

### 令和元年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	高校生と大学生の視点による町の情報発信と「まちの寺子屋」の開催
事業主体 (連絡先)	信州大学 キャリア教育・サポートセンター センター長 平野 吉直 電話番号 0263-37-3348 / E-mail career@shinshu-u.ac.jp
事業区分	教育、文化の振興
事業タイプ	ソフト
総事業費	387,960 円 (うち支援金 : 310,000 円)

#### 事業内容

若い世代が大町市に愛着を持つために、若者自らが楽しみながら大町の魅力を知り大町市の魅力を探して発信していく必要があると考え学生視点で大町の魅力を発信する「ローカルメディア:まちのてらこや」を構築した。各イベントの際に SNS を使って配信した。高校生、大学生が地域を知り、学ぶことで「主体的な」情報発信を行った。地域コミュニティを育むイベント「まちのてらこや」を開催し、①高校生がまちのことを知る。大町市のまちなかやお店に訪れたりすることで、地域住民と関わったりする機会も生まれる。②空き家・空き店舗・空きスペースを高校生が積極的に使い、まちの中で高校生の居場所をつくる。③高校生や大学生のメディアスキルを向上する講座を開催し、いわば「魚を得るのではなく、魚を釣る方法(視点・見方)」を獲得することをも目標に 6 回の講座を開催した。写真の撮り方、大町市の食、大町市の水、取材合宿、レイアウトについて学ぶ講座を開催し、まちづくりフォーラムで報告をした。また、学生の企画で、空き家を活用したカフェ「まちのてらこやカフェ」を開き、地域の方々と交流する機会をつくりだした。

※地域活性化のための目標・ねらいに対してどのような効果があったか、項目毎に記載すること。

ローカルメディア「まちのてらこや」を立ち上げ現在、フォロワー〇人、いいね数 〇件と得た。高校生の視点で一年間大町を取材・発信し、同世代の「共感」を軸にした情報発信と地域資源の認知を深めた。「まちのてらこや」の参加者数は参加者数延べ 430 名を達成。学生が主体で企画・運営し多様な世代や移住者等と出会うことで、今まで交流する機会がなかった年代層との交流も生み出された。次年度企画したいという大学生と高校生の次年度の実行委員を 4 名決定。「まちのてらこや」という学生団体が立ち上がった。リノベーションされた空き店を打ち合わせなどで積極的に使い、学生が商店を自主的に使う様子が生まれ、商店街に新たな賑わいが生まれた。



【カフェイベントの様子 12/14】

#### 【目標・ねらい】

- ①一年間大町を取材し、同世代の「共感」を軸にした情報発信と地域資源の認知を深める。
- ②SNS のフォロワーを 1,000 いいね獲得する。
- ③各講座 20 名×4 回=80 名
- ④展示会: 100 名×2 日=150 名(目標 200 名)

#### ※自己評価 【B】

#### 【理由】

参加者が累計で 430 人募ることができた一方、学生中心となってしまったという反省もあり、今後は地域の方や商店街の方も巻き込んだ講座や企画を実施していきたい。

#### 今後の取り組み

.BASE OMACHI を中心に、高校生がスペースを自主的に利用する機会が増えており、商店街を学生が使う機会が確実に向上している。次年度以降は、設立された学生団体「まちのてらこや」が主体となり若い世代が町の事を知り、町の事に関わる企画を継続的に実施していく。企画を通して今まで交流してこなかった世代と関わる事が実現可能となった。若者の興味関心の枠が広がり多角的な視点で物事を考えられるようになった。今後は、大学生が主体となり高校生を主なターゲットとして、若者が知りたいやってみたい、学びたいと思うことと、大町市の資源(水、食、人)をマッチし、講座を開くことで交流し、魅力発見につなげる。また、カフェやワンコインランチといった企画を合わせて開催することで若者が街に興味を持つきっかけとなる場づくりを目指す。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」: 予定を上回る効果が得られた 「B」: 予定していた効果が得られた

「C」: 一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある

(別記様式第12号) (第3の8関係)