

人口減少対策アイデアソン

えりあ らぼ

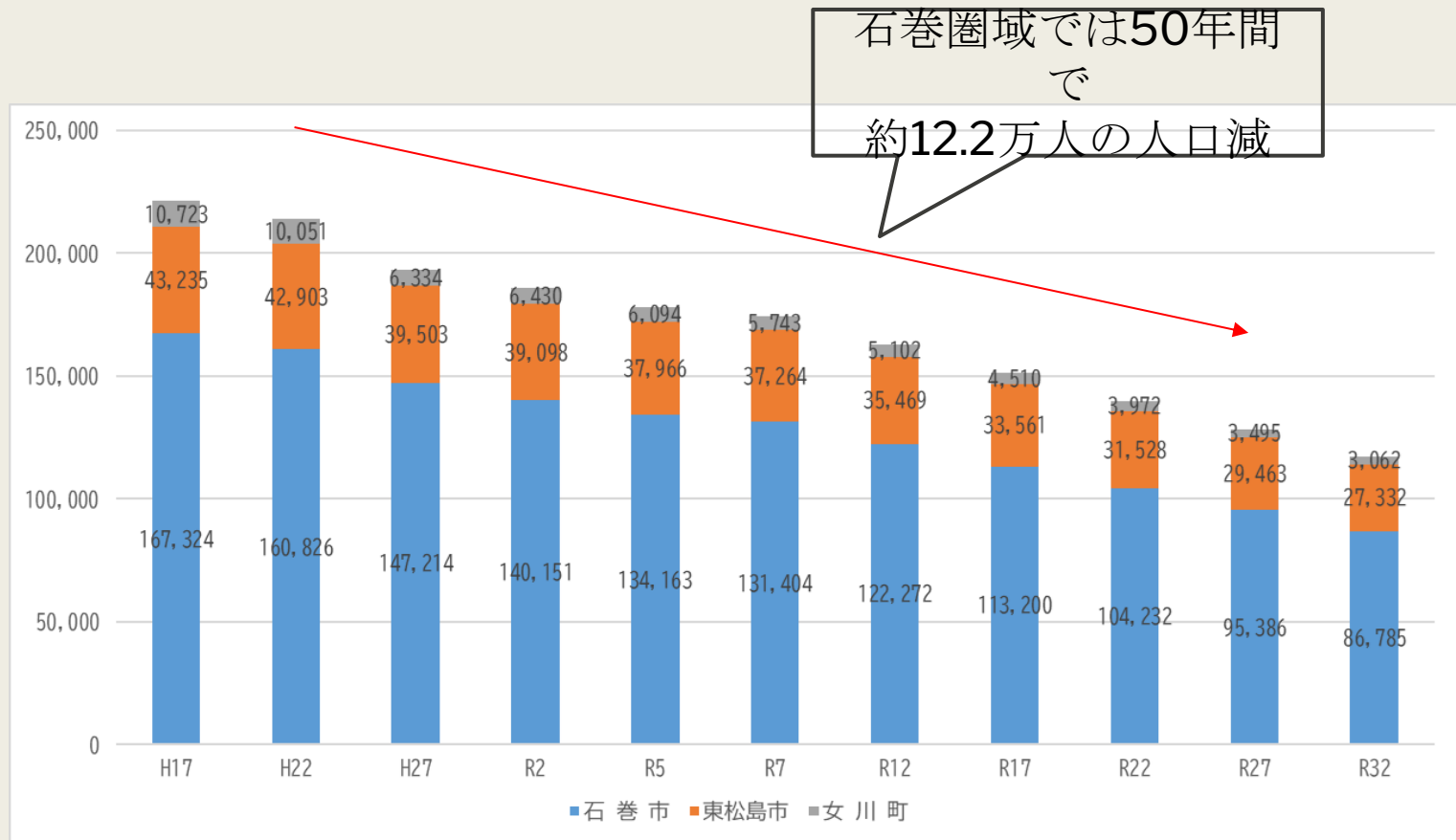
高橋 秀色
扇田 将太郎
品田 蓮穂

私たちは まちの運営会社 として、
今までにない石巻圏域ツーリズムを
立ち上げたいので、
石巻圏域の市町 にくらしをたのしむプロジェクト
の提案を希望します。

石巻圏域の現状

- 石巻圏域(石巻市、東松島市、女川町)の人口推移
- 地域コミュニティの縮小、減少
- 東松島の地域活動への参加と内容の現状
- 石巻市民意識調査
- 女川町民意向調査 まちづくりに対する意見

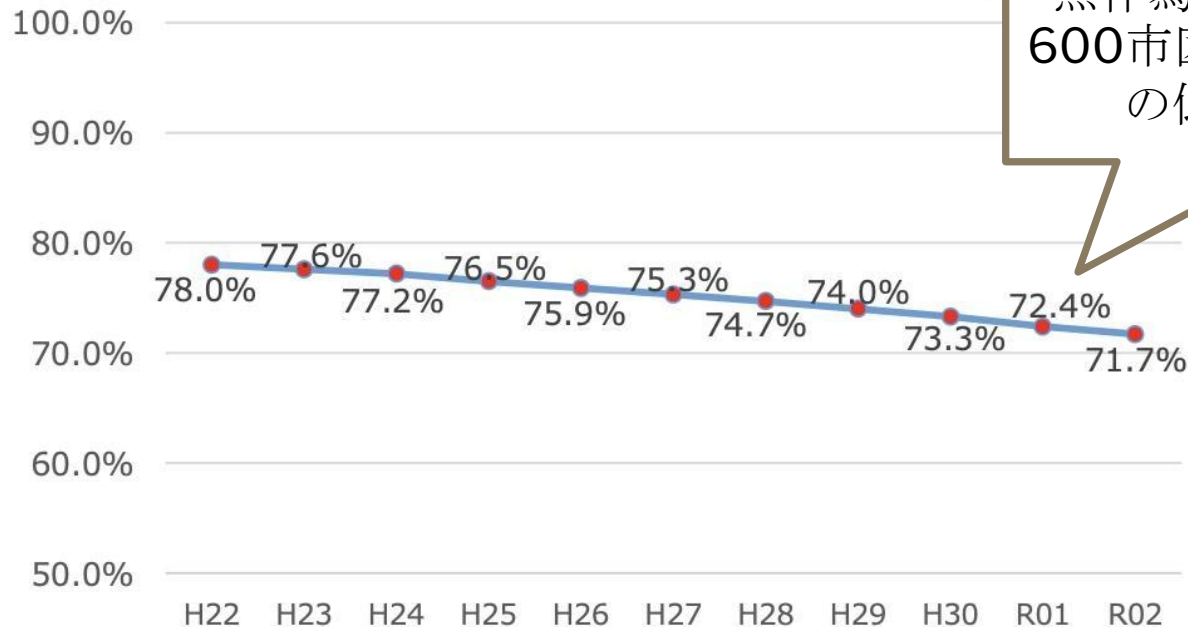
石巻圏域の人口推移



出典：添付資料 石巻の統計根拠データ一覧

地域コミュニティの縮小、減少

600市区町村における自治会・町内会等の加入率の平均

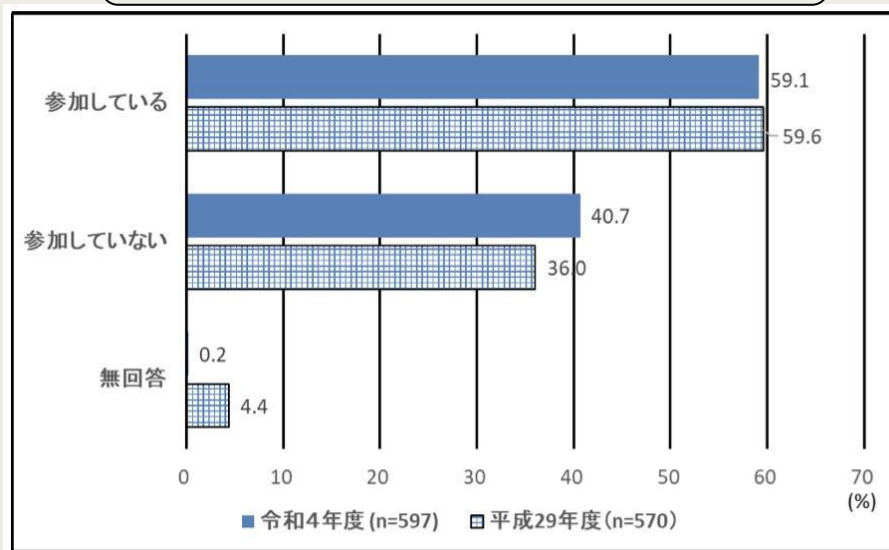


無作為抽出自治会・町内会
600市区町村における加入率
の低下が見られる。

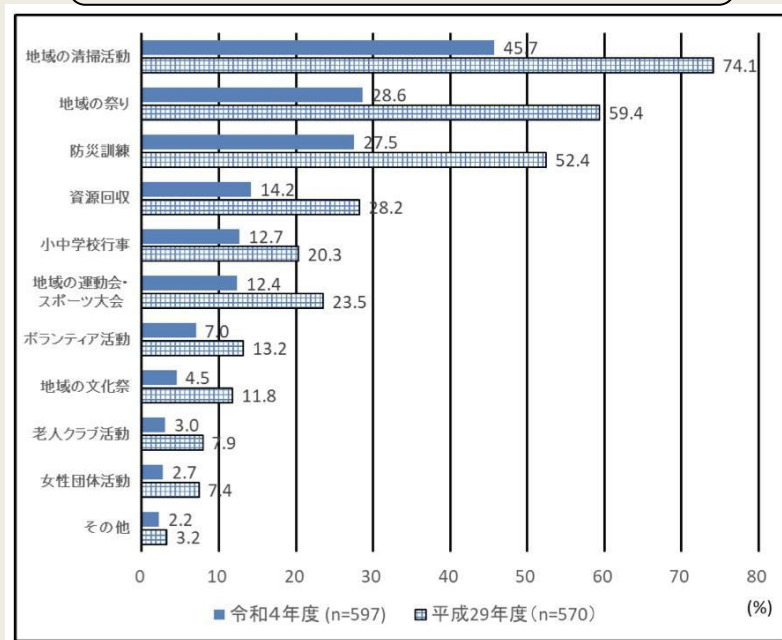
出典：総務省「自治会等に関する市区町村の取組についてのアンケート調査(R3.7)」に基づき作成（自治会・町内会等の加入率（世帯単位）について回答のあった600市区町村における単純平均）

東松島の地域活動への 参加と内容の現状

地域活動に参加していますか。



参加している活動



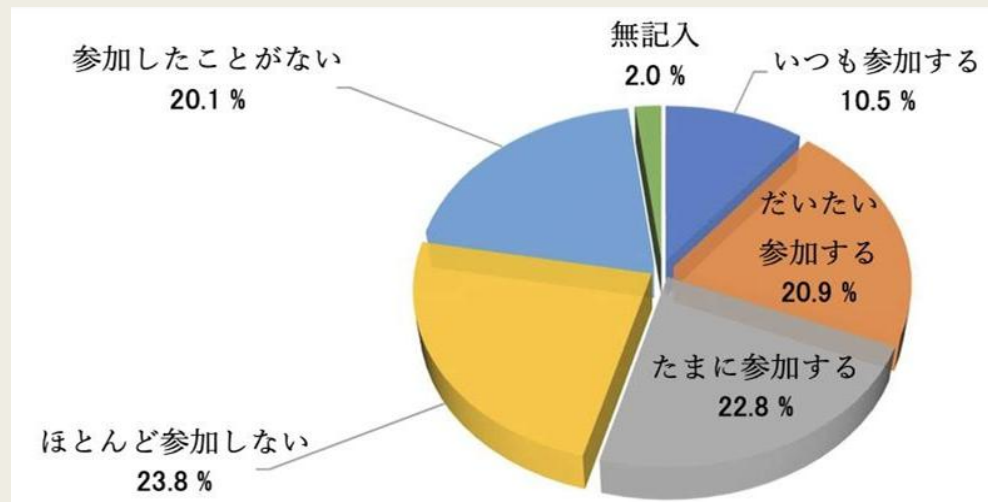
引用：東松島市・東松島市社会福祉協議会 令和4年11月
東松島市の地域福祉に関するアンケート調査結果報告書

石巻市・女川町 アンケート調査

石巻市

町内会・自治会活動への参加

引用：石巻市市民意識調査
集計結果報告書 令和5年度



女川町

観光客等外部向けのものが多く町民向けのものが少ない様を感じる。
町民が参加しやすい町民向けのイベントも実施して欲しい（みなと祭り再開等）（男性、40代、従業員）

地元のイベントで地元民が参加しづらい状況だと思う。
他から集めるのも良いが町民が町民の為に楽しめるイベント、
みなと祭りの様なイベントをやるべき。（女性、40代、従業員）

引用：女川町 町民意向調査 平成29年 まちづくりに対する意見（一部抜粋）

課題と背景

- 人口減少による地域コミュニティ(自治会等)参加と規模の縮小、減少
- 地域の魅力が住民にとって当たり前となってしまうのではないかという危惧
- 観光客が有名どころにしか行かないのではないか

課題が放置された未来

- 地域コミュニティが縮小、減少し維持が困難になる。
→地域行事の消失による文化の断絶、
- 誰もその地域の魅力がわからない状態になってしまう。
→地域のもつ“らしさ”が失われ凡庸化
- “異日常型”・“体験化”へシフトする観光ニーズに追い付けず、
観光産業も衰退。
→地域経済の低迷

課題が解決された先の未来

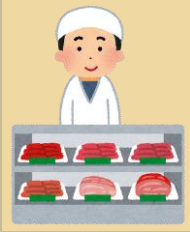
人口減少を止めることは困難

- 減少幅を緩めること、減少に対応し限られた資源でコミュニティを活性化させられる地域を目指す。
- 自身の地元をより多角的に見てよく地域を知ることによって地元愛が向上し、居続けたい、地元を維持し続けたいと思っている状態の住民たちであふれる地域。
- 異日常を通して地域のリアルな姿が魅力として認知され地域外からも人が来る。

事業アイデアの概要

- “人”を旅するツーリズムパッケージの提案
- 観光客がガイド一覧の中から地域住民をガイドとして選び、住民の「友人として招待された」という設定で滞在する間ともに生活を送る。

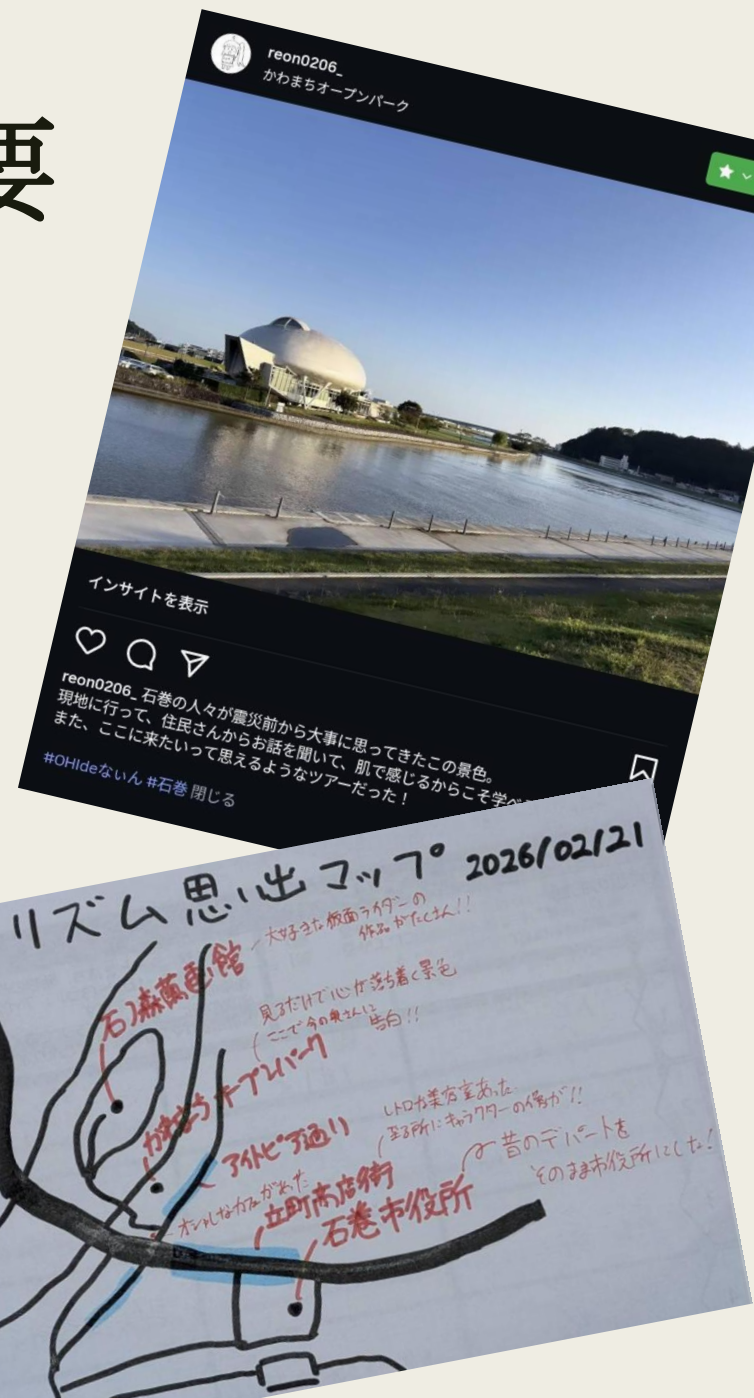
ツアーガイド一覧

	魚野 諒士 (37歳) 女川町在住 漁師		飯野 耕平 (51歳) 石巻市在住 精肉店店主 宿泊可！		松山 恵子 (75歳) 東松島市在住 宿泊可！
体験内容 魚の選別体験 漁船からリアス海岸を見てみよう 漁師小屋でお昼ご飯		体験内容 立町商店街まち歩き 空き地活用WS 居酒屋で夜の井戸端会議 商店街のクリーン作戦参加		体験内容 お散歩コース案内 手芸サークル参加 自宅宿泊（食事付） どうしても伝えたい場所	

紹介図鑑のイメージ

事業アイデアの概要

- 印象に残った場所や思い出を、事前に配ったマップにプロットしてもらう。（観光客視点での「地域らしさ」や「異日常体験」のフィードバック）
- 巡る中で撮った写真の中から、最も「その地域らしさ」を映せた一枚を選び、**SNS**に特定のハッシュタグと共に投稿してもらう。



事業アイデアの概要

- 訪問する場所の選定はガイドする住民が行う。
→ 思い入れのある場所, どうしても伝えておきたい場所etc...
日々の生活をそのまま体験してもらおうというのもあり。
観光客の関心は踏まえた上で、その地域友人ならではの
体験ルートを巡ることができる。
- 地域友人の日常を共に過ごすことで、
ガイドブックには載らないような「異日常体験」を提供する。

事業アイデアの概要

■ 観光とツーリズムの違い

観光：余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということ。※1

ツーリズム：Tourism is more than travel, as it refers to **specific types of trips**: those that take a traveler outside his/her usual environment for less than a year and **for a main purpose** other than to be employed by a resident entity in the place visited. ※2

→旅行よりも限定的な概念で、現地で雇用されること以外の目的をもって移動する特定の種類の旅行と定義されている。

出典※1：国土交通省 観光政策審議会答申第39号

※2：“Tourism datellite Account: Recommended Methodological Framework 2008”

コミュニティに旅行客を巻き込む

1. 「いつもの集まり」への参加

- ・井戸端会議やお茶会，サークルへの体験入部により「いつも」のコミュニティの中で交流

2. 「共同作業」を通じた交流

- ・地域やガイドの「困りごと」を手伝って，ともに汗を流す交流

3. 「場」を共有する仕組み

- ・住民の集まるスナックや居酒屋に行き，食事を通しての交流

お金の動き

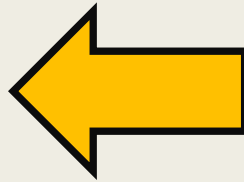


地域



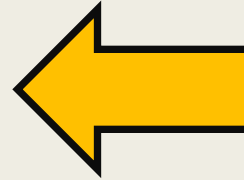
住民

ガイド費支払い

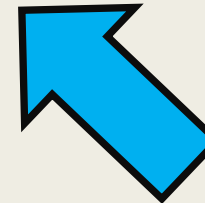
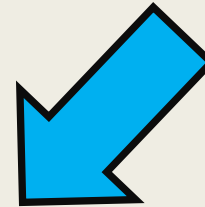


まちづくり
運営会社

消費行動



参加費支払い



運営費の
一部補助



観光客

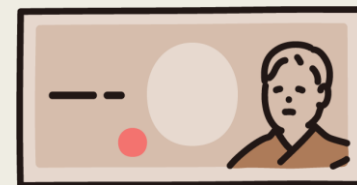


自治体

経済的効果

- ツアーガイドを行う住民さんの収入増

→無償ボランティアではなく報酬を渡すことにより、インセンティブの創出，プチ副業として**2次収入化**



- 体験型，滞在型にすることにより地域内でより多くの消費行動を促進

→宿泊の有無による1人あたりの旅行単価の差は**3倍以上**

宿泊有：63,253円/人　宿泊無：19,027円/人

地域経済の活発化に貢献

宿泊費の金額根拠：国交省観光庁 旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究
(2025年3月)

若者へのアプローチ

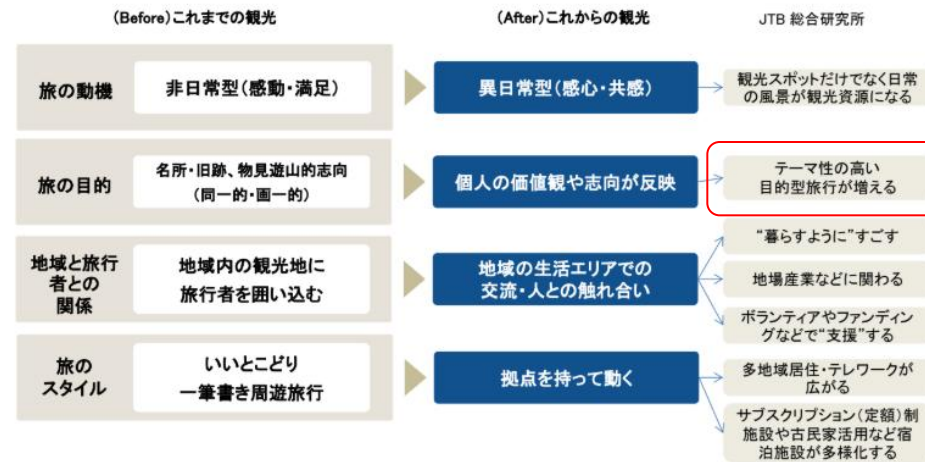
■ 観光需要の変化

個人の価値観や志向が反映

→テーマ性の高い**目的型旅行**

の増加

(図 4) 変わる観光の志向と“ツーリズム”領域の拡大



(参考 1) 交流についての考え方

(複数回答) JTB 総合研究所

		地域の活動に参加するなど、積極的に交流を持ちたい	農家民泊など、地域の人とふれあえるのが好き	お店のおばちゃんなどと雑談をするのが好き	地域の歴史や文化について、より深く知りたい	地域の産業について、深く知りたい	地域の日常生活に触れたい	地域の人とよりも、旅行者同士で現地の情報交換をしたり、交流したい	その他	地域の人や他の旅行者と交流を持ちたいと思ったりはしない
全体	3608	8.8	8.7	23.6	39.3	13.9	21.1	6.8	0.6	32.3
男性 20代	258	20.5	12.4	22.5	33.7	22.5	23.6	7.8	0.0	28.7
男性 30代	258	13.2	10.5	18.6	36.0	16.7	19.8	6.6	0.4	33.3
男性 40代	258	9.3	9.7	29.1	35.3	14.3	19.4	5.8	0.4	34.1
男性 50代	515	5.8	6.6	21.0	42.1	15.7	21.0	3.7	0.6	30.3
男性 60代	515	8.0	8.9	24.5	48.3	14.8	22.3	8.2	1.0	29.9
女性 20代	258	10.1	8.5	26.4	23.3	8.5	17.1	8.5	0.0	41.5
女性 30代	258	7.8	12.0	22.9	31.4	12.4	19.8	2.7	0.4	38.4
女性 40代	258	10.9	8.5	22.9	35.3	13.2	19.8	4.3	0.0	36.0
女性 50代	515	7.0	8.2	25.2	41.0	11.5	22.9	8.7	0.6	30.5
女性 60代	515	5.2	6.4	23.5	46.4	11.8	21.7	8.9	1.2	29.5

旅行先で**地域活動への参加**や**住民との交流**を積極的に持ちたい2,30代の男女は高い。

出典：JTB総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）」

若者へのアプローチ

■ 観光客側

- ・住民ガイドと、遊びに来た友人と過ごす「なんでもない時間」を撮影し、SNS (Instagram, TikTok 等) で発信。
- ・大学のゼミ・サークルと連携し、フィールドワークの受け入れ先として用意
- ・モニター参加者には特典をつける



■ 住民ガイド側

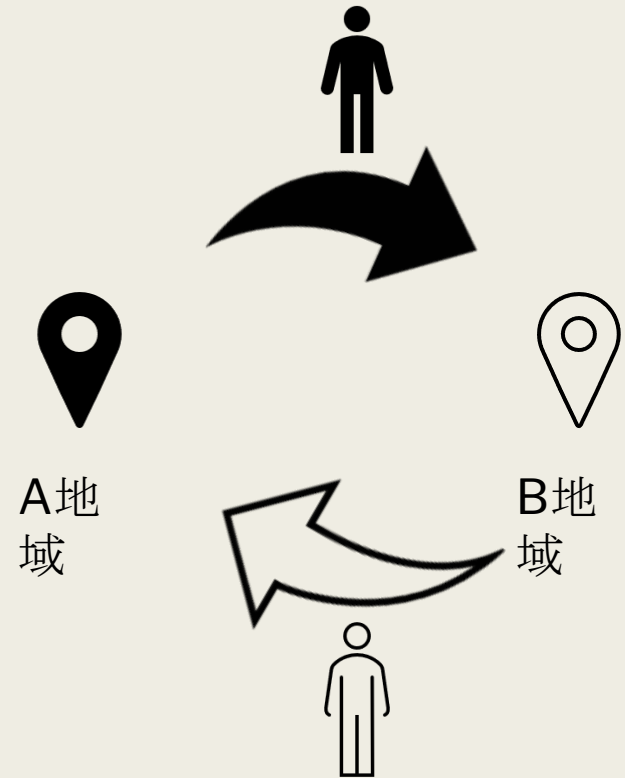
- ・「ガイド」の**再定義**
→堅苦しいイメージを払拭
- ・報酬**+α**としてのスキルアップ支援
→SNS発信やガイドのスキルアップ支援を無償で提供
- ・ローカルインフルエンサーの発掘
→**公式アンバサダー**としてスカウト



事業アイデアの概要

研修タイプツーリズムの場合

- それぞれの自治会などの人々が相手の地域へ訪問・滞在。
- それぞれの地域について概要説明を行なった後、地域友人によるツアーに参加。
- 他地域の景観などの雰囲気、町内会等の地域コミュニティの工夫や在り方を学び、感じ取る。



宿泊などに関わる費用は行政から援助をいただく

事業アイデアの概要

- 互いの地域で学びを得て、感じたことをそれぞれ共有する。
発表の場をどちらかのまちのカフェなどのオープン
スペースで、良い点だけでなく悪い点も話し合う。



相手の地域を深く知ることで、他地域の学びや自分の地域の見られ方、参考にしたい部分を知ることができる。

- その地域の自治会参加者だけでなく、他の地域に関心がある若い世代へも学校等を経由し集中的に呼びかける。

若者が自分の地域について若者の視点でガイドを行うこともできる。



この取り組みを実施したことによる効果

- それぞれの地域住民の人口減少への意識拡大
- 地元へのより深い認知の獲得
- より個人との親密さに特化したことによる交流人口及び関係人口の質の向上
- 人口減少を意識した地域コミュニティ形態への変化
- 石巻圏域外の地域関心の獲得
- 若者への自地域への愛着と興味の向上
- 他地域の若い世代への発信
- ツアーガイド(地域住民)や地域そのものへの経済的效果と機会の創出

行政の皆様との連携の可能性

- プロジェクトの試行の共催



サービスの流れの確認

地域ごとの需要の違いを確認

地域住民との連携の確認

- 市の広報誌や学校等への情報展開



事業認知幅の向上

参加者数と若者の拡大

- 住民ガイドの募集



案内側の多様化

地域に行く人の選択肢増加

- 研修の際のツアー費の援助



研修参加の金銭面における
ハードルが下がる

など