

# 新たな地方創生 in 津別町活動報告

北海道大学公共政策大学院HALCC

活動開始から3期目を迎えた北海道大学の学生団体「HALCC<sup>\*1</sup>（以下、ハルク）」これまで津別町を対象に、観光や教育をテーマに調査・分析を行い、観光では「津別町のPR強化」、教育では「津別高校生と外部人材の交流の必要性」や「高校生の進路を考える機会の提供」が重要であることを指摘し、政策提言が行われてきました。

3期目となる2018年度は、過去最大の26人の大学生と院生が参加し、「北大マルシェ」「若者議会」「津別留学」という、より実践的な3つのプロジェクトで活動を行い、その成果を2018年12月8日に津別町中央公民館で発表しました。ここでは、3つのプロジェクトの活動について紹介します。

## 北大マルシェ「津別の魅力を札幌に発信！～木・食・水のまち つべつ～」

### ●プロジェクトの概要

観光では、前年度までに整理された津別町の強みを町外に発信し、課題の処方箋とすることが1つのポイントでした。そこで、大学生・院生がファシリテーター<sup>\*2</sup>とメンター<sup>\*3</sup>に徹し、高校生が①津別町の特産品を調査し、②販売物及び店舗装飾を決定し、③北海道大学構内で販売するという「北大マルシェ」を企画しました。準備段階では9、10月の休日を用いて津別高校で2回にわたるワークショップを実施し、平日に高校生のみで活動する場合はオンライン上で大学生・院生



10月に北大構内で津別高校生が地元産品を販売した「北大マルシェ」

がサポートできる体制を構築するシステムを採用しました。

特産品調査の段階では、プロジェクトに参加した8名の高校生がそれぞれ調査をするとともに、町内の農家さんにも取材の協力をいただきました。

販売商品の決定は、出店場所となる『北大マルシェ Café & Labo』<sup>\*4</sup>から提供いただいたお客様の属性データを分析し、議論を重ねて最終的な商品の決定と販売店舗の装飾を進めました。

販売の実施は10月21日。商品を売るだけでなく、「町の魅力を」「自分たちの言葉で説明する」ことを重視しました。高校生は初めての経験に緊張した様子でしたが、津別町の魅力を懸命に発信したことが功を奏し、6品目計100個ほどの食品は完売し、特産品であるクマヤキグッズ<sup>\*5</sup>や木工品も好評でした。

※1 HALCC

2016年3月の津別町まちづくりアイデアコンペに参加したことをきっかけに、北海道大学公共政策大学院の学生が立ち上げた学生団体。Hokkaido Academic Local Creation Conferenceの略で、学生主体かつ学生目線で地方創生の可能性の提言をすることを目的として発足。

※2 ファシリテーター

集会・会議などで、テーマ・議題に沿って発言内容を整理し、発言者が偏らないよう、順調に進行するように口添えする役。議長と違い、決定権を持たない。

※3 メンター

仕事上（または人生）の指導者、助言者の意味。

※4 北大マルシェ Café & Labo

2017年にオープンした、北海道大学構内にあるレストランと売店。

※5 クマヤキグッズ

クマヤキは、商標登録されている津別町発祥のクマの形のたい焼き風菓子。Tシャツや缶バッジ、ストラップなどのグッズがある。

## ●プロジェクトの成果

「北大マルシェ」の売上は85,550円となりましたが、販売価格は道の駅などでの一般流通価格に一致させており、売上のほぼ全額を協力いただいた津別町の事業者へ納付しています。その結果、通常の販売ルートで得られる利益よりも大きな経済的利益を事業者へ還元することができており、1つの成果と言えます。また、津別町のふるさと納税に関心を持っていただけたお客様も多く、町のPRとしても一定の成果があったと推定されます。

活動後に行ったアンケートでは、参加した高校生の約90%が「町のことを以前より知ることができた」、さらに約75%の高校生は「町への愛着が深まった」「これからも津別町をPRしていきたい」と回答しています。また、活動全体を通して、町の特産品や産業、地理的優位性といった地元地域への理解の深化も見受けられました。

そして、情報の収集・分析能力の向上だけでなく、グループワークを通じたディスカッション能力の向上も感じられ、知識と経験の両輪が高校生の著しい成長を促したものと思われます。

## ●今後の展望

今回の活動では、津別町のPRや高校生の成長に微力ながら貢献できたと結論付けています。他方、PRの範囲・内容、高校生がより主体的に思考するための仕掛けにも改善の余地が認められました。今後の活動は、この2点を中心に改善を図り、津別町の発展に資する活動として昇華させていく必要があります。

## 若者議会「まちのイマとミライ ～つこう生の主張～」

### ●プロジェクトの概要

「若者議会」は、企画の出発点に「若者のまちづくりへの参加」「若い世代に町の将来を考える機会をつくる」という意図がありました。そこで、津別高校生1人に対し、学生1人のマンツーマンの5グループを編成し、彼ら自身の問題意識に基づいた町の問題点と



若者議会では、北大でハルクのメンバーが津別高校生にプレゼンなどをアドバイスした

改善案を提案しました。各自が生徒を受け持つ中で、同校の教員の思いでもあった「考えを他者に発信する力」を、実践を通じて身につけてほしいという目標があったからです。

高校生たちの関心の中心は、自分たちのコミュニティ空間に関することや自身の進路のことを含めた地元産業の担い手問題などでした。高校生自身の経験や身近な切り口を出発点に、統計や先行事例を用いながら最終的なプレゼンにたどり着くことができました。大学生・院生はその間に技術的なアドバイスや論理性の補強、高校生の思いを企画に落とし込むために、対話に注力しながら、生徒たちを支援しました。

### ●実施段階での示唆

ある生徒は、提案の骨子を「若者向け産業の担い手対策事業」に絞りました。津別高校は小規模ながら同級生の約半数が町外出身者で、小・中学校でのコミュニティに外部から人が加わることを肯定的に捉えています。その上で町に定着してもらえるように「交流から定着」を軸に、キャリア教育を含めた町内での長期インターン、ファームステイなどの若者定着案を提案することになりました。

また、あるグループでは放課後やプライベートの人間関係に注目しながら、若者がその場にいられるようなコミュニティ空間の構想を提案しました。大学生・

院生はテキストを通じて抽象的に地域に適した政策を捉えていましたが、高校生といえども、そこに15年以上暮らした人の問題提起はとても具体的で、それをデータ分析や論理的な提案に落とし込む作業は、リアリティのある体験であったと思います。

### ●津別町でのプレゼンを通じて

それまで口をつぐみがちであった生徒を含め、本番を切り抜けた生徒全員が、当初の目標を形にしてくれました。この企画の面白さは、高校生たちの突飛かもしれない問題提起や提案の中に、町のコミュニティが実際に抱えていた問題があり、町のさまざまな主体がその提案の実現を可能にしてしまえるような、現実的な事業として浮き彫りになることです。そして、そこに若者が中心的な存在となれる可能性を確認できることでもあり、将来性のある有意義な活動となりました。

## 津別留学「津別ファン獲得に向けて ～新たな価値観の創造～」

### ●プロジェクトの概要

ハルク初年度からの問題意識である「観光資源のストーリー化」や「体験型観光の重要性」に加え、町の基本目標である「新しい人の流れをつくる」こと、さらに、現在の消費者のニーズである「トキ消費」<sup>※6</sup>概念を掛け合わせ、今年度は「津別留学」という津別での自然体験学習プランを提案しました。

その目的は3つあり、①点在する観光資源を「津別を学ぶ」というワードで具体的にストーリー化を行うこと、②道外の津別ファンを獲得すること、③『愛林のまち、つべつ』としてブランドを確立することです。この目的の下、小学校5年生から中学校3年生までの子どもたちをターゲットにした具体的なプランとして「津別留学」を考案し、今年度は実現に向けた調査を行いました。

### ●調査手法と成果

津別町でのヒアリング調査では、①津別留学のカリキュラムとして活用できるか、②「津別を学ぶ」こと

#### ※6 トキ消費

商品やサービスを購入することで得られる、使用価値を重視した消費行動「コト消費」の次なる消費行動と言われている。具体例としては、①宮崎駿監督の映画「天空の城ラピュタ」のテレビ放映時に、タイミングを合わせてTwitter上に「バルス!」と投稿して一緒に盛り上がる「祭り」、②ハロウィンに仮装して渋谷のスクランブル交差点で見知らぬ人とハイタッチを交わす行動、③クラウドファンディングで公開に結びつけた映画『この世界の片隅に』など。(参考文献:博報堂生活総合研究所「熱熱トーク 第5回」)



津別留学プロジェクトでは調査結果を12月の成果発表会で報告

ができる体験か、③ターゲットの子どもたちの成長につながるかの3点を踏まえてヒアリングを行いました。このヒアリングを通して、津別町内に現存する観光資源を選定し、子どもたちが体験するカリキュラムの骨子を作成しました。さらに、インターネットを活用したアンケート調査を全国で実施し、ターゲットとなる子どもの親のニーズを調査するとともに、自然体験学習を通して、実際に子どもの成長促進・能力獲得が行われたのかを調査しました。このアンケート調査を踏まえ、さらに細かいターゲットの確定、ニーズに基づいたカリキュラム草案を作成しました。同時に、実現可能性を考慮して、旅行代理店(株式会社JTB)の方にもヒアリングを行うとともに、修学旅行などの活動における注意点や保護者からのニーズなどについて小・中学校の先生にヒアリングを行いました。以上のようなさまざまな活動から得た情報を基に、「津別留学」の最終企画案を作成しました。

12月の最終成果報告会では、津別町の持つ課題解決に「津別留学」が有用であること、「津別留学」の具体的な内容や想定コスト、企画実現に向けた検討事項について発表しました。次年度以降の活動では、「津別留学」の企画をさらに深掘りし、津別町を代表する観光ビジネスとして成立させていきたいと考えています。

※ ハルクの活動については、当誌2017年3月号『マルシェノルド』、及び2018年2月号もご参照ください。