

協働のまちづくり支援金 モデル的事業 提案書（新規事業）

団体名：久々野まちづくり運営委員会

1. モデル的事業実施の背景	
まちづくりの目標・目指す姿など	
いつまでも住み続けられる町くぐの、いつまでも住み続けたい町くぐのを目標に、久々野の魅力を市外の人々に発信する仕組みを作る。これは、久々野に魅力を感じるファンを作り、久々野に住みたいと思う人を増やす。コミュニティービジネスの創出を行うと同時に、移住者を久々野へ誘う。	
まちづくりの課題	
<ul style="list-style-type: none">・平成29年度実施した多摩大学との意見交換会で「久々野地域の情報が得にくい」と指摘を受けた。 →参加した若い人から久々野のいいところがわかってもらえないのは残念との声。・久々野の魅力を感じる住民は多いが、それを外部に発信する仕組みが乏しい・まちづくりの事業に若い人が興味を持たない。	
2. モデル的事業の内容	
事業名	久々野の魅力情報発信事業
対象、方法など	<ul style="list-style-type: none">・久々野地域の若者（商工会青年部、農業青年生産者など）に声をかけ、実行委員会を設立。・久々野の歴史、文化、自然、特産などの情報発信の必要性、効果的方法などについてワークショップを開催する。・外部の人の目に久々野がどう映るのか、何が久々野の魅力でどう発信すればいいのかを学ぶため、多摩大学情報経営科の指導者・学生を招き、実践講座を開催する。・3年かけて久々野地域全体で住民が発信者となる自発的情報発信の仕組みを作る。
先駆的、効果的な内容	<ul style="list-style-type: none">・自発的情報発信のノウハウを得ることで、今までより広範囲で、多くの情報が発信できるようになる。・会社・個人ではSNSなどを利用して情報発信を行っているが、地域全体で自発的情報発信している自治体は数少ない。この事業では、まち協が主体となり、地域の全住民を巻き込み、みんなで自発的に久々野の情報発信を行う仕組み作りに取り組む。
3. モデル的事業の効果の見込み	
<ul style="list-style-type: none">・魅力情報を発信するためには、地域の魅力に気がつく必要があり、郷土愛醸成につながる。・久々野地域全体が自発的情報発信することで、久々野の魅力が地域で共有される。・発信した情報に多くの反応が得られると、自己有用感の向上に役立つ。 →やる気UP！・若い人が、まちづくりに興味を抱き、事業参画のきっかけとなる。・久々野のファンの獲得 →様々な手法で久々野の魅力を広める。・特産品などの情報が発信され、新たなコミュニティービジネスにつながる。・久々野に興味を持った人が、移住を希望する。	

久々野の魅力情報発信事業 課題と方針

◆情報発信の課題

◎住民による自発的信息発信

実施主体：住民・来訪者

【メリット】

多様性、即時性、手法が多い

【デメリット】

信頼性が不確実

◎組織的信息発信

実施主体：行政・関係団体

【メリット】

信頼性がある

【デメリット】

画一的、時間がかかる、手法に限られる

まち協が働きかけ、住民全体が地域の魅力を自発的に発信！

◆3年計画の概要

Step 1

1年目 H30年度（実行委員会 多摩大学 高山市大学連携センター）

- ・実行委員会立ち上げ
- ・多様な発信方法を学ぶ
- ・情報発信のリスクや回避方法などを学ぶ（信頼性の向上）
- ・実証実験による検証と評価

Step 2

2年目 H31年度（住民 実行委員会 多摩大学 高山市大学連携センター）

- ・前年度の評価を踏まえた見直し
- ・住民への手法等の拡充による発信主体増の取り組み
- ・拡充による検証と評価

Step 3

3年目 H32年度（住民 実行委員会 多摩大学 高山市大学連携センター）

- ・前年度の評価を踏まえた見直し
- ・住民への手法等の拡充による発信主体増の取り組み（継続）
- ・お宝マップ事業との連携による発信媒体の増

協働のまちづくり支援金 モデル的事業 提案書（新規事業）

団体名：久々野まちづくり運営委員会

1. モデル的事業実施の背景	
まちづくりの目標・目指す姿など	
<p>いつまでも住み続けられる町くぐの、いつまでも住み続けたい町くぐのを目標に、久々野のブランド確立を図る。</p> <p>身近な「まちの魅力」は、当たり前になってしまう。そんな魅力探しを行うことでまちの長所を伸ばすことにつながる。魅力あるまちは、住民が住みたいまち。子どもたちが、将来、久々野に残りたいと思うまちづくりを行っていく。</p>	
まちづくりの課題	
<ul style="list-style-type: none"> ・小中学生の親世代が都会への憧れ →子どもも憧れる→都会へ就職→地元に残らない ・地元の魅力を感じていない ・貴重なお宝も身近だと気がつかない →お宝の埋没（外部の人にはお宝なのに・・・） ・平成29年度各地区町内会長とこの事業を進めたが、任期1年のため事業が進捗しない。 	
2. モデル的事業の内容	
事業名	お宝マップ事業
対象、方法など	<ul style="list-style-type: none"> ・平成10年に作成した「久々野のお宝マップ」を元にもう一度久々野を検証 ・平成30年度は、実行委員会を立ち上げ3年かけて「新久々野のお宝マップ」を作成。 ・専門家、講師を招いて事業の進め方、お宝マップの有効利用について意見交換する。 ・小・中学生の目線でもお宝を掘り起こすことで、親世代にも興味を持ってもらう。
先駆的、効果的な内容	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業は、「まちの長所を見つけ、いいところ探しをする」こと →郷土愛の醸成 ・子どもたちが誇れる地域と感じられる →大人が感じていないと誇れない ・3年後には地区別にまとめた「新お宝マップ」を一覧にした冊子を作成する。 ・別事業で進める「多摩大学連携事業」の情報発信の材料としていく。 ・残すべき宝、守るべき宝、宝の映像化など宝の仕分け作業を行い、後世へと伝えていく。
3. モデル的事業の効果の見込み	
<ul style="list-style-type: none"> ・魅力的な地域には多くの人が集まる（住民・来訪者） ・子どもが地域に誇りを持つ →将来、都会に出ても久々野の魅力を発信してくれる。 ・子どもが地域を好きになる →将来、久々野に残りたい→次世代の地域担い手へ ・貴重なお宝と気づくことで特産品化へ →コミュニティービジネスの創出 	

お宝マップ事業 課題と方針

◆これまでの課題

◎地域のお宝

- ・平成10年度作成した「ひだ桃源郷お宝マップ」はよくまとまっているが、なくなったもの、新たなお宝がある。
- ・マップ作成から20年がたち、埋もれたお宝がある。(地域をよく知る古老の減少)
- ・地域のお宝に気づかない若い世代が増えた。
- ・H29年度、各町内会長町内会長と取り組んだが任期1年のため、事業が進捗しない。

まち協が働きかけ、住民全体が地域のお宝の掘り起こし！

◆3年計画の概要

Step 1

1年目 H30年度 (実行委員会 講師)

- ・実行委員会の立ち上げ
- ・マップ作成の手順・方法についての学び (ワークショップ)
- ・お宝候補のリストアップ

Step 2

2年目 H31年度 (実行委員会 住民 小・中学校)

- ・前年度の手順の見直し、検討
- ・住民参加による個別候補の選定と活用等の検討
- ・小・中学校連携を視野

Step 3

3年目 H32年度 (実行委員会 住民 小・中学校)

- ・子どもの視点を加える
- ・お宝の仕分けと地域別一覧作成
- ・お宝マップを冊子化 (データ化)
- ・地域別の成果発表会の開催
- ・久々野の魅力情報発信事業と連携し、外部に久々野の魅力を発信する
- ・行政・関係団体・事業者等へ情報提供。高山市の新たな地域資源として活用