地域おこし

地域おこしのためにできことはなにか

熊本県立東稜高等学校

地域おこし

地域おこしのためにできることはなにか

現状と仮説

現状：私の住む町の場合

・主なイベントは年に三回程度（餅投げ・夏祭り・運動会など）

→参加者がまばら・若い世代よりも高齢者が多い

・コロナの影響で例年行われてきたイベントが中止

ますます地域の賑わいがなくなってきているのではないか？

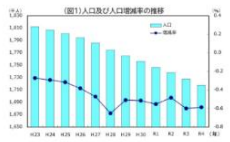
仮説：解決のためには

・若い世代が参加しやすいイベントの企画・運営

・既存のイベントを行う際に、もっと宣伝活動をする

動機

2022年時点の熊本県の人口推移と高齢化率の推移と予測



年々減少している　　人口に対しての高齢者の割合が増加している

若い人をもっと呼び込めて、地域を活発にできるような活動、イベントが必要！

実際に行われている地域おこしの為の活動：熊本市の場合

地域おこし協力隊

都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組。隊員は各自治体の委嘱を受ける。（任期：おおむね1年から3年）

熊本市西区河内町で取り組まれている問題の例…

・古くから営まれてきた産業の後継者不足（みかん栽培・海苔の養殖等）

・空き家の増加

実際に行われている地域おこしの為の活動：他県の場合

●青森県田舎館村（人口約8,000人）

豊かな稲作地域であるという特徴を活かし、田んぼアートを実施

↓

全国から年間で30万人以上の集客、展望料約6,200万円の収益

●長崎県小値賀町（人口約2,500人）

島外からの移住者を中心とした「おぢかアイランドツーリズム協会」を設立（平成19年）

自然体験活動ツアーや民泊事業を展開

↓

観光客は約1500人増加、観光分野での収益は6,300万円から1億1千万円まで増加（平成19年→平成22年）

地域の特性を活かし、それをsnsなどの宣伝活動を通してアピールできるような取り組みの成功例が多数

考察：町おこしイベントの提案

①フォトコンテスト

自然豊かな場所などアピールしたい場所にキャンドルで火をともしてフォトコンテストを開催する

↓

SNSのハッシュタグを使って、写真を募集する

→地域のPRに使用したい写真を表彰・実際に町おこしの宣伝写真に使用する

→受賞者には地域の特産品をプレゼント

スマートフォンがあれば参加でき、若い世代の人が参加しやすい。

②田んぼアート

↓

熊本は稲作も盛んで田んぼも多いため、それを活かす！

フォトコンテストと併行して開催しても良さそう

③マラソン大会

↓

・走りながら地域のことを知ることができるコースの考案

・子供から大人まで年齢関係なく楽しめるコースの考案（長距離・短距離）

・休憩ポイントに県の特産品を準備し、他県からの参加者増加も目指す

課題・まとめ

課題：イベント案の考案のみで終わり、実施・検証できていない。

今後の目標：イベントの企画・運営方法などを学ぶ。

まとめ：自分の住んでいる地域について、今まではあまり考えてこなかったが、地域のために意見を出し、自ら行動して実践、経験することが大事だと感じた。

地域おこしを活発にするには、住民の積極的な行動も必要

参考文献

・SDGsCOMPASS

・熊本県ホームページ

・田舎館村田んぼアートオフィシャルサイト

・https://www.mlit.go.jp/common/000213065.pdf

（住民がともに育てる観光まちづくり事例33 長崎県小値賀町 株式会社小値賀観光まちづくり公社）