(都市潜在型農業)、空き屋(古民家)の有効活用

### 3. 3年間の総括と課題

「日野町魅力化プロジェクト」は、今年で3年目を迎えており、一応の区切りと考えています。日野町は、奥大山から流れる清流によって、水の水質は素晴らしく農作物(米・野菜)も美味しい。その上で町の方々の温かい人情味と同時に手厚いご支援もあり、3年間学生たちが大きく成長する上でも素晴らしいフィールドを提供していただきました。しかしながら、現実に町を活性化するための主体はあくまでも日野町の住民と行政の一丸となることが中心であり、皆様の活動がなければ町の魅力化や活性化は出来ないことが現実です。

日野町は、周辺に日南町と江府町に囲まれた日野郡に所属します。日野郡は、各町の行政単位はありますが、各町の人口の合計数は10,000人を超えます。これからの魅力化への考え方としては、行政単位を越えた、各町の横断的なコンソーシアムの構築、それをサポートする参謀部隊を作り、コンソーシアムを運営することにより、地域一体となった人口減少への歯止めを掛けていき、魅力化の推進を図ることが望まれます。さらに交流人口と定住人口を増やす施策を考えて実践する必要があると思います。

最後に、「日野町魅力化プロジェクト」のきっかけをお作りいただいた故安田泰敏九段に、衷心より感謝と御礼を申し上げます。残念ながら安田先生は2018年の5月に52歳という若さで逝去されました。心よりご冥福をお祈り申し上げます。



プレゼン大会終了後、埴田町長(後列、左から2人目)とともに