

福井県勝山市地域おこし協力隊 2021年度活動報告

太田啓斗

アジェンダ

1、各設定項目に対する活動報告

1－1 勝山市の恐竜という魅力を最大限に

訴求するための企画、PR

1－2 勝山市の繊維産業や特産品が一層脚光を浴びるような

企画、PR

1－3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた

施策の検討とPR

1－4 1～3の活動の関東圏でのPR

2、活動から見えてきた勝山市の課題

3、課題解決に向けたアクションと提案

アジェンダ

1、各設定項目に対する活動報告

1－1 勝山市の恐竜という魅力を最大限に

訴求するための企画、PR

1－2 勝山市の繊維産業や特産品が一層脚光を浴びるような

企画、PR

1－3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた

施策の検討とPR

1－4 1～3の活動の関東圏でのPR

2、活動から見えてきた勝山市の課題

3、課題解決に向けたアクションと提案

やったことまとめ

第二回日本画恐竜展 福井県勝山市展

ー2020年ぶりの恐竜×アートのイベントを企画。

青山学院大学×繊維産業連携企画

ー都心大学生との地方創生企画を進行。

アウトドアサウナイベント（Hokurikuサロワール）

ーテントサウナを各所で展開し、県内外含め17回展開。
自主企画イベントで80人近くを勝山に集客。

メディア、SNS発信

ー個人SNSだけでなく、広報誌、新聞、テレビ、ラジオ等にて活動発信。

最終年度に、「サウナ」に注力・発信

1、各設定項目に対する活動報告

1-1 勝山市の恐竜という魅力を最大限に訴求するための企画、PR

今期進捗	80~90%
具体的なアクション	第二回「日本画と恐竜」展 福井県勝山市展の企画、実施。 ー来場者数 人。 福井県立恐竜博物館との連携企画の検討。 など



1、各設定項目に対する活動報告

1-1 勝山市の恐竜という魅力を最大限に訴求するための企画、PR

成果	コロナ禍でのイベントの難しさ	2021年の夏ごろの開催を検討していたものの、やはり人を集めるイベント自体の企画へ躊躇うことが増えた。
	イベント開催のノウハウ	サウナイイベントも含めて、人を集めて何かを企画していくことの楽しさや、勝山市のような地域だからこそメリットデメリットを多く学んだ。
	恐竜の重要性	「恐竜しかない」と考えるのではなく、「恐竜だからこそ」と考え、恐竜をもっと前面に活用していく重要性を学んだ。
反省	・勝山市ルートではなく、福井県庁ルートでの福井県立恐竜博物館での開催や共同企画を提案したが、実らず。これは勝山市との関係性のなさがネックになっているように感じる。増築案も含めて、今後より勝山市民が「あってよかった」と恐竜博物館を思えるよう、歩み寄る動きが必要。	

1、各設定項目に対する活動報告

1-2 勝山市の繊維産業や特産品が一層脚光を浴びるような企画、PR

今期進捗	40~50%
具体的なアクション	青山学院大学経営学部学生リーダーズ「SBSL」と連携した 地方創生プロジェクトの進行 (勝山市役所3名、株式会社東野藤吉織物、株式会社ラコーム、白木興業株式会社、松文産業株式会社、有限会社多田製紐、勝山市観光まちづくり株式会社、恐竜のまち勝山応援隊参加) など

SBSL プロジェクト企画原案

年 月 日提出

文責： 三田芽依 小林美波

代表者	三田芽依
メンバー (未定の場合不要)	小林美波
プロジェクト名	福井PJ
共同の希望団体・組織 (業種なども可)	企業 <u>行政(区など)</u> 他大学 その他 なし [具体名] 福井県勝山市役所・勝山市内の観光に関わる企業様 [理由] 本企画は、SBSL5期の代表であり、現在福井県勝山市の地域町おこし協力隊を務めていらっしゃる太田様のご支援のもと、構想された企画である。太田様を通じて、勝山市役所から「勝山市で働く・住む人たちの話を聞き、それぞれが求めていること・やりたいと思っていることを聞き出してほしい」とのご依頼を受けたため、福井県勝山市役所・勝山市内の観光に関わる企業様を希望共同先とする。なお、具体的に協力をお願いする企業については明確に決定していないため、今後、太田様と相談をしながら選考・決定をしていく予定である。

企画内容	○企画案 勝山市役所の方々や勝山市の企業様とのオンラインヒアリング会及びディスカッション会の開催 ○企画概要 本企画では、勝山市で働く・住む人たちとのオンラインヒアリング会及びディスカッション会を開催することで、今までなかった産業と市役所の意見交換の場を築き、勝山市が一自治体として更なる発展を遂げられるような施策と一緒に考案する場とする。また、そこに青山学院の学生が参加することで、学生にとっては経営学部での学びを生かしながら、勝山市の方々と共に地方創生について考えることができる。また産業のお金や人の流れや仕組みを実際に知ることができ、都会では注目することのなかった地方にとって深刻な課題(人手不足・高齢化など)に向き合う機会となる。一方で、勝山市の方々においても、普段触れ合うことのない学生視点の新たな意見や発想を取り入
------	---

1、各設定項目に対する活動報告

1－2 勝山市の繊維産業や特産品が一層脚光を浴びるような企画、PR

成果	勝山市内の現状把握	意識調査や一次情報を調べることで、勝山市の現状を知るだけでなく、関東圏への訴求実態なども調べることができた。
	青山学院大学 学生らとの接点構築	関東の主要大学との連携企画を立てることで、学生団体内にも少なからず勝山市のPRをすることができた。
反省	・勝山市との連携企画として進めたかったものの、複数課にまたがることでどの課が主体となって進めるかが曖昧になり、どうしても動きが遅くなり、企画として形になりにくかった。それにより学生側のモチベーション低下も生まれたため、やはり行政主体としての企画進行が難しい面を痛感した。	

1、各設定項目に対する活動報告

1-3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた施策の検討とPR

今期進捗	90~100%
具体的なアクション	テントサウナイベントの企画、テントサウナ体験提供（計17回） オンラインマーケットイベントへの出展（計1回） サウナ×地域性を訴求するイベントなどを展開 サウナトークイベントの企画、実施等



1、各設定項目に対する活動報告

1－3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた施策の検討とPR

成果	中型サウナイベ ントの自主企画	Hokurikuサロワールというサウナ特化のフェス のようなイベントを開催し、「地域性×サウナ」 の可能性を開拓。遊休施設の利活用としても結果 を出した。
	勝山、福井のサウ ナイイメージの定着	福井のメディアからの取材や、各所からもサウナ に関する相談が集まり、サウナのイメージ定着に 貢献
反省	・勝山市外からの依頼や声かけはあれど、なかなか勝山市内からの依 頼がなかった。（勝山市内への認知不足） ・イベント展開だけで終わり、常設のサウナ施設の企画にまでつなげ られなかった。 ・遊休資産は多くあるが、その中でのサウナ企画が実行できなかった。	

1、各設定項目に対する活動報告

1-3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた施策の検討とPR

◆Hokurikuサロワール 報告

チケット合計 **286,500円**(ここからチケット販売手数料差し引きあり)

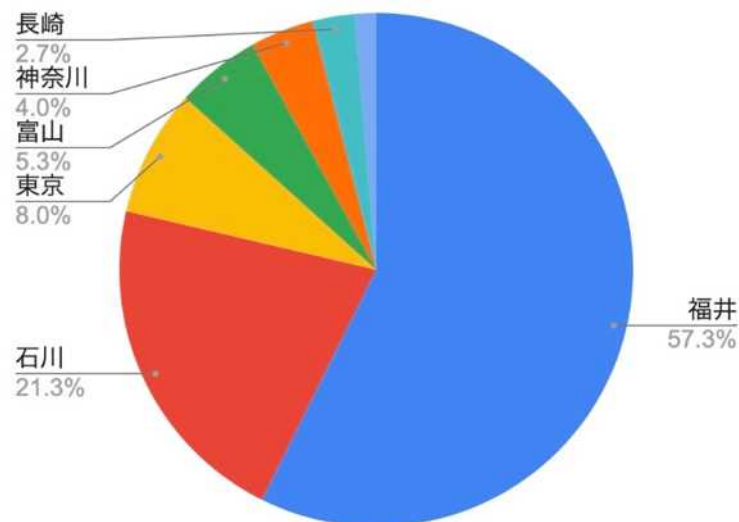
その他各ブースや物販の売上もあり

→イベントの来訪者が食事をしたり、水芭蕉に寄ったりと消費は生まれている

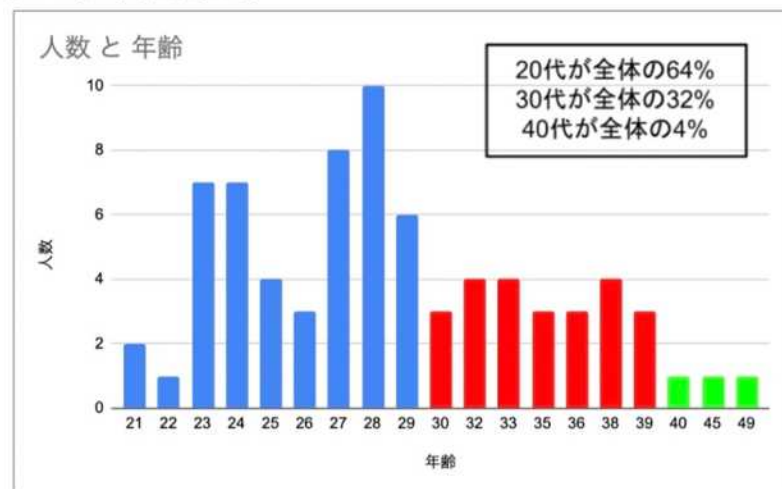
◆参加人数

参加者	スタッフ	視察
1日通しての参加者：79人 うち午前チケット事前販売数：16枚 うち午後チケット事前販売数：49枚 うち全日チケット事前販売数：10枚 うち当日参加者：4枚（全員午後参加）	25人	15～20人程度

※参加者都道府県別割合



※参加者年齢別割合



1、各設定項目に対する活動報告

1-3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた施策の検討とPR

◆Hokurikuサロワール 報告



1、各設定項目に対する活動報告

1-4 1～3の活動の関東圏でのPR

今期進捗	100%
具体的なアクション	個人のSNSアカウント ・ Facebook 1,466人 ・ Instagram 2種計 1,234人 ・ Twitter 3種計 2,383人 ・ Clubhouse 644人 を活用して活動の様子やイベントを発信。 活動の様子をメディア等に取り上げてもらう。



1、各設定項目に対する活動報告

1-4 1～3の活動の関東圏でのPR

成果	福井県以外の場所でのサウナ事業の認知向上	SNSを通して福井での町おこしの活動や、サウナ関連の事業展開について、SNSを通して認知が上がって相談がきたり、「地方創生×サウナ」の文脈でのSNS経由での取材等が生まれた。
	ローカルメディアへの認知拡大	サウナブームが都心でも変わらず盛り上がり続けているのもあり、福井の中での新聞、ラジオ、テレビへの継続的な発信に繋がっている（マスメディアの人たちもSNSをチェックしているため）
反省	・ SNS経由で、勝山でサウナを体験してみたいという声をもらうことが増えたが、どうしても自身が滞在できないのに加えて、常設で展開しているテントサウナを作れず、体験提供ができなかった。	

アジェンダ

1、各設定項目に対する活動報告

1－1 勝山市の恐竜という魅力を最大限に

訴求するための企画、PR

1－2 勝山市の繊維産業や特産品が一層脚光を浴びるような

企画、PR

1－3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた

施策の検討とPR

1－4 1～3の活動の関東圏でのPR

2、活動から見えてきた勝山市の課題

3、課題解決に向けたアクションと提案

2021年度に取り組むべき課題とその解決策

課題	解決策
宿泊施設、コミュニティスペースの不足	オープンスペースの開発を進める。宿泊事業者を増やすための誘致や助成の追加。
自由に“遊べる”場所の欠如（遊休資産の活用事例は皆無）	長尾山開発計画は進めつつも、岩屋オートキャンプ場や東山いこいの森、雁が原や 廃校・廃園・空き家などの“使いやすい仕組み” を考えるべき 市民にやる気の“火”が灯せるような、 遊び場 としての機能が必要。 空き家の件数を行政が積極的に動き増やす・マインド育成することで、移住者増加にも繋がられるはずである。
一次産品、最終商品生産業者の欠如（新たな動きはいまだ弱いまま）	シェアキッチンやシェア工房、FABスペースやコワーキングスペースなど、 ものづくりや加工を市民が自由にできるような場 を整備することで市民参加型、かつ意欲が向上するような場を作るべき。 （道の駅漁協スペースや、市内工場・空きテナントの利活用など）
恐竜博物館以外での消費の欠如（観光客の減少による市内周遊型の消費減）	現在検討を進めているが、 勝山市・鯖江市2拠点サウナシェアハウスの同時立ち上げ などを行い、 地域の情報や体験のハブ となる施設を作る 「そこに行けば、その地域を知り、体験したくなる」という場が必要。

昨年度末に掲げた課題も、ひとりでは解決できる限界が多かった。

ただ根幹にある、解決したかったこと

「若者不足」



イベントなどを通して多くの若者の来訪につなげられた

アジェンダ

1、各設定項目に対する活動報告

1－1 勝山市の恐竜という魅力を最大限に

訴求するための企画、PR

1－2 勝山市の繊維産業や特産品が一層脚光を浴びるような

企画、PR

1－3 勝山市内の新たな観光資源の確立に向けた

施策の検討とPR

1－4 1～3の活動の関東圏でのPR

2、活動から見えてきた勝山市の課題

3、課題解決に向けたアクションと提案

勝山に必要なもの

【火が起こる場づくり】

- ーワクワクした話が生まれる
- ーチャレンジしたい人を応援する
- ーそれぞれの持ち味を出し合う
- ー言い訳ではなく、提案を

シェアハウス？

公民館？

ゲストハウス？

カフェ？

公衆浴場？

コミュニティスペース？

⇒空き家、空き店舗・スペースの有効活用を進めるべき

勝山市が取り組むべき課題

- ・ **遊休資産の利活用**

- ― 廃校、スキー場などの再開発

- ・ **コミュニティスペースの整備**

- ― ヒトが交わり、新たな「火」が生まれる場所を増やす

- ・ **若者が生き生きとする環境づくり**

- ― 勝山に住む若者、訪れる若者がこの町で
「何かしたいな」と思える場所や仕組みを生み出す

勝山市に
新たな観光資源として
「アウトドアサウナ」
の普及や

「場づくり」
「産業活性化」
「若者活性化」
等に尽力しました。

約3年間ありがとうございました。