

[実践報告]

地域文化教育による関係人口作り

—茨城県大洗町の取り組みを通じて—

鎌田伸尚*, 萬里小路忠昭**

〈要 約〉

関係人口の創出は、今や地域振興の中心的な課題の1つとなっている。本研究では、地域文化教育を通じて、関係人口の創出の可能性について実践的に実行した取り組みを報告する。

本取り組みでは、2023年度に実施された玉川大学での講義「地域文化論」を地域文化教育の実践の場とし、様々なステークホルダーによる講義等を通じて茨城県大洗町地域について学び、学生が当地のカオスマップを作成するグループワークを通じて課題認識し、最終的にどのように大洗町を捉えたかを観察し、最終的に地域文化教育による関係人口創出の可能性について考察するものである。

キーワード：関係人口、地域おこし、地域おこし協力隊、地域文化教育、カオスマップ、ガールズ & パンツァー

1 はじめに

1-1 研究の背景

我が国の高齢化が進み、65歳以上人口が総人口に占める割合が3割に迫ろうとしており、15～64歳人口は、平成7年に8,716万人でピークに、令和3年には7,450万人と、総人口の59.4%となっている¹⁾。一方、2022年の人口動態統計(概数)によれば、合計特殊出生率は過去最低の1.26で前年の1.30より0.4ポイント低下しており、出生数は7年連続で減少。過去最少だった2021年を4万875人下回る77万747人となり、初めて80万人台を割り込んでいるのが現状である²⁾。

少子高齢化の傾向が増す中、過疎化とも相まって地域の人口減が進み、とくに若年層の減少により、お祭りなど地域の行事も行えなくなるなど地域の担い手不足が大きな課題となっている。総務省は平成30年度、国民が「関係人口」として地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供する地方公共団体を支援することを目的として、「関係人口創出・拡大事業」(モデル事業)が実施されている。現在は、過疎など地方圏における人口減少はさらに深刻化を増す中、地域創生等の動きに加え、関係人口作りの取り組みも上記モデル事業以外にも様々な手法にて全国各地で実施されている。

1-2 研究の目的と方法

本研究は、地域文化教育による関係人口創出の可能性について検証し、課題や今後取り組むべき方向性を明らかにすることを目的としている。

所属：* 観光学部観光学科

受領日 2024年1月16日

** 大洗町 地域おこし協力隊

研究方法は、実際に行った地域文化教育の観察と、その検証を行い、地域文化教育による関係人口創出の可能性と課題、効果などを分析し、今後の関係人口創出の可能性について考察する。

1-3 本稿の構成

本稿では、以下第2節において、関係人口に関する現状を把握し、第3節では今回の実践内容を詳述する。第4節では、本報告のメインとなる実践内容について考察し、課題を抽出するとともに、今後の地域文化教育による関係人口創出の可能性について展望する。

2 関係人口について

2-1 関係人口の定義

関係人口とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉だと総務省は定義し、また、関係人口に対しては、地方圏の人口減少・高齢化による地域づくりの担い手不足という課題への地域外の担い手となることを期待しているとしている³⁾。

関係人口が注目されたのは、「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」(平成28年, 総務省)において、地方圏が地域づくりの担い手の育成・確保という課題に直面していること、また、国民各層が居住地以外の地域と関わる機会が多様化していることに鑑み、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者である「関係人口」に着目した施策に取り組むことの重要性が議論されたことに起因する。

また、「第2期『まち・ひと・しごと創生総合戦略』」(2019年12月20日閣議決定)では、関係人口は、その地域の担い手として活躍することにとどまらず、地域住民との交流がイノベーションや新たな価値を生み、内発的発展につながるほか、将来的な移住者の増加にもつながることが期待されるとし、さらに、関係人口の意義として、創出・拡大は、受入側のみならず、地域に関わる人々にとっても、日々の生活における更なる成長や自己実現の機会をもたらすものであり、双方にとって重要だとしている。

関係人口創出の取り組みには様々なアプローチがあり、総務省は以下の5つに分類し、令和元年度モデル事業として実施している。

a. 関係深化型(ゆかり型)

その地域にルーツがある者等を対象に関係人口を募る仕組みを設け、地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する取組を実施しています。

b. 関係深化型(ふるさと納税型)

ふるさと納税の寄附者を対象に地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する取組を実施しています。

c. 関係創出型

これから地域との関わりを持とうとする者を対象に地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供し、地域の課題やニーズと、関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングするための中間支援機能を形成する取組を実施しています。

d. 裾野拡大型

都市部等に所在するNPO・大学のゼミなどと連携し、都市住民等の地域への関心を高める

ための取組を実施しています。

e. 裾野拡大（外国人）型

地域住民や地域団体等と連携し，外国人との交流を促進し地域（地域住民や地場産業）との継続的なつながりを創出するために行う取組を実施しています。

教育関連で見ると，上記「裾野拡大型」については，各地の大学や中高生を含む生徒・学生が関わる関係人口創出の動きは，統計に表れないゼミやクラス単位での活動などを含め幅広い取り組みが行われているであろう。一方，本研究は，茨城県大洗町・地域おこし協力隊の協力を得て，地域外大学の授業をプラットフォームとして活用し，上記「関係創出型」の取り組みを目指すものである。

一方，関係人口化のきっかけについては，三菱UFJリサーチ&コンサルティングの調査（2023年9月13日発表，https://www.murc.jp/library/report/seiken_230913/）によれば，

● その地域に居住していた	40.4%
● その地域に親戚が居住していた	15.9%
● その地域に観光目的で訪れた	15.6%
● その地域に友人・知人が居住していた	7.6%
● その地域の近くに居住していた	4.0%
● 地域の自然や産業，産品などの影響でその地域に興味を抱いていた	4.1%
● メディアや広告などの影響でその地域に興味を抱いていた	2.4%
● その地域にビジネス目的で訪れた	1.3%
● 地域ゆかりの人物や地域を舞台にした作品などの影響でその地域に興味を抱いていた	1.0%
● その他	7.6%

としている。

「その地域に居住していた」，「その地域に親戚が居住していた」，「その地域に友人・知人が居住していた」，「その地域の近くに居住していた」といった地縁・血縁によるきっかけが関係人口のおよそ7割（67.9%）を占め，観光やビジネス目的での訪問によるきっかけは地域への興味を含め全体の2割程度（21.0%）だとし，一方，メディアや作品等をきっかけとするものが少なからず（3.4%）いることも調査結果から確認された。

関係人口化のきっかけと上記総務省による5分類の相関については更なる詳細研究が必要だが，きっかけの7割が地縁・血縁とする調査結果からも明らかなように，現状は上記5分類のうち「関係深化型（ゆかり型）」が大半を占めていることは疑いがないであろう。

2-2 関係人口に関する動向

総務省関係人口ポータルサイトでは，同省が指定したモデル団体の取り組みに加え，各種取り組みを4つに分類し，計16事例を関係人口の創出に向けた取り組みとして紹介しており，関係人口創出に向けた活動が全国規模で実施されていることが確認できる。

1. 観光資源，天然資源や特産品生産地のオーナー制度，協同保全活動（5事例）

2. 住民と協働した地域づくり活動のサポート (4事例)
3. 地域づくりの学びと実践 (3事例)
4. ふるさと・地域を応援する人大募集 (4事例)

(<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/zenkoku/index.html> より)

なお, 上記2型に分類された事例として「公民連携シェアスペースを連携。創業者×空き家「アキヤアソビ」(有限会社日の出企画, 静岡県)が取り上げられているが, 同社代表者は, 本研究の場となった「地域文化論」Day1のゲスト講師として, 空き家を活かした地域作り・関係人口作りに関する講演(令和5年4月12日)を実施している。

さて, 令和3年度から取り組んでいる「第2のふるさとづくりプロジェクト」(観光庁)も, 新たな国内交流市場の開拓を図るため「何度も地域に通う旅, 帰る旅」という新たな旅のスタイルを目指しており, これも関係人口創出の取り組みとして評価される。

令和5年度には, 「第2のふるさとプロジェクト」モデル実証事業として18の事業を採択し, 課題の抽出及び先進事例の創出を図っている。

(<https://www.mlit.go.jp/kankochu/shisaku/kankochi/anehometown.html> より)

こうした関係人口創出の活性化を受けて, 関係人口に関する意識調査が株式会社ブランド総合研究所により実施され, 令和4年3月29日に公表されている。この「関係人口の意識調査2022」は, 全国約2万人(消費者)を対象としたインターネット調査である。調査結果として, 各都道府県別「関係人口」推定, 移住意欲等を数値化している。各種関係人口創出事業について, その成果や結果を定期的に測り, 進捗を確認することは意義深く, またこうした調査が継続的に行われることが関係人口創出活動を支える一助となろう。なお, 同調査では関係人口の多い都道府県1位は沖縄県, 2位北海道, 3位東京都であるとしている。詳細は, 同調査公表ホームページ<https://news.tiiki.jp/articles/4726>を参照されたい。

関係人口創出のための事業は官公庁や地方自治体のイニシアティブがキーとなっているが, 移住した「定住人口」, 観光・ビジネスを含む「交流人口」, 地縁・血縁者, ふるさと納税者等を含む多様な人々, すなわち「関係人口」創出に向けた各種施策や取り組みは, 自ずとその複雑さを増していく。そのため, 関係人口に関するデータ管理について, 近年のDX(デジタル・トランスフォーメーション)技術を活かしたシステムを導入する自治体が出てきた。

茨城県は, 株式会社キッチハイク⁴⁾が提供する「つながるDX」を令和5年度に導入し, 地域のファンクラブ会員やイベント参加者, 移住問い合わせ者, ふるさと納税寄付者など, 自治体に点在している関係人口データをクラウド上で一元管理し, 課や施策, 事業を横断してデータの統合・分析することで, つながりの深度に応じて最適な情報発信を実現した。また, 関係人口の重なりや人数推移, 属性などの不明瞭になりがちなデータを可視化し, 効果検証の簡易化や業務効率化することも狙っている。また, 同システムに, 新たに移住相談機能が追加されたことから, シームレスな移住相談を実現するべく取り組みを図っていくとしている。

関係人口創出事例は本項冒頭でも示したとおり各種実行されているが, ここで観光による事例を示しておきたい。「お手伝い」+「旅」で, よく知らない地域へ旅するハードルを下げつつ, 地域の人手不足を解消するという「おてつたび」⁵⁾である。

この「おてつたび」は、観光情報以外の地域情報の少なさに加え、交通宿泊費などという経済的な壁や地域コミュニティに入るという勇気や心理的な壁を乗り越えるために、「お手伝い」をきっかけに、報酬を旅費の足しにしつつ、お手伝い（仕事）を通じて自然に地元の方と交流でき、かつ地域にとっても人手不足の解消につながることを目指す、新たな旅の形式である。

地域へのお手伝い+滞在というコンセプトは農業体験等を提供する農家民宿などがすでに実施している例⁶⁾もあるが、「おてつたび」の観光等の交流人口が報酬を得つつ地域の担い手化していく関係人口創出の取り組みは画期的な手法と言える。この手法による「おてつたび先」は全国に渡り1000件以上の募集が行われている（令和5年12月9日、<https://otetsutabi.com/businesses?page=49>から計算）など広がりを見せている。

3 今回の実践報告

3-1 目的

本研究では、地域文化教育を通じて、具体的には、玉川大学観光学部の講義「地域文化論」を場として活用し、茨城県大洗町・地域おこし協力隊メンバーの協力を得て、主に東京や神奈川に居住する大学生が茨城県大洗町における地域の特性や文化を学びながら、同町への関心を高め、最終的に関係人口の創出につながるかを実践的に検証することを目的としている。

3-2 概要

令和5年春学期（令和5年4月7日から同年7月28日まで）に玉川大学が全学の学生（3年生以上）を対象に開講した「地域文化論」（担当：玉川大学観光学部・鎌田伸尚教授）にて、茨城県大洗町を取り上げ、学修の対象とした。

全15回の講義のうち、合計9回を茨城県や大洗町に関する講義及びグループワーク演習を含む学修・研究に当てることとし、地域文化教育による関係人口創出の可能性を探ることとした。

「地域文化論」の講義は全15回（1回あたり、50分授業×2コマ）で行われ、そのうち、本研究に係る部分としては、大洗町に関係する各ゲスト講師陣による講義はDay4, 5, 6, 7, 8で実施し、地域課題の抽出や取りまとめ等グループワーク演習はDay11, 12, 13で行った。演習にあたり、その取りまとめはカオスマップ⁷⁾を利用することとし、最終的に参加可能な講師陣を交えたグループ演習発表をDay14で実行した。そして、関係人口創出にかかる検証は学生へのアンケート（関心度調査）および実際の大洗地域への訪問件数等を総合し考察することとした。

「地域文化論」講義全体の進行は以下の通り。

Day1：オリエンテーションおよび有限会社日の出企画・山田様による講演

（タイトル：空き家を活かした地域作り・関係人口作り）

Day2：地域文化論とその研究アプローチについて講義

Day3：RESAS⁸⁾についての講義及びワークショップ

Day4：「茨城県について」講義（講演）

（茨城県の文化、歴史、産業等の地域特性、地域活性や地方創生に関して取り組んでいること）

ゲスト講師：茨城県 計画推進課 小谷太堂係長・高田みどり主任

茨城大学人文社会科学部 西野由希子教授

Day5:「大洗町について」講義(講演)

(大洗町の文化, 歴史, 産業等の地域特性, 地域活性やまちづくりに関する取組等)

ゲスト講師:大洗町 まちづくり推進課 海老澤督課長

大洗町 地域おこし協力隊 宮本史郎隊員

Day6:「大洗町の観光について」講義(講演)

(大洗町の観光業の取組と課題等)

ゲスト講師:一般社団法人大洗観光協会 大里明会長

株式会社Oaraiクリエイティブマネジメント 常盤良彦代表

Day7:「大洗町の地域事業者」による講義(講演)

(大洗町の水産加工・販売やアウトドア・レジャー業を展開する事業者の取組等)

ゲスト講師:株式会社カジマ 惣菜かじま 梶間千萩店長

大洗キャンプ 光又新二事業統括責任者

Day8:「大洗町の地域事業者」に関する講義(講演)

(大洗町の「暮らし」の提案や「特産品」の販促などに取り組む事業者の取組等)

ゲスト講師:株式会社ハイド&ルーク 廣岡祐次代表

わづくる株式会社 平間一輝代表

Day9:観光ブランド論(講義)

ゲスト講師:経営ブランド塾 畑井貴晶様

Day10:演習の手法に関する講義及び使用する分析フレームワーク(カオスマップ)についての解説と試行

Day11-13:グループワーク演習

Day14:グループワーク演習の発表と講評

Day15:講義総括

3-3 実践方法および内容

本研究における, 詳細な実践方法及び実践内容は以下のとおり。

3-3-1 実践方法

実践方法としては, ゲスト講師10名による講義(5回), 大洗町の課題を考えるグループワーク演習(3回), 発表と講評(1回)の全9回にて, 地域文化教育による関係人口創出の可能性を探った。

3-3-2 実践内容

大洗町に関係する各講師陣による講義はDay4, 5, 6, 7, 8で行い, また, Day11, 12, 13を用い, 地域課題の抽出や取りまとめ等グループワーク演習を実施した。最終的なグループ演習の発表をDay14に実施した。詳細は以下のとおり。

〈Day4〉

(1) 茨城県政策企画部計画推進課・小谷太堂係長と高田みどり主任, (2) 茨城大学人文社会科学部人間文化学科・西野由希子教授をゲスト講師に, 茨城県の地域概要や地域活性化の取り組み等についての講演を実施した。

(1) 小谷氏・高田氏から「茨城県の地理・交通・人口・産業等の地域概要」について講演いただいた。

日立市を中心にものづくり産業が集積する臨海部と自然や観光資源が豊富な山間部に分かれる県北エリア、県庁所在地である水戸市を中心に、経済・文化・観光の中心地である県央エリア、海や湖に隣接し、養豚業や水産業などが盛んな鹿行エリア、東京圏に隣接し交通網の利便性が高く「つくば市」を中心に科学技術の拠点となっている県内エリア、大規模な園芸産地を形成しながら伝統地場産業も豊富な県西エリアと、同じ県でも5つのエリアによって地域特性に違いがある点が取り上げられた。

また、産業としては、経済活動別総生産（名目）の特化係数が農林水産業、製造業、専門・科学技術の分野においては国との比較で高い数値になっている点、産出額全国3位の農業については、「茨城かんしょトップランナー産地拡大事業」を中心とした農家の所得拡大を推進している点についての講話があった。

さらに、魅力発信No.1への挑戦として、日本三大庭園である偕楽園の新たな交流拠点としての発信活動や県産農産物のブランド力強化が挙げられた。移住・関係人口創出施策として、ポータルサイトを活用しての情報発信、その他にも移住支援金制度やふるさと県民登録制度、地域おこし協力隊の活動事例等が紹介された。講演の最後には、「茨城県を体験しに来てください」というメッセージが学生たちに伝えられた。

(2) 西野氏から「市民が中心となった地域活性化の取り組み事例」について講演いただいた。

1つ目の事例として、常陸大宮市の市民大学講座の開設やまちづくりシンポジウムの開催、森を活かしたまちづくり共同研究の取り組みが取り上げられた。その中で、2009年に立ち上がったまちづくりシンポジウムを通じて市民ネットワークが形成され、市民有志によるプロジェクト（水郡線SLに手を振っちゃおう！プロジェクト）に展開されたケース、2008年のティファニー財団賞・伝統文化振興賞を受賞した「西塩子の回り舞台保存会」の継承が市民中心に行われたケース等が紹介された。

2つ目の事例は、つくば市の人口減少が進む8地域における支援の取り組みが取り上げられた。その中で、市民主体の地域協議会が結成され、上郷における伝統芸能「田倉の三匹獅子」が36年ぶりに復活したケース、大曾根・花畑・筑穂におけるまちあるきなどのマップが地元市民主体でつくられたケース等が紹介された。

その他にも、1982年に36名の有志出展者で開始した笠間市の「陶炎祭」の事例、食・音楽・映画などいろんなジャンルを組み合わせさせた水戸市の「あおぞらクラフトいち」の事例、小美玉市の市民主体のシティプロモーション「Omitama Shigoto/TOWN JOURNAL」事例等が紹介された。講義の最後には、「本日の講義を受けて、学生にできることはなんでしょうか？／あなたは何をしますか？」という問いが学生たちに伝えられた。

〈Day5〉

(1) 大洗町まちづくり推進課・海老澤督課長と(2) 大洗町地域おこし協力隊・宮本史郎氏をゲスト講師に、大洗町の地域概要や地域活性化の取り組み等について講演を行った。

(1) 海老澤氏から「大洗町の成り立ち・産業・文化・教育等の地域概要」について講演いただいた。

ここでは、町の発展の礎となった「原子力」「港湾」「観光」の3点を取り上げられた。「原子力」は日本原子力研究開発機構の役割や高温熱を用いて水から水素を製造する技術について、「港湾」は大洗-苦小牧をつなぐ長距離フェリーや外国クルーズ船の寄港といった大洗港の強みについて、「観光」は西洋から導入された近代海水浴の普及から旅館、観光スポットが拡大していった流れや2011

年の東日本大震災の復興として出てきたアニメ「ガールズ&パンツァー」の聖地について、それぞれ講話がなされた。

また、地域経済については第3次産業が町の生産を支えている一方で、地域住民の町外での消費額（地域外への流出）が多くなっているデータから、地元での消費促進や観光消費の拡大が町の発展には欠かせない点が課題として挙げられた。

さらに、海の町ならではの浜言葉という方言、みつだんごやたらし焼きといった大正時代から続く食文化、正岡子規をはじめ大洗町が登場する文学作品、未来を担う人材を育てるまちとして英語教育の環境整備といった文化・教育等についてお話しされた。講義の最後には、「大洗町の豊かな自然環境をぜひ体感しに来てください」というメッセージが学生たちに伝えられた。

(2) 宮本氏から「大洗町での生活や地域おこし協力隊の活動」について講演いただいた。

約17年間勤めてきた広告会社を退職し、大洗町に移住した経緯が語られた。2011年の東日本大震災や2020年以降のコロナ禍という災間期を越えて、健康で穏やかな暮らし方にシフトしていこうという思いや、インターネットやIoT、ロボット家電、自動運転等の最新の技術を使いこなしながらも、自然豊かな環境で新しいライフスタイルを見つけていこうと思いが重なり、大洗町への移住や地域おこし協力隊に着任することを決めたなどと話された。

また、地域おこし協力隊として取り組む「ふるさと納税」について、制度の仕組みや寄附額の推移データの紹介から、大洗町のマーケティング施策として地域の事業者に賛同を得ながら返礼品数を拡大してきた活動、webページの訴求にストーリー性を入れた文章や美しく見えるクリエイティブにしていた活動について講演した。

さらに、次の時代を見据えて負荷をかけない生活や電力を自給自足するオフグリッド生活を大洗町で実現したいと、今後の暮らし方の展望についてお話しされた。講義の最後には、「都市と地方を取捨選択する考え方ではなく、都市も地方も止揚する考え方が今後地域を捉えていく際に大切になる」というメッセージが学生たちに伝えられた。

〈Day6〉

(1) (一社)大洗観光協会・大里明会長と(2)(株)Oaraiクリエイティブマネジメント・常盤良彦代表をゲスト講師に、大洗町の観光概要や観光振興の取り組み等についての講演が行われた。

(1) 大里氏から「大洗町の観光地としての歩み」について講演いただいた。

黎明期となる明治から逆境期となる平成、そして現在から今後についてが取り上げられた。明治期は、鉄道や旅館が発展していき、病気治療のために海水につかる潮湯治からレジャーとしての海水浴にシフトしていき、観光地・大洗が形成されていった。その後、平成期はJOC臨界事故による風評被害や東日本大震災からの復興として2012年に放映開始をした「ガールズ&パンツァー」のファンたちと地域を活性化していったという。

さらに、現在に至るここ数年のコロナ禍では、町内の店舗を救済するクラウドファンディングの実施、観光協会の事業戦略チームによって企画された海辺で読書を楽しむことができる「砂浜図書館」、大洗の一隅を照らすをコンセプトに大洗の様々なスポットを照らす「うみまち照らす」といった活動が取り上げられた。

また、その土地の社会的・経済的・歴史的・文化的な背景を踏まえ、地域コミュニティにおける生活・暮らしそのものを現場で体験しながら、その生活・暮らしを地域の住民とともに育む「生活観光」と

いう新しい旅のスタイルについてのお話があった。講義の最後には、「大洗町が今後目指す観光の形は、観光地なのか？ 保養地なのか？ いろんな考え方がある」というメッセージが学生たちに伝えられた。

(2) 常盤氏から「大洗町が舞台となったアニメによるコンテンツツーリズム」について講演いただいた。

アニメコンテンツをどのように町へ広めていったのか、どのように地域活性化につなげていったのかが取り上げられた。2011年の東日本大震災の復興をしている中で、大洗町の風景を忠実に再現し、戦車道をテーマにしたアニメ「ガールズ&パンツァー」の話をもらったという。黎明期は地元イベントや商工会、商店街等とのコラボからスタートし、1つずつ結果を出しながら町を巻き込んでいったと話されていた。

さらに、発展期にはキャラクターの等身大パネルを作成し、商店街の各店舗に設置をしていった活動や全盛期には毎月2回のガルパン相談会を開催し、新たにやりたいことやつくりたいものを誰でも相談できる窓口を設置した活動についての話があった。

また、大洗町内と町外で様々な活動を行っていたら、商店街の地元住民とアニメファンとの間にコミュニケーションが生まれ、何回来ても面白いまちでおかえりやただいまと言ひ合える実家のようなまちができていたという成果についてお話された。講義の最後には、「コンテンツを少しずつ町へ広めて地域を盛り上げる仕組みをつくってきたが、結局大切なものは人にある」というメッセージが学生たちに伝えられた。

〈Day7〉

(1) (株) カジマ・梶間千萩氏と (2) 大洗キャンプ・光又新二氏をゲスト講師に、各事業の概要や取り組みについての講演が行われた。

(1) 梶間氏から「水産加工業(BtoB事業)から小売業(BtoC事業)への転換」について講演いただいた。

首都圏から近く太平洋沖や鹿島灘など水産資源に恵まれた漁業地についてが取り上げられた。最盛期には100社程度の業者数だったが、価格競争によって国内から海外へ加工場が移っていく中で、カニ等を全国の卸売市場や商社に卸すカジマも転換期を迎えていた。その後、2011年の東日本大震災で約2ヶ月に渡って営業ができなかったことをきっかけに、地域との繋がりを持てる場所を自分たちでつくろうと小売業の開業に踏み切り、そこから培ってきた高い技術力と品質で選ばれてきたカニをより身近に感じてもらいたいと「ずわいがにたっぷりコロッケ」を開発し、2018年には全国コロッケフェスティバルで茨城県勢初のグランプリを獲得し、さらに、地元イベントだけでなく町外のイベントや全国区のフェスに出店し、認知度を高めてきた活動についてお話しいただいた。

また、地域の方々やファンの方々との繋がりとして感謝祭の開催や地域の子もたちとの関わりとしての職場体験の実施、コロナ禍に実施したクラウドファンディングの支援者に感謝の気持ちを伝える手書きメッセージの送付といった活動についてお話された。講義の最後には、「かじまに関わるみんなが楽しさを感じてくれることによって、大洗町全体にもその楽しさが広がってほしい」というメッセージが学生たちに伝えられた。

(2) 光又氏から「キャンプとまちづくり」について講義いただいた。

その中で、「キャンプの魅力とは何か?」「なぜ大洗でキャンプなのか?」という2つの問いから大

洗キャンプの目指している取り組みについて取り上げた。海や森, 五感体験といった環境資源から地域環境を味わう, 観光スポットや商業施設といった観光資源から人の流れを創出する, 地域のお店や食といった地域資源から雇用を創出する, 学校教育や家庭教育といった教育資源から自然学習を体験する。この4つの資源を活用し, キャンプのまちをつくるという考え方が紹介された。

そこから, 大洗での取り組みとして, 環境軸では海の景観ブランディングや海のゴミ拾い活動, 観光軸では県内最大規模のキャンプイベントの開催やレンタサイクルの貸出, 地域軸では漁師とのコラボや温泉施設との連携, 教育軸では県内外の学校の受け入れや地域の子供たちの遊び場の開放等の活動についてのお話があった。

また, 大洗キャンプはキャンプ場だけの活動に留まらず, 町全体や県全域で魅力を捉えて, 高水準のアウトドアカルチャーの創出を目指していきたくと今後の展望についてお話しされた。講義の最後には, 「頭を使うこと以上に, 自分の足で, 自分の感性で地域にいる人と話してみるとできることも増えていく」というメッセージが学生たちに伝えられた。

〈Day8〉

(1) (株) ハイド&ルーク・廣岡祐次代表と (2) わづくる (株)・平間一輝代表をゲスト講師に, 各事業の概要や取り組みについての講義が行われた。

(1) 廣岡氏から「大洗発の情報発信ポータルサイト」について講演いただいた。

その中で, 自社で運営を行う「ARISE GIFT」の立ち上げから大洗町のポテンシャルについてのお話があった。前職で大洗と関わり, 町が好きになり, 2019年に町に会社を設立して店舗やイベント情報の発信や特産品や自社商品のネット通販の機能を持ったポータルサイト「ARISE GIFT」を立ち上げることで町の産業支援を行っているということであった。

東日本大震災で観光客や海水浴客が減少した中, 「ガールズ&パンツァー」の普及によってアニメの聖地となり, 2019年のあんこう祭には13.5万人が来町した。また, 当初はアニメファンという立場から町に関わったが, 商店街のお店の人たちとの交流が盛んになったことで, 次第に町に行く理由がアニメからその人に会いに行くことに変わり, 大洗町のファンになっていったとのことであった。

そのファンたちによる土台ができたからこそ, コロナ禍に実施された大洗の店舗を救済するクラウドファンディングでは4680万円を超える支援金額が集まったという。さらに, その後も砂浜図書館などの新しい取り組みによって, 新たな町のファンが形成されていった経緯をお話しされた。講義の最後には, これらの取り組みからわかることとして, 「大洗には人と人が直接コミュニケーションを行うという商売の本質がある」というメッセージが学生たちに伝えられた。

(2) 平間氏から「大洗発のサブスクリプションサービス」について講演いただいた。

講演では, 自社で運営を行う「OURoom」の立ち上げから地域での生活についてが取り上げられた。大洗町で生まれ育ち, 大学卒業後に都内の人材会社に就職, その後茨城県の地方創生プロジェクトに参画したことをきっかけに, 2020年に大洗の観光まちづくり会社にUターン転職。2022年に町に会社を設立し, 別荘サブスク「OURoom」の展開を始め, 新しい暮らし方の提案を行っているという。

コロナ禍でのテレワークという働き方やテクノロジーの発展等によって, オンライン化していく社会は場所の制約をなくし, より自然の中でのびのび暮らしたい, 自分の趣味を楽しみたいという想いが出てくる。そのような時に, 都心と地方, どちらの選択もできる自由な暮らし方, お気に入りの居場所が地域にある暮らし方の必要性は高まるとお話しされた。

また、地域にある別荘での暮らしが人を惹きつける理由として、都心ではできない暮らしが地方にはあり、それは決して豪華な別荘で美味しいご飯を食べるといった華やかなスタイルではなく、地域の人との交流や地元の食材を食べるといったことが挙げられた。そして、その地域に根ざしたスタイルこそがOURRoomで実現したいことだとお話しされた。講義の最後には、「いろんな地域を旅して、その暮らしを体験してみてください」というメッセージが学生たちに伝えられた。

〈Day11〉

大洗町地域おこし協力隊・萬里小路氏から、全5回（Day4, 5, 6, 7, 8）のゲスト講義を振り返り、グループワーク演習課題となる大洗町の課題について提示された。

振り返りでは、改めて「地域文化とは何か？」を考えた。その一つの考えとして「何か特定の要素なのではなく、その地域で形成されるすべてが地域文化になりえる」との再認識を行った。

〈Day14〉

大洗町の現状を把握し、課題を抽出しながら、顧客ターゲット層を絞り、関係人口を増加させるための取り組みをまとめるため、3週（Day11からDay13）はグループワーク作業を行い、Day14はそのグループ発表を行った。

3-4 実践の結果および成果

本研究は、地域文化教育を通じて地域の特性や文化を学びながら、地域への関心を高め、地域文化教育が関係創出型の関係人口創出に繋がるかについて、その可能性や課題を探るものである。

この度の実践を通じ、玉川大学「地域文化論」の講義を関係人口創出へのチャレンジの場としたことは、(1)履修学生が、授業の一環として真剣に対象地域に対して向き合う機会になり、且つ(2)ゲスト講師陣が、観光誘致や宣伝ではなく、同地域の特性、文化、産業等専門とする立場から教授することで真の地域に暮らす人々の営みを披露し、さらに(3)学生のグループワークによる実践的な地域研究により、地域への関心と共に地域課題のリストアップや分析および講師陣へのフィードバックを行うことで、関係創出型の関係人口創出を目指した。その結果として、「これから地域との関わりを持つようとする者を対象に地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供し、地域の課題やニーズと、関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングするための中間支援機能を形成する取組」を実施することができたと言えよう。

加えて、5回のゲスト講師の講演後に学生にアンケートを実施し、実際にどの程度関係人口の創出に効果があったかを測った。

以下、アンケート調査にある通り、講義前は大洗地域について知らないとする学生が5割以上（設問1の回答に対し「知らなかった」が52.6%）いた現状から、講義後の大洗地域への関心（設問4）に対し「とても関心を持った」が86.8%、「やや関心を持った」が13.2%と履修学生の全員が関心意向を示している。加えて、訪問意向（設問5）もおおよそ半数（44.7%）と向上したことに表れているように、「関係創出型」を目指す本実践では一定の成果があったと言えよう。

3-4-1 学生へのアンケート調査

アンケートでは、「地域を盛り上げたいという強い思いが地域をより良くしていく」「地域の方々が本気になって事業へ取り組むということが地域自体を盛り上げる」「皆さんが大洗町を心の底から愛しているからこそどんな困難があっても突破していける」という3点を取り上げ、「より多くの大洗

町に暮らす人たちがそういった思いと行動になったら」という仮説を提示し、グループワークの課題を「大洗まちづくりカンパニーの代表として、大洗町に暮らしている人（=町民）に対してまちへの誇りや愛着をより持ってもらうために大洗の魅力を整理する」こととした。

アンケートは以下の通り。

対象：玉川大学2023年度春学期「地域文化論」履修学生 38名

質問項目：

1. 講義実施前の大洗の認知度について
2. 講義の理解度について
3. 学びになったゲスト講義について（アンケート結果は割愛）
4. 講義実施後の大洗への関心度について
5. 講義実施後大洗町現地への訪問意向について
6. 全5回のゲスト講義で学びになったことや今後役に立つと感じたことについて
7. 全5回のゲスト講義で特に印象に残ったこと
8. 全5回の講義で講義の中で不明だったことや疑問に思ったこと
9. その他、全5回の講義に関しての感想や意見など

アンケート結果詳細（n=38）：

1. 講義実施前の大洗の認知度
 - 行ったことがある：7（18.4%）
 - 行ったことはないが知っていた：5（13.2%）
 - 聞いたことがある：6（15.8%）
 - 知らなかった：20（52.6%）
2. 講義の理解度
 - とても理解できた：26（68.4%）
 - やや理解できた：12（31.6%）
 - あまり理解できなかった：0（0.0%）
 - 全く理解できなかった：0（0.0%）
3. 学びになったゲスト講義
 - 割愛
4. 講義実施後の大洗への関心度
 - とても関心を持った：33（86.8%）
 - やや関心を持った：5（13.2%）
 - わずかしが関心を持てなかった：0（0.0%）
 - 全く関心を持てなかった：0（0.0%）

5. 講義実施後大洗町現地への訪問意向

行きたい：17 (44.7%)

行かない：21 (55.3%)

6. 全5回のゲスト講義で学びになったことや今後の役に立つと感じたこと

- ・観光をする際の観光地や食事
- ・食の面や、地域の文化、特徴などさまざまな点で細かな工夫がされていて、大洗に魅力が詰まっていると感じた。
- ・この授業を受ける前に大洗に行った時には普通の観光地という風にしか思っていないかもしれませんが、授業を受けて大洗の観光に携わっている方々の熱意をとて感じました。
- ・大洗町の魅力を人に伝えるマーケティング力が1番学びに繋がった。
- ・様々な観点からしっかりと街づくりに貢献をすることができる。
- ・1つの地域に、これだけの方々が盛り上げようと協力し合っているのは知らなかった。地域を盛り上げるための企業努力や事業に力を入れている実態を知れてよかった。もし自分が将来とある地域を活性化させようとなった時、これまでの5回分の講義を参考に実践してみたいと思う。
- ・大洗はこれまで大洗港のイメージしかなかったが、ただ経由地としていくのではなく大洗をメインに行っても楽しそうだと感じた。
- ・ガルパンの影響がすごいなと思いました。
- ・震災やコロナといった困難にも諦めずに取り組めば多くの人々に支えてもらえるのだと感じた。
- ・大洗町のことを5回にわたって学んで、地域がどのようにマーケティングしていけば活性化されていくのか、それがどのように定住人口に繋げていけるのか詳しく聞き、学ぶことが多くありました。私自身、ゼミでゼロイチ活動を行っていて、自分で企画したオリジナルスモージーを販売して、ビジネスの難しさや今後の課題を見つけました。この5回で学んだことを活かして私自身のゼロイチにも繋げていきたいです。
- ・全ての講義を受けて1番感じたことは人の力は無限大だなって思いました。魅力をありのままに伝えることは難しい中で、大洗のように魅力を世界に伝えることができれば日本の観光立国は進むんだらうなと思いました。地域創生に興味がある身として地域へのアプローチはさまざまな方法があるのだなと思いました。
- ・大洗町は、何が人気で何に苦しんでいるのかがわかった。また、利益を上げていくためにはどのような活動をしていけばいいのかがわかった。
- ・観光地はその地でしか味わえない文化や人との出会いなのだと感じました。大洗町は存じ上げなかったのですが、第5回の講義を聞いて多くの魅力を感じ、非常に訪れたいと感じました。特にめんたいパーク大洗や、大洗の海を感じて、温泉に行きたいと感じました。誰かに行きたい！と思わせるような講義で、非常に有意義な時間でした。私自身、旅行業界に就職する為、今回の講義は誰かに魅了を伝えるという面で、人に伝える力を学ぶことが出来ました。
- ・まちおこしのために、ガルパンなどのアニメーションを1から作る“行動力”が

すごいなと思いました。

- ・観光分野だけではなく、今後いつかは必ず直面するような問題に対して改めて気付かされることができた。また、マーケティングや生き方などあらゆる分野から経済という大きな枠で学ぶことができた。
- ・今まで名前も聞いたことない地域だったため、毎回の講義のたびに新しいことを知ることができ、とても興味が湧いた。
- ・既存概念に囚われず広い視野で事業を展開する点は今後に活かすべきであると感じた。
- ・これからの進路で迷っている部分があったので、このような進路もあるんだなと思うことが出来た。
- ・どんな視点を持って、地域を盛り上げていくのか。集客することの大変さがわかった。
- ・大洗町では自分たちが思っているよりマーケティングのことを考えていたり、沢山の人が行動を起こしていることを学んだ。
- ・全5回の講義で、大洗町についてより興味を持ち実際に行ってみたいと思いました。
- ・最後の授業の別荘サブスクはとても興味深かったです。居場所が2つあるという題名であったり、別荘にサブスクという興味をそそるものであったりすごく良いものだなと思いました。
- ・カジマさんの食の観点から大洗町の町おこしについてお話いただいたこと、ガルパンというアニメの観点から大洗のファンを増やしていったこと、これまでやってきたことだけではなく、これからも新しいことを始め、広告として発信していくこと、これらの全てが自分にとって学びになりました。
- ・何かを続けて行うことは共に頑張ってくれるメンバーがいること、とりあえずやってみる精神も大事であること、自分が信じた道を貫き通すこと。
- ・地域の人と協力して、地域を盛り上げることが大切だと感じました。また、地域を盛り上げたいという強い思いが、地域をより良くしていくのだと思いました。
- ・やろうと思ってる人の信念や、一緒に進めていく人の協力など人と気持ちが強いからこそできたものであると思いました。講義して下さった皆様の人柄や思いを強く感じました。
- ・何かビジネスを始めるときは、すぐにイベントを行うのではなく、人とのつながりを作り、さらに情報を流して理解を得てからイベントを行うことが大切であるという話が印象に残り、また、今後役に立つと感じた。
- ・地域の魅力は、特産物や資源だけでなくそこに住む人の魅力が大きいと思いました。私は、普段ホテルのゼミに所属してるので、最後の平間様のお話は大変興味深かったです。非日常を体験するホテルとは違い、地域に溶け込むスタイルのサブスク別荘はホテルとは違う魅力があると感じ新しい発見でした。
- ・新しいチャレンジや地域住民との協力が非常に大切であることがわかりました。そこから生まれるビジネスもあるからこそ、街が発展していくと感じました。
- ・大洗の方々の人間性があるからこそ、ここまで大洗の観光産業が発展したのだなと感じました。自身の地元でも地域を盛り上げようと様々な活動をしてくださる方々がいらっしゃいますが、町民があまり協力的ではないため、うまく軌道に乗らな

いのではないかと思いました。

- ・大洗という街のことを詳しく知ることができてとても面白かったです。大都市以外の観光の取り組みについて詳しく説明して頂き、各地で沢山の観光政策が行われているんだろうなと思いました。
- ・茨城県大洗町の観光におけるイベントやまちづくりについて詳しく知ることができた。
- ・学びになったことは、やはり地域のファンへ繋げて行くためには、訪れてきてくれた方と地域の方々へ交流を作ることが必要不可欠だと思った。また、地域の方々が本気になって事業へ取り組むということが地域自体を盛り上げるために重要なことなのだと思った。
- ・大洗という小さな町でこんなに幅広いビジネスが展開されていることが驚きでした。
- ・地方に移住することは難しくても関係人口の1人としてなることができると思った。
- ・小さな町でもクラウドファンディングを活用することで地域を活性化できることを学んだ。
- ・大洗へ観光に行く時はひたち海浜公園や大洗水族館など大きな施設にしか訪れたことがなかったため、今回様々な事業や取り組み、新しく知るガールズパンツァーによる町おこしなど地域全体が各方面でチャレンジすることがとても印象的で魅力を感じた。それぞれ別の分野で成果をあげているが、それらの目的が大洗の魅力発信のためという共通のモットーがあることで、大きな力を見出し、発展を遂げていることがわかった。
- ・お話を聞く中で、やはり皆さんが大洗町を心の底から愛しているからこそどんな困難があっても突破していけたり、地域の方と協力しながら観光促進をされている姿に感銘を受けました。何事にも自分が成し遂げたいことには真っ直ぐに取り組んでいくことが大切であると学びました。

7. 全5回のゲスト講義で特に印象に残ったこと

- ・蟹がとても美味しそうでした。
- ・美味しい食べ物が多くて、行ってみたい。
- ・食だけでなく、アニメなど観光とはかけ離れたことを繋げているのがすごいと思ったからです。
- ・ガルパン
- ・アニメによる地域活性化
- ・斬新な食べ物などを新しく作って、賞を取ったりなどしているのは素晴らしいと思った。
- ・大洗港に行く予定があるので、そこから近いめんたいパークなど
- ・大洗にも星は降るなりを観たことがあってどんなどころだろうと思ったら自然豊かで楽しそうだとおもいました。
- ・アニメを使った街おこし
- ・大洗町の雰囲気、地域のみんなで町おこしをしよう、全国に広げようという気持

ちがとても伝わりました。

- ・コンテンツツーリズム
- ・人を呼び込むために色々な活動をしている点
- ・興味を感じた所は, 自然が多い所です。関東に位置していながら, 海に面しており, 自然な豊かな分, 新鮮な食べ物が沢山あるため, 自然に囲まれた街は素敵だと感じました。造られた街でなく, 自然から成り立っている街である為, 小さい街でならの魅力が沢山詰まっているのだと感じました。
- ・綺麗な海(自然)が綺麗で, 海鮮がとても美味しそうだと思います。一度は訪れてみたいです。
- ・立地や土地を生かしたサービス。～市ではなく, ～町なので五回の講義前はそこまで大きな町ではないのか, と考えていたが, たくさんの町おこしを考えている方々やサービスが数多くある点。
- ・地域おこしが想像以上に活発で活気あふれる町であり, 人と人のつながりがとても重要なことがより理解することができた。
- ・大洗町にしかない魅力を沢山紹介してくれたから
- ・コンテナハウスの別荘についてで, リーズナブルな価格で泊まる事が出来るから。
- ・リラックスできる環境があると思った。魅力を感じた。
- ・色々な観光スポットがあるということ
- ・お話の中で出てきた図書館や市場など実際に行ってみたくてと思いました。また, 3回目の講義で出てきた市場の立て方など詳しく知ることができ良かったです。
- ・アニメや観光業, 旅先のキャンプや別荘などいろいろな事業がある点がとても興味をそそられました。
- ・新しいことを始めるのは, 周りからの反対もあり非常に怖いことですが, どんどん挑戦していく大洗町を活性化している方々は素晴らしいと思いましたし, 大洗町に行きたいと思いました。
- ・興味関心を持った理由としては, OURRoomを利用したくなったからです! 友達と行けたらとっても楽しそうです!
- ・かにやケーキのようなお寿司が印象的でした。OURRoomにも泊まってみたいです。
- ・特にかじまさんの食の回がとても興味がありました。大洗町のことを全然知りませんでした, とても知ることができました。
- ・様々な観光コンテンツがあることがとても興味深かった。自分は湘南出身であるが湘南は大洗町の海のように海鮮は全く取れず, 海水浴もできて海鮮も豊富であるということに魅力を感じた。
- ・私の地元清水も水産が有名であり, 観光資源もあるので, 地元で少し近いものを感じたので当初から興味を持っていました。さらに, お話を伺うにつれて街に住む人々が一体になって活動していることなど住む人の魅力を感じ興味を持ちました。
- ・食, レジャー, キャンプ, アニメなど様々な分野で魅力があり, 地域文化が形成されていることがよく分かったからです。
- ・お話を聞いている限り, 全世代の方々から大洗の観光政策について理解してもらい, 協力を得られているように感じました。その点で, 自身の地元とは異なること

思い、違いを知りたいと思いました。

- ・アニメの力でとても大きな観光地化が進んでおり、とても興味深かったです。
- ・興味を持った点はある祭りをはじめ大洗町のイベントやサーフィン、キャンプなど様々なことを知れた
- ・まずは、大洗の町自体を知らなかったもので、授業を通して様々な魅力、資源を知ることができ訪れたいという気持ちになった。また、全て話してくださる方の大洗への愛が強く、そのような人を生み出している地域へ訪れたいと思いました。皆様行っている事業内容や形態は全く違いますが、1つのチームになっているようなそんな印象を受けました。
- ・食をメインに旅行に行くことが多いので、かじまさんのお話がとても興味深かったです。
- ・地域活性化ということに本格的に取り組んでいる姿がカッコよかった！
- ・正直、茨城県自体が魅力度ランキング最下位という印象が強く、観光に行きたいと思うことはなかった。しかし、実際に話を聞くと、食べ物、レジャーなど観光施設も充実していて、ぜひ行きたい場所の一つになった。
- ・お話を聞いて感じたように、大洗の人や地域文化はとても暖かく、友達や家族のような親近感があるのが身に染みて実感することが出来た。東京などの都市部の雰囲気させるのではなく、大洗の県民性・環境に合わせた大洗ならではの魅力を強みとして、全力で取り組んでいることに興味を持った。また、自分が知らないだけで多くのジャンルの魅力があることから、大洗に行きたいという気持ちになった。
- ・やはり講義の中で多く出てきた「ガールズ&パンツァー」は印象に残り興味を持ちました。また、色んな分野（アートや宿泊施設、イベントやアニメなど）からの取り組みで実際に訪れたらどんな感じなのだろうと関心が湧きました。

8. 全5回の講義で講義の中で不明だったことや疑問に思ったこと（任意回答）

- ・ガルパンの女性ファンの増やし方
- ・大洗町で、コロナ前とコロナ後で旅行の場所や人気が出た場所など、変わったことはありますか？
- ・どのように地域の住民の方々の理解や協力を得られたのか、反対していた人、している人にはどのようなアプローチをしているのかを知りたいと思いました。

9. その他、全5回の講義に関してのご感想やご意見など（任意回答）

- ・久しぶりにガルパンに触れることができ、もう一度見返そうと思いました。聖地巡礼も女性が1人やオタク友達でできるような環境があるととてもありがたいと思いました
- ・就職活動の影響で休んでしまった部分もあるのですが大洗の街全体で様々な取り組みを行っているのを初めて知りました。
- ・5回の授業を通して、自分にも活かせる内容や学べることがたくさんありました。
- ・この5回のゲストのお話を楽しく聞かせていただきました。もし自分も大洗町のように活性化できたら楽しいんだろうなと思いました。貴重なお話ありがとうございました

ございました。

- ・大洗町必ず訪れたいと感じました。もし、チャンスを下さるなら、ツアー企画参加させていただきたいです!!! ツアー企画に参加出来なくても、必ず訪れたいと思います。第5回の講義ありがとうございました。
- ・町おこしという観点に興味があり本講義を受講したので、これらの大洗町を例にし、自分なりに自分の地元や故郷での地元おこし、町おこしについて考えてみたいと感じた。
- ・大洗町について沢山の情報を知ることができました。大学生のうちに一度は訪れてみたいと思います。
- ・今まで知らなかった、地域について知ることができた。話を聞いていると、魅力的な所が沢山あって、興味がわきました。
- ・大洗町行きたいです! よろしくお祈りします!!
- ・講義をしてくださった皆さんが大洗町を愛しているのを感じ、それこそが町の魅力だと感じました。私は地方創生、地域活性化に興味がありそのような軸で就活をしているので大変参考になりました。ありがとうございました。
- ・初めて、1つの地域に対して様々な見方をしたため、とても良い機会でした。
- ・皆さんすごくやりがいと愛を持ってお仕事されているのが印象的でした。社会人になることに嬉しい気持ちや楽しみな気持ちがなかったのですが、皆さんのような社会人になりたいと思いました。

3-4-2 講義後の現地訪問について (成果)

講義の後、大洗町を訪問した学生数：4名

※現地にきて町案内をした学生の訪問後の感想 (抜粋)：

- ・初めての大洗を満喫させていただきました。講義でお話を伺っている時にも感じたのですが、大洗を盛り上げていこうとしている皆さんの若さに驚きました。大洗に住んでいる人、外から大洗に来た人がそれぞれの視点でそれぞれのやり方で大洗を盛り上げようとしているのを肌で感じる事ができました。商店街でも、本当にほとんどのお店にガルパンのパネルが置いてあって、一体感に驚きました。自ら大洗を盛り上げようとするみなさん以外にも、地域の方々がそれに協力的なことも大洗を盛り上げている理由の一つなのだなと思いました。
- ・実際に現地に赴き、話を聞くと、すでに観光地として完成している印象を受け、新しい若いプレイヤーが続々と外の地域からも参加していて、十分に土台ができていると感じました。また、惣菜店かじまさんを訪れた時に地域の温かさを感じる瞬間がありました。それは来店するお客さんの一人一人が梶間千萩さんの姿を見ると、「ちあきちゃん! 久しぶり!」と挨拶していたところでした。私の住んでいる東京ではお惣菜屋さんに行ってもそのように話しかける人はごく僅かですし、見る事のない光景で、地域の人の温かさや繋がりを感じました。その他にも、駅前の観光案内所の隣でカフェをやっていた方やシーサイドステーションでクラフトビールのお店を営んでいた方も、初めは他の仕事をしていたとおっしゃっていたので、講義で

カオスマップを作った際に自分の班が記入した「第二の人生を送るのに適した町」という表現は適していたと感じました。余談ですが、昨日の夜から早速ガールズ&パンツァー見はじめました。1話目から女の子たちが大洗の話している場面があって、この後も楽しみです。

3-4-3 その他（成果）

ゲスト講師がイベント出店（東京都内等）したブースを訪問等した学生：4名

4 まとめ

4-1 考察

本研究は、玉川大学「地域文化論」の講義を場として活用し、地域文化教育による関係人口創出の可能性について検証し、課題や今後取り組むべき方向性を明らかにすることを目的としたが、「関係創出型」すなわち、地域との関わりを持とうとする者を対象に地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供し、地域の課題やニーズと関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングするための中間支援機能を形成する取り組みとして試みたことは、多くの大学ゼミ等が行っている「裾野拡大型」の取り組みに加えて、教育機関による関係人口創出の新たな可能性を示すことができたのではないかと考える。

本実証の構成として、大洗町にフォーカスするだけでなく、まず茨城県というより広い視点から入り、その後大洗町の役場、地域団体、地域事業者、移住者等のより身近な視点へと進み、その多様な視点や領域を理解し、問題点を明らかにした上で、カオスマップを整理したことは、履修学生にとって同地域への深い理解を促進し、関心や訪問意向を高めることになった。実数は少ないものの実際に学生が現地を訪問するなど、学生個人が交通費負担をしたことを考え合わせると、一定の成果が出たこともその証左である。

地域文化は、その地域の人の暮らしそのものであるとの認識から、本講義では、webサイトや観光パンフレット等に掲載している情報ではなく、大洗町に関係する各ゲスト講師陣によって当人たちのリアルな活動内容や背景、想い、課題などをそのまま伝えていただいた。それによって、履修学生が地域で暮らす、または働く人たちの営み（特に普段、学生が暮らす都心部とのコントラスト）に触れたこと、さらに二拠点生活などの暮らし方や複業・起業などの多様な働き方を知れたことは、アンケート結果に見られるように、大洗町の特性と併せて人生の選択肢を学生たちに提案することができた。これも本実証の成果になろう。

一連の講義は、学生が地域の多様な人の営みに触れたことで、学習理解を超えて、当事者意識を持ち、能動的に行動するまでに至ることがわかり、そのような意識や行動は関係人口の入り口になると言える。さらに関係創出型にある「地域と持続的なつながりを持つ」や「地域の課題やニーズと、関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングする」を実現するためには、地域側と関係人口となる側をつなぐ中間支援機能が求められる。今回、その役割を関係人口の創出を活動ミッションとする地域おこし協力隊と大学という教育機関が協働で担った点は大きいと言える。

4-2 今後の方向性と課題

4-2-1 今後の方向性

観光等の交流人口としてではなく、関係人口として地域を訪れる際には、単に地域の歴史や伝統、

地理, 風景, 方言, 食などに興味関心があるからという動機だけでなく, そこで暮らす人や活動する人々に興味・関心がある, もしくはその人の営みや想いに共感しているということも動機となりうる。ことが確認できたことは, 地域文化教育の関係人口創出の可能性を拓げるものである。

また, 裾野拡大型の創出方式との融合や他の創出方式との組み合わせなどを試みることも今後の可能性としてありうるであろう。

コロナ禍以降, ワークーションや二拠点生活等首都圏と地方とを行き来しながら生活するスタイルが定着しつつあるが, その前段として地域文化の学修を取り入れることでその動きを促進することも可能であり, そのためにも, 今回の地域おこし協力隊と大学が協働したように, 多様な知恵と人材の交流を図ることが, 関係人口創出においては求められるであろう。

4-2-2 課題

本実証が講義期間内という限定的な取り組みとなったが, こうした短期的な視点ではなく, その後も見据えた長期的な視点で地域との持続的なつながりを捉えることが必要であり, 地域側には関係人口となる者(今回で言えば, 履修学生)の受け入れを継続的に行う仕組みや仕掛けを整備していくことが今後の課題である。

今回の実証にあたり, 地域おこし協力隊が現地の受け入れや案内を行ったが, 一人では対応できる日数や人数にも限界があり, 自治体や観光協会等の地域団体, 地域事業者などと連携し, いつでも受け入れができる仕組みをつくることが求められる。その上で, 受け入れ内容は町案内だけでなく, 学生であればインターンシップや仕事体験の実施, 地域と関わりを持つことができるイベントやプログラムへの参加など, より五感(視覚・聴覚・味覚・嗅覚・触覚)をフルに使った仕掛けが求められるであろう。

次年度に向けての課題としては, 大学の講義である以上, 学修を第一義とするが, 関係人口創出に向けた取り組みを加味できないか, 本年度の取り組みでの学びを基に工夫していくべきである。

謝辞

本研究にあたっては, 多数の方々の御協力を賜りました。ゲスト講義を行っていただいた, 茨城県計画推進課・小谷太堂氏, 同・高田みどり氏, 茨城大学人文社会科学部・西野由希子氏, 大洗町まちづくり推進課・海老澤督氏, 大洗町地域おこし協力隊・宮本史郎氏, 一般社団法人大洗観光協会・大里明氏, 株式会社Oaraiクリエイティブマネジメント・常盤良彦氏, 株式会社カジマ・梶間千萩氏, 大洗キャンプ・光又新二氏, 株式会社ハイド&ルーク・廣岡祐次氏, わづくる株式会社・平間一輝氏には, 本取組に賛同いただき, 講義の運用にもご協力をいただきました。

また, 授業およびアンケート等に積極的に参加した玉川大学2023年度春学期「地域文化論」履修生にも感謝申し上げます。

注

- 1) 高齢化の現状。出典, 内閣府令和5年版高齢社会白書。https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2023/gaiyou/pdf/1s1s.pdf (参照 2023・12・6)
- 2) 少子化の現状と経済への影響
出典: https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je23/pdf/p020002.pdf (参照 2023・12・6)
- 3) 関係人口の定義, 総務省による。

出典：<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html#:~:text=「関係人口」とは、人々を指す言葉です% E3% 80% 82>（参照 2023・12・6）

- 4) 株式会社キッチンハイク。本社、東京都台東区。関係人口特化型SaaS「つながるDX」等を提供する事業会社。そのほかにも、地域と子育て家族をつなぎ、未来をつくる留学プログラム「保育園留学[®]」を手掛ける。（会社概要ページ，<https://kitchhike.jp/about>）
- 5) 株式会社おてつたび
<https://otetsutabi.com/corp>
<https://drive.media/posts/37355>
- 6) 農家民宿事例。「甲斐ノ国 津金の里 農家体験民宿 古民家なかや」
<http://www.tsugane.jp/nakaya/>
- 7) カオスマップとは、Terence Kawaja氏（LUMA Patners社，2010年）が発表した業界地図「LUMAScape」の1種で、そのうち複雑なディスプレイ広告業界をまとめた「Display LUMAScape」を起源とする。具体的には、ある特定の業界について、その全ての参加者（企業、商品・サービスも）を網羅し、それらをカテゴリー別に分類し、業界におけるポジションや関係性・関連性を示した、一目で見ることができる業界地図のことを指す。
- 8) RESAS（地域経済分析システム）。地方創生の様々な取り組みを情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局が提供するデータベースサービス。

参考文献

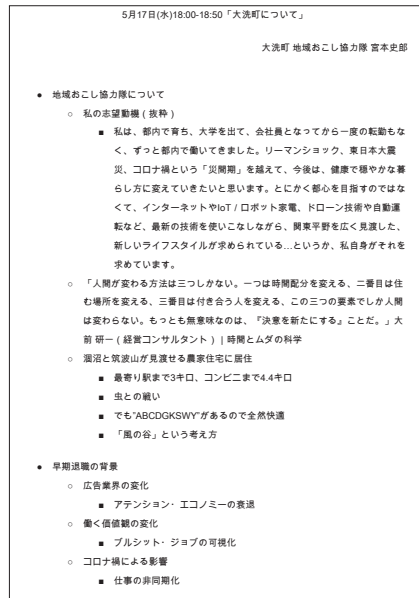
1. 平成30年度「関係人口」創出事業」モデル事業調査報告書（総務省地域力創造グループ地域自立応援課，平成31年3月）
2. 令和4年（2022）人口動態統計月報年計（概数）の概況
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/geppo/nengai22/index.html>（参照 2023・12・6）
3. 総務省 地域への入り口 関係人口ポータルサイト
<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/index.html>（参照 2023・12・6）
4. 三菱UFJリサーチ&コンサルティング「ポストコロナ時代に備えた日本人の観光意識について」
https://www.murc.jp/library/report/seiken_230913/（参照 2023・12・9）
5. 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」
<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-12-20-senryaku.pdf>（参照 2023・12・6）
6. 株式会社ブランド総合研究所「関係人口の意識調査2023」
<https://news.tiiki.jp/articles/4824>（参照 2023・12・9）
7. 観光庁「第2のふるさとづくりプロジェクト」
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/anewhometown.html>（参照 2023・12・6）
8. 「つながりDX」関連記事
<https://kitchhike.jp/news/8ZnSIp2N>（参照 2023・12・9）
<https://japan.zdnet.com/article/35206920/>（参照 2023・12・9）
9. 玉川大学観光学部紀要第10号「コロナ禍におけるワーケーションの動向と課題：小田原ワーケーション実証実験を通じて」鎌田伸尚，木谷周吾，関根怜一（令和5年3月30日）

付録

大洗町関係者による講演資料を付録として別途掲出いたします。

（かまだ のぶひさ）
（までのこうじ ただあき）

付録



**大洗キャンプ事業
事業統括責任者**

光又 新二
ミツマタ シンジ

- バックパッカー
- 世界一周
- 世界キャンプ
- 大洗キャンプ場
- 大洗サンビーチキャンプ場
- いばらきキャンプ
- 著書「キャンプの教科書」



Hide & Rook

代表取締役 廣岡祐次



【サービス概要】別荘サブサービス

OURroom - いつもの居場所がふたつある暮らし

わづくる株式会社
2023年5月31日

玉川大学 観光学部
地域文化論
2023/6/21

茨城県大洗町 まちづくり推進課
萬里小路 忠昭

Creating a Relationship with the Local Population, “Kankei Jinko” by Local Cultural Education: A Case of the Oarai Town of Ibaraki Prefecture, Japan

Nobuhisa KAMADA, Tadaaki MADENOKOJI

Abstract

The creation of a related population, “Kankei Jinko” has become a central issue in regional revitalization. In this study, we report on our practical efforts on the possibility of creating a related population through regional cultural education.

In this practice, the lecture “Regional Culture Theory” at Tamagawa University in FY2023 was used as a place to practice regional culture education, where students learned about the region through lectures by various stakeholders about Oarai-machi, Ibaraki Prefecture, recognized issues through group work to create a chaos map, and finally observed how the final result was a discussion on the possibility of creating a related population through regional cultural education.

Keywords: Related Population, Regional Development, Regional Development Cooperatives, Regional Cultural Education, Chaos Map, GIRLS und PANZER