広島経済大学 興動館プロジェクト

2022 年度

# アニュアルレポート

目　次

主催プロジェクト

インドネシア国際貢献プロジェクト……1

子ども達を守ろうプロジェクト……9

武田山まちづくりプロジェクト ……14

カフェ運営プロジェクト ……19

公認Ａプロジェクト

カンボジア国際交流プロジェクト ……25

公認Ｂプロジェクト

スポーツによる地域活性化プロジェクト ……31

コミュニティ FM 放送局運営プロジェクト……35

広島ハワイ文化交流プロジェクト ……39

宮島の魅力を発信したい学生プロジェクト ……45

若旅促進プロジェクト ……49

準公認プロジェクト

太田川キレイキレイプロジェクト ……55

動物のかけがえのない命を守ろうプロジェクト ……61

中高生の夢・笑顔実現!!プロジェクト ……66

地域発信プロジェクト ……71

災害を知り未来へつなごうプロジェクト ……76

祇園から食品ロスなくそうプロジェクト ……83

スポーツを通じた共生社会実現プロジェクト ……88

| １．プロジェクト概要 | | | |
|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類<br>主催 | インドネシア国際貢献プロジェクト | |
| 設立年月日 | 2006 年 4 月 1 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 |
| ホームページ | https://hueiicpsince2006.wixsite.com/indonesiaproject | | |
| BASE（通販） | https://indonesiahue.thebase.in/ | | |
| Instagram | https://instagram.com/iicpkdk?igshid=YmMyMTA2M2Y= | | |
| Twitter | https://twitter.com/indonesia_icp?s=11&t=cdK8ZT8zu7VqAYdKuQI_dA | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 山手　貴弘 | リーダー名 | 小山　響生 |
| メンバー数 | 28 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 久保　美咲 |
| プロジェクトの企画背景 | 平成 17 年度にプロジェクトが発足し、平成 24 年度までジャワ島大地震やムラピ山噴火などの災害に対する復興支援活動を行ってきた。これらの災害復興に目処が立った平成 25 年度からは、姉妹校であるガジャ・マダ大学に、ジョグジャカルタ特別州の中では生活水準が低いとされているグヌンキドゥル地方を紹介されたことから、当該地域の生活水準を向上させるためのビジネス活動に軸足を置いて活動を開始した。グヌンキドゥル地方にはいくつかの伝統工芸品が存在しており、ビジネス活動を開始するにあたって、その中でも伝統的な織物「テヌン」に着目した。このテヌンは、使用用途の少なさ、機械の老朽化、販売価格の低さによる後継者の減少などが原因で、伝統が途絶えそうな状況であった。そこで、テヌンを使用した商品を開発し、国内外で販売する取り組みを行うことで、テヌンの伝統を守りながら生産者である村の方々の生活水準向上につなげようと考えた。具体的には、日本国内でテヌンを使用した日用品などを開発し、インドネシア企業（LAWE 社）やガジャ・マダ大学などと協力して商品化したものを、国内外で適正な価格で販売（フェアトレード）するシステムを構築することで、最終的には現地の方々だけで利益を生み出せるようになることを目指している。私たちの活動は、商品の開発・販売を行い、利益を上げることだけではなく伝統工芸品の新たな可能性を掘り起こし、後継者を育ていく取り組みまでを含めたものである。この、それぞれの土地の強みを生かした「伝統工芸品を使ったビジネスモデル」を確立させ、世界に発信していくことで、貧困に苦しみながら生活している多くの人々を救いたいと考えた。 | | |
| プロジェクトの活動目的 | 全てはインドネシアのために<br>~「伝統工芸品を使ったビジネスモデル」を確立することで、生活水準の向上と伝統継承を行う~ | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① ジョグジャカルタ特別州をはじめとする支援先の村や地方の課題を整理、発見する<br>② 祇園地区を中心にプロジェクト活動の認知度を高める<br>③ ビジネス活動をする（売上高￥370,000）<br>④ 新商品開発<br>⑤ 販売ルートを確立する<br>⑥ 会計処理に係る仕組みを構築する | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「ジョグジャカルタ特別州をはじめとする支援先の村や地方の課題を整理、発見する」 | 目標達成度<br>中程度 |

【成果】

ジョグジャカルタ特別州をはじめとする支援先の村や地方の課題を発見するために行った活動として、インドネシアにある「スンベルアルム村」へ約 3 年ぶりに訪問した。そこで、村の生活水準、家畜の数、物価の調査をし、さらに村の経営者にヒアリングを行うことができた。

現他の調査で得た情報として、現在スンベルアルム村の主な産業がテヌンなどの特産物の生産ではなく、農業であることが分かった。さらに、村の若者が伝統継承についての関心が低いことにより、テヌンなどの伝統を継承する担い手が少ないということが、今も課題であることが分かった。また、テヌン等の伝統的な特産物は、海外の人にも販売しているが、海外に向けた広報手段がないため、販売ルートが限られていることも課題であった。そのほかの課題として、Wi-Fi や水道設備といった村の生活基盤となる設備の質があまり良くないことが分かった。

課題の解決策として、まず一つ目の伝統継承の担い手不足の課題については、来年度の夏渡航でインドネシアの若者を対象としたテヌン作りのワークショップを開き実際に体験してもらうことで、伝統継承について興味を持ってもらう機会を作ることを考案した。次に、２つ目の海外向けの広報や販売ルートの課題については、本プロジェクトの活動として広報部署がプロモーションビデオなどを制作し、SNS 等で投稿することで認知度の向上に寄与する。以前は　主に日本語での広報を行っていたが、これからは英語、インドネシア語などでの広報に注力していく。以上の考案した改善策を、ガジャ・マダ大学の学生たちにプレゼンテーションを行う形で提案する。

実際に村に訪問し調査を行ったプロジェクトメンバーは、これまでプロジェクト内で懸念されていたテヌン生産のための設備については、現在かなり普及していたため、これからの課題として村の顧客との直接的なやり取りができる手段を考案していきたいと考察している。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 村での調査に半日しか時間をさくことができず、スンベルアルム村の中で発展している地域だけの調査しか行うことができなかった。さらに、お昼の時間帯に調査を行ったので、若者の多い夜の時間帯まで調査ができなかった。<br>次回渡航の際には目的を明確にし、その目的に合ったスケジュールを計画して実施する。<br>また、突然のトラブルや確認不足などにより、姉妹校であるガジャ・マダ大学の学生とスケジュールの連携がうまくできなかった。次回の渡航活動では、より共有の回数を増やすことで、メンバーだけでなく協力団体とスムーズに活動ができるように心がける。 | 今回の渡航で、村での調査に時間を必要とすることがわかった。そのため、次回の渡航では村に行く目的を再認識し作業量に見合ったスケジュールを組むことで、より詳細な調査を行っていく。その際には、支援先の村の方に調査や探索がしたい具体的な内容をはっきりと伝えることが大切だと感じた。<br>また、スケジュールを予定通り進めるために、渡航中の会議でその日の変更など詳細なスケジュールを全メンバーに共有し、確認していく。メンバー以外にも、姉妹校のガジャ・マダ大学の学生へのスケジュール共有をより多く行うことで、次回の渡航で活動の連携をより高める。 |

| 活動目標②「祇園地区を中心にプロジェクト活動の認知度を高める」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

祇園地区を中心にプロジェクト活動の認知度を高める広報活動として、9 月 4 日にイオンモール広島祇園にて、インドネシアの伝統楽器であるアンクルンの演奏会やインドネシアの伝統的な布「テヌン」を使用して作られたポーチなどの商品販売、および本プロジェクトの活動内容やインドネシアの文化などを紹介するパネル展示会を開催した。また、活動をより多くの方に知っていただくため、イベントの様子をインスタライブで配信した。

イベントには 80 名の方にご来場いただき、プロジェクトメンバーによるアンクルンの演奏（ふるさと、きらきら星、インドネシア民謡の 3 曲）や、実際に来場者がアンクルンを奏でてみる体験会を通してインドネシアの文化に触れる機会を提供した。また、商品販売会やパネル展示会では、商品の売り上げはインドネシアの生活水準向上のための支援として生産者の方へ還元しているという活動説明も行いながら接客を行った。会場に来られた来場者の方から「こんな活動しているんだね。全然知らなかった」という声をかけていただいたことからも、これまで本プロジェクトの活動について知らなかった方々にも認知していただくきっかけの場にできたと考える。

その他の広報活動として、週 1 回の Instagram 投稿、月に 1 回の学内ポスター掲示、月 1 回の YouTube 投稿 を行った。

これまでの Instagram については、イベント関連の宣伝が主な投稿内容だったが、今年度は更なる活動周知のため、イベントの宣伝に加え、普段のプロジェクト会議風景や本プロジェクトが販売している商品の使い方動画などの投稿を行い、投稿機会を増やした。また、学内に掲示しているポスターに本プロジェクトの活動紹介に加え、Instagram のアカウントを載せることで、閲覧数およびフォロワー数の増加を目指した。

YouTube の投稿については、10 月の大学祭「経大祭」での商品販売の様子や、12 月にインドネシア留学生に講師を依頼し、プロジェクトメンバーを対象に実施した「インドネシア語講座」の活動紹介動画の投稿のほか、語学や文化の学びが深まる動画「レッツ！インドネシアクエスチョン」などを作成した。

これらの活動成果として、フォロワー数が約 50 人増加したことがあげられる。また、今年度プロジェクトに新規加入したメンバーのうち 3 名が Instagram を見て興味持った学生だったことやプロジェクト会議への体験参加希望者がいたことからも、投稿内容の見直しの効果はあったと考えられる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| Instagram フォローの呼びかけが甘く、ニーズにあった投稿内容ができていなかったからか、フォロワーの増減が激しかった。今後は、フォロワーのニーズ調査を行い、どのような投稿内容がフォローしてくれている人の興味を惹くのかを分析し投稿の質を上げる。さらに、商品情報が中心となったアカウントの活用も必要であると考える。<br>ポスター掲示については、秋頃のイベントラッシュで準備が間に合わず、イベントでポスターの掲示ができなかった時があった。今後、ポスター作成の前準備を普段の会議中に進めておくことや、イベントが入っ | SNS アカウントについては、「JICA 中国講演会」で得た Instagram の「リール」や YouTube の「ショート」機能の使用例参考に、視聴者のニーズにあった動画サイトの機能を最大限に活用していく。<br>さらに、フォロワーの興味にあった投稿を増やすため、今までの Instagram 投稿のいいね数から、フォロワーの興味が高い投稿内容を調べる。SNS の分析については、いいね数やエンゲージなどを分析する担当など役割の振り分けを行い計画的に進めていくことが必要である。<br>ポスター・チラシ制作については、イベントの開催が重複した際にも準備が間に合うよう印刷方法 |

| | |
|---|---|
| た際の広報への共有を全体メンバーに促し計画的な準備が行えるように努めていく。<br>YouTube の投稿については、テロップの誤字・脱字などのミスがあるものを投稿していたため、今後は、複数の目で確認を行い動画の内容改善を行なっていく必要がある。<br>また、申請書のスケジュール作成で確認不足がありテスト期間の被りや他イベントが重複して計画的に動画作成を行えず YouTube の投稿できない月があった。今後は、申請書作成時に前年度のスケジュールを確認しながら計画的な動画作成に努める必要がある。<br>SNS アカウントについては、活用例の参考が少なく Instagram のリールや YouTube のショートの投稿以外の機能を上手く活用できなかった。今後は、JICA 中国の方との勉強会で得た知識を参考に動画をより多くの方に見てもらえる工夫を行なっていく。 | の共有や模造紙の確保等、事前準備可能なものは会議中に進めておく。また、チラシには必ず SNS アカウントの QR コードを載せたものを作成し、訪れてくださった方に Instagram アカウントのフォローを促す。<br>YouTube 動画の作成時について、データ削除やミスを防ぐために個人で作成した動画は広報部署のグループ LINE に送り、メンバー全員が確認次第投稿を行うようにルール化する。また、YouTube の定期更新のために、前もってストックを作っておくことと、動画内容のテーマについて部署全体で話し合い事前に決めておく。 |

| 活動目標③「ビジネス活動をする（売上高￥370,000）」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

支援先であるスンベアルム村に住む人々の生活水準向上のための活動資金を集めることを目的とし、インドネシアの伝統的な布「テヌン」を使用して本プロジェクトが企画したオリジナル商品の委託販売事業を展開した。

今年度の委託販売先での売り上げとしては、祇園地区の雑貨店「森のアトリエ」で 5,456 円、宮島の雑貨店「Chopper Chop Shop」で 2,195 円、THE OUTLET 広島の雑貨店「SAKKAZAKKA」で 482 円を売り上げた。

イベント時の手売り販売の売り上げとしては、経大祭で 5,600 円、祇園・興動祭で 7,000 円、まちづくり市民交流フェスタ 2022 で 17,550 円、国際フェスタ 2022 で 13,550 円、宮島 Chopper Chop Shop 手売りイベントで 4,800 円を売り上げた。イオンモール広島祇園でのアンクルン演奏会での販売活動では、音楽によってインドネシアの文化を体験してもらうだけでなく、今年度のイベント販売最高額の 20,400 円を売り上げた。 また、通信販売サイト BASE から 1 点購入があり、1,200 円を売り上げた。

さらに、2 月 14 日～22 日で行ったインドネシアでの現地活動では、ガジャ・マダ大学の施設内での手売り販売を行った。売り上げは 740,000IDR、日本円で 6,622 円を売り上げた（112IDR＝1 円）。販売の際は、販売メンバーは「テヌン」の浴衣を着用することや、インドネシア学生に書道体験の場を設けるなど、日本の文化に触れられる機会を設けることができた。

ビジネス活動における年間売上としては、委託販売活動で 8,133 円、イベント活動で 68,900 円、現地活動 6,622 円、計 83,655 円の売り上げを出すことができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 売り上げ目標である 370,000 円を達成できなかった。販売イベントの際にお客様の視線が他店のブースに向けられていたことから、商品以外の要素（装飾や体験など売り場自体）の魅力が足りず、他の出店ブースに見劣りしていたことが考えられる。今後は売り場の魅力を高めるための装飾やイベントを増やしていく。<br>また、委託販売先でのイベントを企画したが、スケジュール作成時点で不備があり、実施できなかった。今後は、事前に前年度のスケジュールを確認しながら計画的に進める必要がある。<br>その他に、全体の活動状況の把握不足により、個人作業量に偏りが見られ、オンライン販売（BASE）を停止した期間があった。今後は全体活動の透明化のため、共有の徹底し、仕事量に偏りが出ないよう個人の思いを聞ける機会を増やしていく。 | 販売イベント中の売り場の魅力を向上するため、イベントに持ち込む商品の量を増やすことや動画やパワーポイントといった映像宣伝を増やすことが効果的だと考える。さらに、販売以外の要素として装飾や演奏体験などを行うことで集客性を高められると考える。<br>委託先でのイベントは前期の早い段階から企画、提案をする。また、申請書作成時から前年度のスケジュールを確認しながら、イベント予定が被らないようにスケジュールを決める。<br>また、販売活動に滞りを起こさないためにも定期的に部署全体でメンバー個人に心配、不安点などを共有する会議を行い、対策・改善に努める。 |

| 活動目標④「新商品開発」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

数年前から同じ商品を販売し続けているため、長年商品を置いてくださっている委託販売先のお客様から「保険証などの小物が入る様な商品を作ってほしい」という依頼があった。そこで、お客様のニーズに応え、今以上に満足度を高めるため、新商品の開発に取り組んだ。

新商品の案として、テヌンを使用した保険証の入る「名刺入れ」と「ミサンガ」を考案した。オンライン会議にて、本プロジェクトの商品をインドネシア国内で製造してくださっている企業「LAWE」の方へ新商品案を提案した。結果として、我々の提案を受け入れていただけたため、来年度から月 1 回のオンライン会議を行いながら、商品化へ向けて取り組んでいくこととなった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| イベントに注力するあまり、企画の段階から進められておらず、LAWE の方に新商品の提案をした後、もこちらから連絡を取らなかったことにより、今年度中の商品化に至らなかった。今後は、活動目標の再認識の場を増やしていく。<br>また、スケジュール過密のため新商品に割く時間が少なく、具体的な形にできなかった。今後は申請書のスケジュール作成時点でイベントや渡航などの予定を確認し、計画的に新商品開発予定を作成し、新商品開発を進める際には締め切り期限を設けて進めていく。 | 月初めに会議の中で申請書を読み直す時間を設け、各項目についての進捗状況を確認することで、やらなければいけない優先事項を決め取り組む。決めた項目を月に一回日報に書き、プロジェクトメンバー全員にも周知させる。また、連絡担当をきめることで、インドネシアの協力団体の方に連絡をとる。<br>また、申請書のスケジュール作成時点でイベントや渡航などの予定を前年度の実施スケジュールから確認し、計画的に新商品開発のための予定を作成し、新商品開発を進める際には締め切り期限を設けて進めていく。 |

| 活動目標⑤「販売ルートを確立する」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

活動広報と更なる売り上げ獲得のため、今年度は新たな委託販売先として、広島市にある商業施設「THE OUTLETS HIROSHIMA」の中にある雑貨店「SAKKA ZAKKA」と委託販売契約を結んだ。

また、オンライン販売サイト「BASE」にて、今まで単品販売のみしか行っていなかったが、購買意欲の向上を狙い、単品商品を組み合わせたセット販売を開始した。単品複数購入の価格より、セットでの購入価格を低く設定することで、よりお手頃に購入していただけるようにした。

委託販売先の開拓による販売地域の拡大に加え、オンライン販売にセット商品を追加したことで、お客様の購買意欲を高める環境づくりができたと考える。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| オンライン販売において、管理が個人作業になっていたため、今後は全体活動の透明化のため、共有の徹底やメンバーの思いを聞けるような会議を増やし、全体で「BASE」の今後について見直していく。人件費や商品の送金について、確認作業や通帳の名義変更などに時間がかかったため、商品はあるのに未入金の状況が長く続いてしまった。今後は会計担当と興動館職員との協力体制のもと、送金を進める。 | オンライン販売活動に滞りを起こさないためにも定期的に部署全体でメンバー個人に心配、不安点などを共有する会議を行い、対策・改善に努める。海外送金についての作業は、興動館職員に作業を依頼しているが、月 1 回にはかならず状況を確認し、初めの会議では担当部署メンバーと会計メンバーで「PayPal」の利用方法を再確認するなど、起こりそうな問題を先に見つける会議を行なっていく。<br>また、インドネシア人留学生の方に海外送金についての情報を聞き、参考にしながら様々な海外送金の手段について情報の資源を蓄えていく。 |

| 活動目標⑥「会計処理に係る仕組みを構築する」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

活動に関わる会計作業において、大学での手続き上、現金の引き出しに約 1 時間以上かかる問題を解決するために、興動館に一部の現金を保管する制度を新たに設けた。これによって、すぐに手元へ現金が確保できるようになり、イベントの際に発生する交通費を素早くメンバーに渡すことが可能となった。入金作業の際には定期的に興動館に来られる「もみじ銀行」の協力をうけ、興動館にこられた際に入金作業を行ってもらうことが可能となった。このような地域の金融機関と協力体制を取ることで、興動館に居ながらでも現金の「振り込み」や「入金」が可能になった。

さらに、棚卸しや会計期末処理の効率化のため、必要項目を絞った「売上管理表」と「在庫管理表」を新たに作成した。表の打ち込みを行なったメンバーからは、「入力項目がわかりやすい」「ファイルの場所の共有があったから助かる」などの声があり、より快適なプロジェクト活動を行うための環境を作ることができた。

その他に、コロナ禍で渡航が実施できない時でも人件費の支払いが可能になるよう、海外送金方法を複数検討することができた。送金方法としては、「インドネシアの協力企業である「LAWE」側の販売サイトでの入金」や「送金アプリ」を検討した。しかし、LAWE 側に入金の意図がうまく伝わらなかったことや、セキュリティ面に懸念がある等の理由で、現在は銀行の送金サービスである「PayPal」での送金手段を最有力候補として進めている。また、JICA 中国の方との勉強会では、海外送金の方法は「在日のインドネシアの方から聞き込みをすることが有力である」との情報を得ることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| イベント開催時に、現金の準備を行う必要があったが、会計メンバーが並走して行う部署作業などに集中してしまい、過度な作業量で会計の必要な作業を見落としていた。また、会計メンバー内で知識の偏りが見られ、個人では作業が行いづらい環境であった。<br>これらを改善するために、イベント時のマニュアル化を進め効率の良い作業を目指す。また、会計の会議を定期的に開き、知識の共有を習慣化していくことが必要であると考える。<br>さらに、両替時に現金の紛失が起こってしまった事や、現金の入ったお釣り箱を屋外のメンバーの目が届かない場所に置いているなど、現金の取り扱いにメンバー内で差が見られた。<br>今後は、現金の取り扱いに差が出ないためにルールを定め、メンバー全体で現金管理について意識を高めていく。他にも、現金取扱のための「お釣り箱備品」などの環境整備を整えていく。<br>また、いままでは興動館倉庫や委託先での商品の棚卸しを不定期に開催していた。これからは、イベントや委託先への品出しで商品の在庫が頻繁に減少していく。売り上げの確認や在庫管理のために「棚卸しの習慣化」を進めていく必要があると考える。 | まず、知識共有の効率化のため、イベント発生時の流れを資料で記録し、マニュアル化を進める。<br>会計会議を週に一回行い「イベント日程」や「会計処理についての日程」等、会計活動の基盤となる情報を共有していく。その際は、毎会議後に LINE のノートで日報を記録していく。<br>次に、イベントで現金を扱う際の注意事項を共有するための「チェックリスト資料」を作成する。<br>内容は「イベントの日付」や「参加メンバー」を記入してもらう欄の作成、「現金を扱う際は ①肌身離すことがないようにする。②特定のメンバーのみで管理を行うこと。③イベント前と後でお釣り箱の現金を確認すること」等の注意喚起を、チェックリスト形式でイベントメンバーへ共有を促す。<br>また、お釣り箱の中にある「コインケース」や「売り上げ管理表の作成」、現金を肌身離さ図管理するための「サコッシュ」といった現金取扱のための環境整備を整える。<br>両替の際には、必ず「2 人以上」で会議時間内に金融施設へ向かい、両替記録を写真（または動画）で必ず記録する。記録は必ず LINE のノートで共有を行う。 |

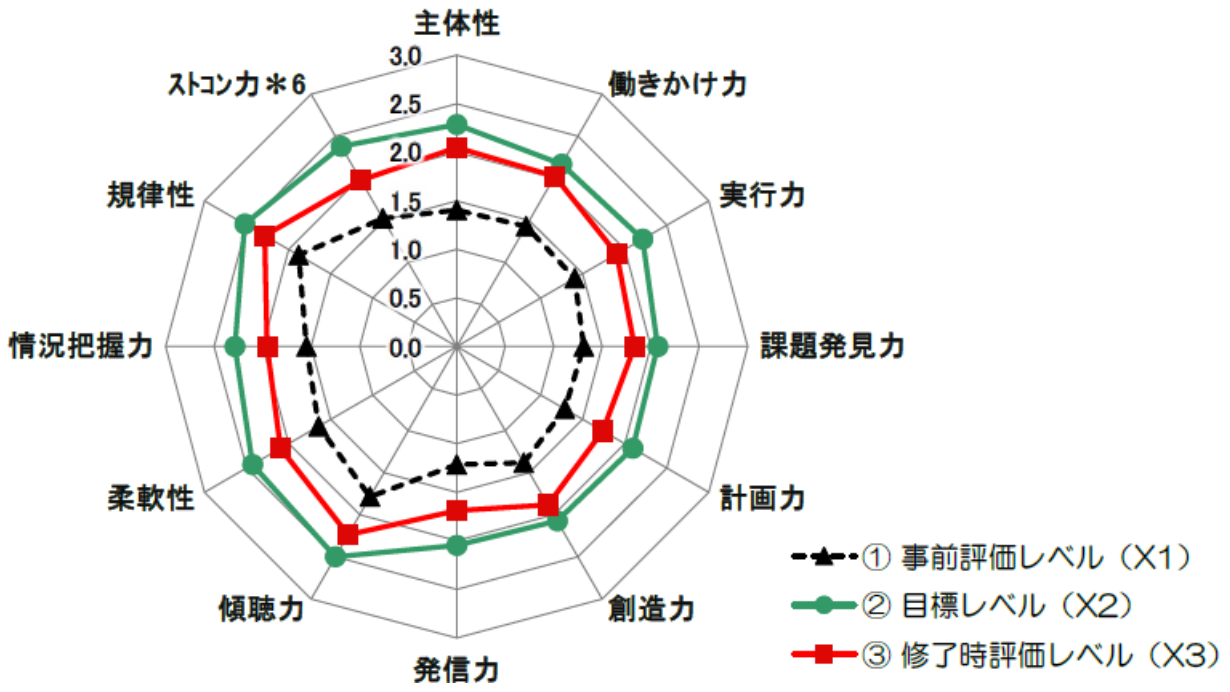
３．受賞・新聞記事掲載等

| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| --- | --- | --- |
| 2022 年 9 月 4 日 | 中國新聞 | インドネシア伝統の調べ 楽しんで<br>広経大生がアンクルン演奏 |
| 2022 年 10 月 16 日 | 中國新聞 | インドネシア支援に力<br>伝統生地を使った商品販売 |

| ４．プロジェクト活動評価　　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 小　計 | | 12 | 6 | 0 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 18　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類 | 子ども達を守ろうプロジェクト | | |
| | 主催 | | | |
| 設立年月日 | 2005 年 4 月 1 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2022 年 3 月 31 日 | |
| Instagram | https://www.instagram.com./accounts/login/?next=/pocket1623/ | | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 友松　修、西國　真一 | リーダー名 | 片山　美里 | |
| メンバー数 | 24 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 矢野　雄大 | |
| プロジェクトの企画背景 | プロジェクトの立ち上げが企画されていた当時（平成 16,17 年頃）日本で子どもが巻き込まれる事件・事故が目立っていた。平成 17 年 11 月には、広島市安芸区で女子児童の尊い命が失われる事件が発生した。子ども達の安心・安全が心配される今日、私たちが学生生活を送る広島市安佐南区周辺ではそういった事件・事故をゼロにしたい。そこで、学生の立場・視点から、子ども達の安全を守ろうという趣旨のもと、立ち上げたのが本プロジェクトである。 | | | |
| プロジェクトの活動目的 | 下校安全やガードボランティア活動、主催イベントなどを行うことで少しでも防犯に努め、「子ども達が安心して暮らせる町づくり」を目的としている。地域の学校、家庭、防犯団体と連携し、私達学生にできる防犯活動について考え、実行する。<br>更に、本プロジェクトの活動をまずは広島県内の学生に共有し、子ども達の安全を守る活動が浸透することを目的としている。 | | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① 年間約 160 日間のガードボランティアを通して昼休憩中に児童が危険な目にあうことを 0 にする。<br>② 大学の 3 限終了後に、年間約 160 日間の下校安全サポートを行う。普段から呼びかけることで学生がいない時でも交通安全に対する意識を常に持ってもらう。日々、下校安全の見守りをされている方々と危険な箇所などの情報を共有することで、事件や事故に巻き込まれる件数を減らす。<br>③ 本プロジェクトの活動について、冊子を基に本学の学生に周知、実践してもらう。<br>④ 安佐南区の子ども達およびその保護者を対象に、防犯意識の向上と本プロジェクト活動に対する理解を深めてもらう。<br>⑤ それぞれ開催するイベントにおいて、子ども達と本プロジェクトメンバーがお互いの顔と名前を認識し、交流を深めることで、事件、事故が発生した際に、いつでも声をかけられるような関係を作る。また、大学生のできる範囲内で、子ども達の健やかな成長ができる場所を提供する。 | | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「年間約 160 日間のガードボランティアを通して昼休憩中に児童が危険な目にあうことを 0 にする」 | 目標達成度<br>低い |
| 【成果】<br>新型コロナウイルス感染症感染拡大以前は、不審者から子ども達の安全を守るため、プロジェクトメンバーが祇園小学校の校庭内を見守る「ガードボランティア活動」を年間約 200 日行ってきた。<br>今年度は、感染状況が落ち着くことを想定し、6 月から 2023 年 3 月末までの期間、木曜日を除く平日 4 | |

日間（春期・夏期・冬期長期休暇期間を除く）年間約 160 日のガードボランティア活動を計画した。

しかし、昨年に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響により、小学校側からガードボランティアの受入れ許可が出なかったことで実施することができなかった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 昨年度作成されていたアニュアルレポートを引き継いでおらず、昨年の課題である「実際に小学校に行けなくても自分たちにできることを考えておく」ということに対して改善策を考えられていなかった。<br>前年度の活動課題を確認し、改善を加えた活動計画を考える必要である。 | 不審者が近寄りづらい環境を作るため、小学校の敷地内に入って活動できない場合でも、校外を巡回し、危険物がないか、不審者がいないかなどを確認する。 |

| 活動目標②「大学の 3 限終了後に、年間約 160 日間の下校安全サポートを行う。普段から呼びかけることで学生がいない時でも交通安全に対する意識を常に持ってもらう。日々、下校安全の見守りをされている方々と危険な箇所などの情報を共有することで、事件や事故に巻き込まれる件数を減らす」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

交通事故や不審者から児童を守るため、信号機のない交差点や児童の下校ルートで不審者の潜みやすそうな箇所などにプロジェクトメンバーが立ち、下校中の児童に声をかける見守り活動「下校安全サポート」を 6 月から 2023 年 3 月末までの期間に 110 日間実施した。

今年度は、祇園小学校に通う児童の保護者の方々とも連携し、小学校の正門から下祇園駅方向約 300 メートルの間にある交差点や横断歩道に立ち、下校する児童を見守った。その際は、児童が安全に下校できるように「白線の内側を通ってね」「車が来ているから気を付けてね」など積極的に声掛けを行うことで、車や自転車と接触することを防いだ。

活動中には保護者から感謝の言葉をいただくこともあり、本プロジェクトの活動が地域の方からも評価されていると感じることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 小学校の月間予定表の確認不足により、児童の登校日を把握できていなかった。小学校の登校日を把握した上で活動日を決め、プロジェクト内で共有する必要がある。 | 月初めに祇園小学校から月間予定表をいただき、下校安全サポートのスケジュール調整を行う。 |

| 活動目標③「本プロジェクトの活動について、冊子を基に本学の学生に周知、実践してもらう」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

ひとりでも多くの子どもの安全を守るためには、プロジェクトメンバー以外の本学学生にも近隣の小学生の安全を見守る気持ちを持ってもらうことが重要であると考える。そのため、「下校安全サポート」やこれまで行ってきた「ガードボランティア」の活動内容を記載した冊子の作成に取り組んだ。

6 月から冊子作成に取り組み始め、今年度中に冊子データを完成させた。来年度は、冊子を印刷して学内で配布するとともに、活動内容をプロジェクト内で継承していくため、プロジェクトメンバーにも配付し、活動マニュアルとして活用していく予定である。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| メンバー間でマニュアルに記載する内容が共有されておらず、当初の完成予定時期である 10 月から大幅に遅れ、年度中の配布に至らなかった。情報共有と定期的な進捗管理が課題である。 | 事業に取り掛かる前に企画内容を部署内で共有し、毎週行う会議の場で進捗を報告する。 |

| 活動目標④「安佐南区の子ども達およびその保護者を対象に、防犯意識の向上と本プロジェクト活動に対する理解を深めてもらう」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

本プロジェクトの活動を地域の子どもや保護者に理解してもらい、普段から防犯意識を持ってもらうため、小学校に通う児童を対象とした防犯イベントを年間 2 回（夏休み宿題お手伝いイベント、クリスマス会）、りじょう認定こども園で園児を対象にした未就学児イベントを 1 回実施した。

8 月に祇園小学校の児童を対象として「夏休み宿題お手伝いイベント」を実施した。当日は、31 名の児童が参加し、前半で夏休みの宿題サポートを通してお互いに信頼関係を構築しつつ、後半には防犯標語である「いかのおすし」に関する防犯動画を見てもらった。イベント後には、子ども達が「いかのおすし」を唱えながら帰っていく姿も見られ、参加者に防犯知識を身に付けてもらえたと考えられる。また、保護者から次回の開催に関する問い合わせをいただき、満足度の高いイベントにできたと感じる。

12 月には、祇園小学校の児童を対象として「クリスマス会」を実施した。当日は、午前午後 1 回ずつ開催し、午前 40 名、午後 34 名の児童が参加した。イベントでは、本プロジェクトオリジナルキャラクターの「ケイダイジャー」が登場する防犯・交通安全に関する劇を実施した。劇の後には、事件や事故に巻き込まれた際に相談する警察などの連絡先をまとめた紙の配付や防犯に関する〇×クイズを行った。防犯〇×クイズでは、子ども達同士で相談し合う場面も見られ、参加者自身がクイズの内容を自分の立場に置き換えながら考えられていたと感じる。

1 月には、りじょう認定こども園の年長クラスの園児を対象に、小学校への進学に向けて防犯や交通安全に関する知識を身につけてもらうため、ケイダイジャーによる防犯教室や〇×クイズを行った。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| イベントに関する満足度を調べる方法を準備していなかった。<br>また、子ども達を対象とした活動はできていたが、保護者を対象にした取り組みができていなかった。 | イベント時には、理解度や満足度を確認するアンケートを実施する。また、〇×クイズなどでは、子ども達に主体的に答えてもらいながら、答え合わせ時などで保護者にも参加してもらいながら、参加者全員が理解を深められる内容や方法にする。また、保護者向けに活動紹介冊子や防犯や交通安全に関するチラシを配付する。 |

| 活動目標⑤「それぞれ開催するイベントにおいて、子ども達と本プロジェクトメンバーがお互いの顔と名前を認識し、交流を深めることで、事件、事故が発生した際に、いつでも声をかけられるような関係を作る。また、大学生のできる範囲内で、子ども達の健やかな成長ができる場所を提供する」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

「下校安全サポート」「夏休み宿題お手伝いイベント」「クリスマス会」「未就学児イベント」では、防犯や交通安全に関する知識を学んでもらいながら、子ども達にとって地域の大学生が身近な存在となり、有事の際に助けを求められるような関係になることを目指して活動してきた。

各イベントでは、児童だけではなくプロジェクトメンバーも名札をつけ、イベント中はお互いを名前で呼

| び合うことで顔と名前を覚えてもらえるようにした。その結果、8 月の「夏休み宿題お手伝いイベント」に参加した児童が 12 月の「クリスマス会」に参加してくれた際、プロジェクトメンバーの名前を覚えてくれていた。 | |
|---|---|
| 【課題】<br>プロジェクトメンバーが子ども達に声を掛ける機会は多かったものの、子ども達の名前を呼ぶ機会が少なかった。そのため、子ども達はメンバーの名前を覚えているが、メンバー側が子ども達の名前を覚えることができていなかった。 | 【改善策】<br>イベントの最初にはお互いの名前を覚えて、プロジェクトメンバーも交えてレクリエーションを行った後に本題へ入るようにする。また、プロジェクトメンバー自身もイベント中は意識的に子ども達に声をかけ、子ども達からもメンバーに話しかけやすいような関係を作る。 |

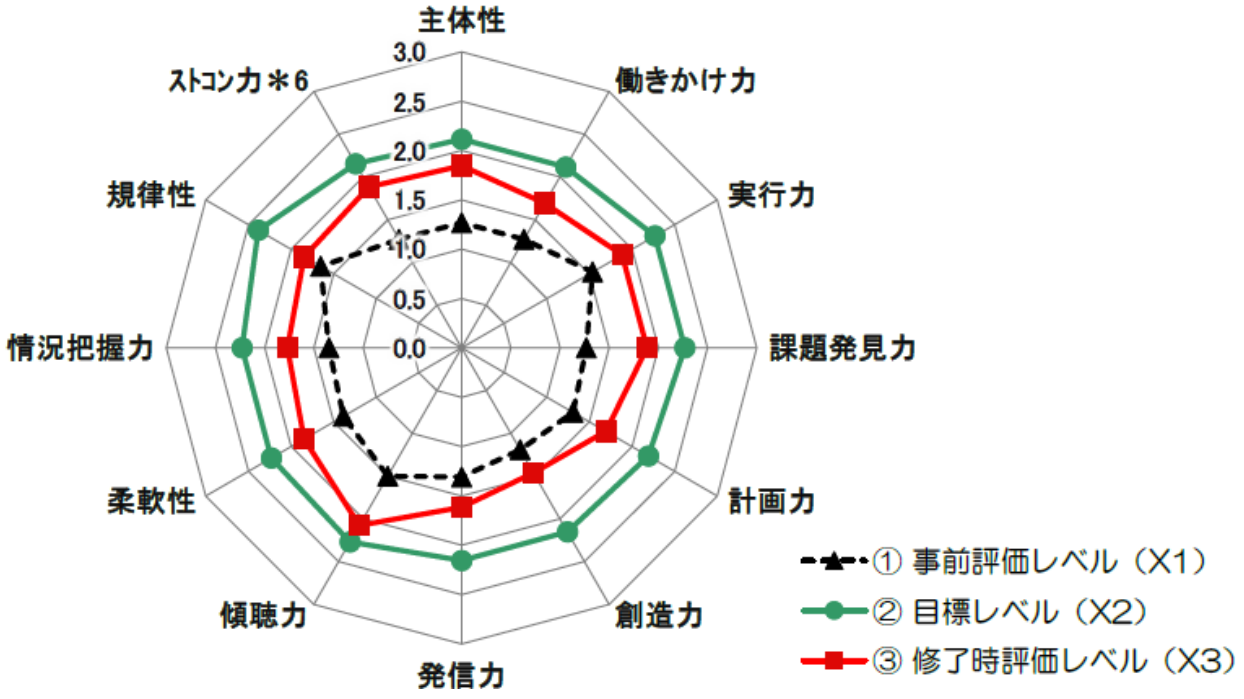
| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 2022 年 8 月 13 日 | 中國新聞 | 広経大生 宿題お手伝い<br>夏休み 児童と交流深める |
| 2022 年 9 月 9 日 | 中國新聞 SELECT | 夏休み宿題 手伝い交流 |
| 2022 年 12 月 3 日 | 安佐南地区保護司会並びに安佐南区地区更生保護女性会 | 広島保護観察所長感謝状 |

４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 小　計 | | 4 | 9 | 2 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 15　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

<table>
<tr><td colspan="5">１．プロジェクト概要</td></tr>
<tr><td rowspan="2">プロジェクト名</td><td>種類</td><td colspan="3" rowspan="2">武田山まちづくりプロジェクト</td></tr>
<tr><td>主催</td></tr>
<tr><td>設立年月日</td><td>2006 年 4 月 1 日</td><td>活動期間</td><td colspan="2">2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日</td></tr>
<tr><td>Instagram</td><td colspan="4">https://www.instagram.com/mt.takeda/?hl=ja</td></tr>
<tr><td>Twitter</td><td colspan="4">https://www.instagram.com/mt.takeda</td></tr>
<tr><td>ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名</td><td colspan="2">中村　隆行</td><td>リーダー名</td><td>上杉　博斗</td></tr>
<tr><td>メンバー数</td><td colspan="2">11 人（2023 年 3 月 31 日現在）</td><td>会計責任者</td><td>山口　貴巨</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの企画背景</td><td colspan="4">近年、持続可能性を前提に地域資源を活用したまちづくり活動が頻繁に行なわれるようになってきた。その中でも、里山の資源を利用したり、森林の働きや機能をまちづくりに活用したりする例（里山資本主義など）も珍しくない。森林資源は、私たちの生活に無くてはならないものであり、多岐に渡ってその恩恵（森林の公益的機能）を受けている。<br>また、景観や伝統、文化など、地域住民がアイデンティティを形成するうえでも重要な社会資源である。広島経済大学の裏山（武田山）は、豊かな植生や、武田一族ゆかりの史跡など地域住民の強い郷土愛を育んできた。現在、安佐南区、祇園・山本地区は、広島市のベットタウンとして単身、核家族世帯が増加傾向（安佐南区祇園・山本は単身世帯数 9,415、核家族世帯 1,648、自治会加入率は祇園 32.5%、山本 41.7%〔H27 年国勢調査資料より〕）であるが、地域との結びつきが希薄になってきている。なお、自治会加入率の低下により、文化の継承や地域資源の保全など持続可能性に課題がある。<br>そこで、私たち武田山まちづくりプロジェクトは、学生ならではのアイデアで地域資源である武田山を保全・活用し、まちづくりの施策に活かしていく。加えて、平成 26 年度広島土砂災害、平成 30 年西日本豪雨災害を受け、森林の土砂災害防止機能へのニーズは高まっている。たけだの里を災害に強い森にし、防災に対する啓発活動を推進することで地域住民の防災への関心を高めていきたい</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目的</td><td colspan="4">祇園・山本地区の地域住民に山の機能を伝え、自分たちの生活に関わっていることを知ってもらうことで将来的な自然破壊を防ぐ。<br>イベントを通じ、希薄になりつつある住民同士のつながりを改善させる。<br>防災についての啓発活動を行い、災害に強いまちを実現させる。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目標</td><td colspan="4">① たけだの里に地域住民を招き、自然の素晴らしさを体感してもらうことで環境問題について考えるきっかけを作る。<br>② 広報活動によって今までたけだの里を知らなかった人にもたけだの里の魅力を知ってもらい、イベントの集客につなげる。<br>③ たけだの里の遊歩道の安全整備を行い、イベント参加者が自然や環境保全について興味を持つきっかけになるものにする。<br>④ 過去に起きた祇園・山本の地域での土砂災害を風化させない。<br>⑤ 希薄になりつつある住民同士のつながりを改善する。</td></tr>
</table>

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「たけだの里に地域住民を招き、自然の素晴らしさを体感してもらうことで環境問題について考えるきっかけを作る」 | 目標達成度<br>中程度 |

【成果】

武田山を森林の働きや機能を活かすことのできる里山にするために武田山の一角を開拓し、本プロジェクトの活動拠点「たけだの里」と名付けている。

今年度は、たけだの里に地域の小学生を招き、山の資源を活用したレクリエーションを行うことで山が自分たちの生活に深くかかわっていることを伝え、自然を守りたいという意識を持ってもらうため「Go Mountain」というイベントを開催した。当日は、4 人の小学生が参加し、たけだの里の竹を使用して水鉄砲を作成し、作成した水鉄砲で子どもたちと遊んだ。また、環境問題について小学生でも楽しみながら学んでもらうため、紙芝居を使用して森林の間伐作業をすることで土砂の流出防止や間伐した木が私たちの生活で使う資源になることなどについて説明した。

イベント後のアンケートでは、「初めて竹を切ってドキドキした」「もっと遊びたかった」などの声があり、参加した小学生たちに自然を体感しながら楽しんでもらえたと感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| Go Mountain のイベント案内チラシを祇園小学校の 3、4 年生合計 335 人に配付し、定員 5 人に対し 8 人の応募があった。たけだの里の広さの関係上、やむを得ず 3 名の応募者を断ることとなった。<br>より多くの人が参加できるようにするため、イベント開催の開催方法を考え直す必要がある。 | より多くの地域住民の方に自然の素晴らしさを知ってもらうため、同じイベントでも複数回行うようにする。また、たけだの里だけではなく、公民館など地域の方々が集まりやすい場所で里山の魅力を伝える出張イベントを行うことで、より多くの人が身近に自然を体感できる機会を作っていく。 |

| 活動目標②「広報活動によって今までたけだの里を知らなかった人にもたけだの里の魅力を知ってもらい、イベントの集客につなげる」 | 目標達成度<br>中程度 |
|---|---|

【成果】

本プロジェクトの活動や主催イベントに関する広報チラシや SNS を活用し、イベントの集客だけではなく、森林の環境保全と防災機能のつながりを伝え、災害に強いまちづくりを目指した魅力発信を行った。

Instagram では、ストーリー機能を活用し、毎週土曜日に行っているたけだの里の整備活動の様子や主催イベントである「Go Mountain」や「鎮魂のキャンドルナイト」の開催告知やイベント当日の様子などを投稿した。活動紹介やイベント告知を合わせて年間約 50 回投稿し、フォロワー数は年間 100 人増加した。

広報チラシにおいては、イベント内容に関する記載だけではなく、本プロジェクトが行っている活動をより深く知ってもらうため、Instagram の QR コードも載せるようにした。チラシや SNS を活用した広報により、「Go Mountain」は定員 5 名としていたところ、8 名の申し込みがあり、「鎮魂のキャンドルナイト」には地域の子どもたち 10 名と開催に協力していただいた地域団体の方を含め 30 名に参加していただけた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| Instagram においては、一度の投稿に複数の内容を載せるため、情報が多くなり、参加者を募りたいイベントの情報が埋もれがちであった。<br>また、当初は Instagram のフォロワーを年間で約 200 人増やすことを目標としていたが、結果として 100 人増加にとどまった。原因としては、投稿内容がマンネリ化していたことで見ている人の興味を引くような内容とは言えなかったからであると考える。<br>よって、こまめな投稿に加え、読み手の興味を引くような投稿内容への見直しが必要である。 | Instagram を管理するメンバーを増やし、投稿確認を複数人で行う。<br>投稿はイベントごとに行い、イベント前には 1 ヵ月前から募集のアナウンスを行う。また、武田山やたけだの里の様子や整備活動風景の投稿を増やし、イベントに参加しやすい雰囲気づくりを行う。 |

| 活動目標③「たけだの里の遊歩道の安全整備を行い、イベント参加者が自然や環境保全について興味を持つきっかけになるものにする」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

たけだの里（約 360 ㎡）を安心・安全な環境教育の場とするとともに山の機能や植生に興味を持ってもらえるフィールドにするための整備活動に取り組んだ。

今年度の主な活動としては、毎週土曜日にたけだの里へ行き、イベントに使用する竹や木材などを保管するための小屋の補強と武田山の植生を観察することができるようにするための遊歩道の整備を行った。

小屋の補強については、約 2 ㎡の小屋に新しく支柱を 2 本立て、その上に屋根を置くことで小屋の大きさを現在の倍である約 4 ㎡にする計画としている。今年度は支柱 1 本を立てるところまで完了した。小屋の補強が完了した際は、より多くの資材を保管することができるため、現在保管しきれずにたけだの里周辺に放置している木材もなくなる。

遊歩道の整備については、これまで木材や竹などの資源を取りに行く際に整備されていない道を歩いていたが、遊歩道として整備することで、プロジェクトメンバーだけではなく、イベント参加者の安全確保につながると考え、約 10 メートルの距離を階段状に舗装した。そうすることで歩きやすくなったとともに、安全性が上がったことでイベント時に参加者と一緒に山の資源を取りに行くような体験が可能になり、イベント内容の幅が広がった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 今年度中に小屋を完成させ、遊歩道は 50m 整備する予定だったが、主催イベントの準備が遅れていたため、イベント準備を優先した結果、たけだの里の整備を予定通り進められなかった。 | イベント準備は、遅くても開催日の 2 か月前から準備をはじめ、その他の活動に支障が出ないようにする。また、整備活動においても、月間目標を事前に決めておき、毎回の整備の前にその日の目標を全体で共有し、計画的に進めていく。 |

| 活動目標④「過去に起きた祇園・山本の地域での土砂災害を風化させない」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

2014 年に発生した広島土砂災害で甚大な被害を受けた安佐南区において、「亡くなられた方々に手を合わせる場所が欲しい」という地域住民の方々の声を受け、2015 年から本プロジェクトは、犠牲になられた方々の追悼と防災における山林の重要性を伝えることを目的とした「鎮魂のキャンドルナイト」を開催してきた。

新型コロナウイルス感染症の影響により 2020 年度以降中止が続いていたが、2022 年 8 月 20 日、興動館

| | |
|---|---|
| 裏の熊岡神社境内にて 3 年ぶりに開催することができた。当日は、地域の子どもたち 10 名をはじめ、子どもたちの保護者や地域に住む方々のほか、本イベントに協力していただいた子育て・サークル応援グループ「MaMA ぽっけ」、災害ボランティア団体「5K チーム」、広島市社会福祉協議会の方々など合計 30 名に参加していただいた。会場では、土砂災害発生後のボランティア活動写真や防災パネルの展示をした。また、「当時の経験を子どもたちに伝えたい」という思いで子育て・サークル応援グループ「MaMA ぽっけ」の方々が作成した紙芝居「なっちゃんのランドセル」の読み聞かせ会や土砂災害に関連したクイズ大会を通して、土砂災害の恐ろしさや災害発生時に自分たちにできることを子どもたちにも分かりやすく伝えた。そして、日が暮れる頃からは、たけだの里の竹を使用して作成した約 200 個の竹キャンドルに灯りを灯し、広島土砂災害で犠牲になられた方々を追悼した。 | |
| 【課題】<br>展示したパネルが小学生には難しい内容だったため、せっかく見に来てもすぐに帰ってしまう子どもが多かった。キャンドルナイトは、毎年地域の子どもたちが参加してくれているイベントだったにもかかわらず、対象者を意識して準備ができていなかったことが原因だと考える。よって、対象者を意識し、幅広い年齢層の方々に理解していただける内容にする必要がある。 | 【改善策】<br>掲示物においては、漢字にふりがなを入れたり、小学生向けの解説を入れたりして、大人から子どもまで理解しやすい内容にする。 |

| 活動目標⑤「希薄になりつつある住民同士のつながりを改善する」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

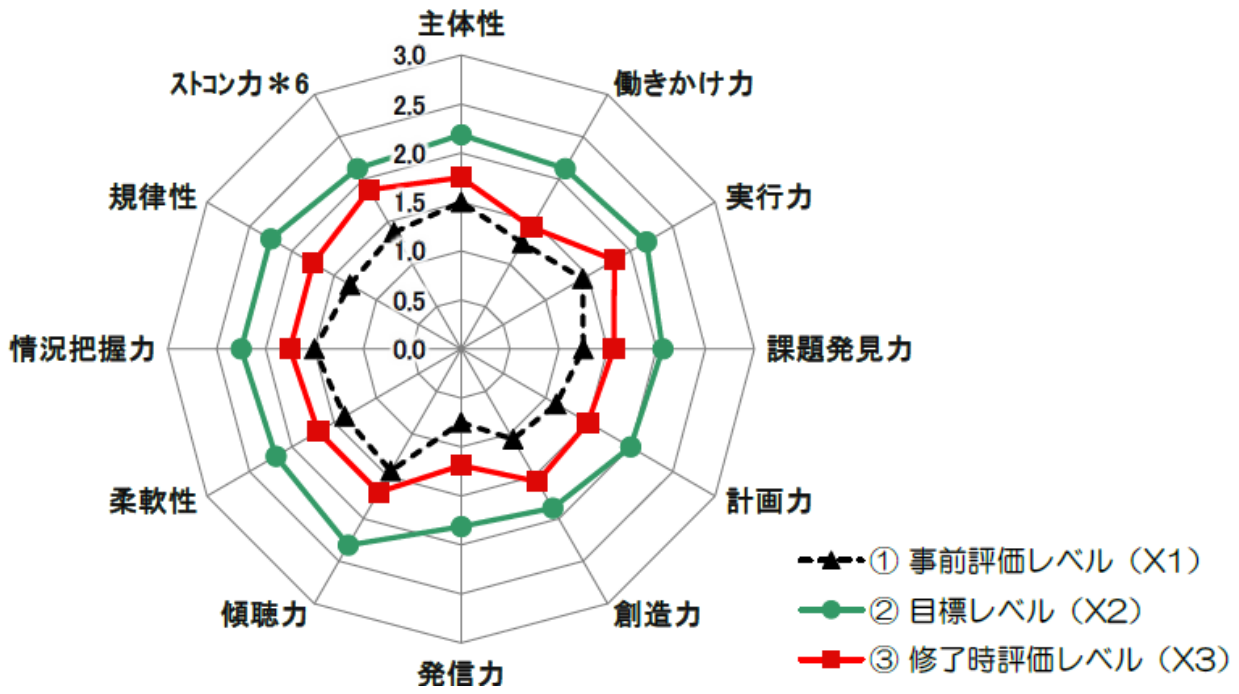
| | |
|---|---|
| 安佐南区、祇園・山本地区は、広島市のベッドタウンとして単身、核家族世帯が増加傾向にあり、自治会加入率も低下しているため住民同士の関係が希薄になってきている。そのため、文化の継承や地域資源の保全などの持続可能性に課題がある。そこで、イベントの開催時に参加者同士でコミュニケーションをとる場を作り住民同士のつながりをつくろうと考えていた。しかし、実施した際の具体的なイメージができておらず、イベントの中に参加者同士でコミュニケーションをとれる場をつくることができなかった。 | |
| 【課題】<br>イベント実施の際、参加者の保護者同士がつながることのできるようなコミュニケーションの場を設ける予定だったが最終的なゴールを曖昧にしており、実施の際のイメージができなかったため実施することができなかった。 | 【改善策】<br>目的のために何を実施するのか、どうなったら目的が達成されたといえるのかを明確にしたうえで年間の目標を立てる。 |

| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 特記事項なし | | |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 小　計 | | 4 | 9 | 2 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 15　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

<table>
<tr><td colspan="5">１．プロジェクト概要</td></tr>
<tr><td rowspan="2">プロジェクト名</td><td>種類</td><td colspan="3" rowspan="2">カフェ運営プロジェクト</td></tr>
<tr><td>主催</td></tr>
<tr><td>設立年月日</td><td>2006 年 4 月 1 日</td><td>活動期間</td><td colspan="2">2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日</td></tr>
<tr><td>Instagram</td><td colspan="4">https://www.instagram.com/huecafetime/</td></tr>
<tr><td>Twitter</td><td colspan="4">http://twitter.com/HUECafeTime</td></tr>
<tr><td>ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名</td><td>餅川　正雄、石田　真英</td><td>リーダー名</td><td colspan="2">高橋　朋加</td></tr>
<tr><td>メンバー数</td><td>22 人(2023 年 3 月 31 日現在)</td><td>会計責任者</td><td colspan="2">花屋　歌織</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの企画背景</td><td colspan="4">カフェ運営プロジェクトは学生だけでカフェを運営し、経営のマネジメントを学ぶプロジェクトです。運営にあたって経営理念である「カスタマーファースト～地域とともに～」を掲げることで、学生らしさを積極的に出し、お越し頂いた全てのお客様に、満足してくつろいでいただける空間づくりを常に考え活動しています。経営を通して、経営者として自覚を持ちながら、本学の学生や地域住民の方々と信頼関係を築き、お客様に満足していただけるサービスの提供を目標とします。また、「愛されるカフェ」「安心・安全カフェ」「More Communication cafe」といった目標を据え、商品・接客・空間などにおいて安心で安全なサービスを提供すること、学生ならではのアイデア、コミュニケーションによって運営していきます。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目的</td><td colspan="4">HUE Café Time の目的（経営理念）「カスタマーファースト～地域とともに～」<br>お客様第一主義に加えて、“地域に根差した”カフェを目指します。お越しいただいた全てのお客様に満足していただけるサービスと空間作り、地域の問題にアプローチすることで地域全体に必要とされるカフェ、愛されるカフェを目指します。<br>カフェ運営を通して、接客や料理のスキルだけでなく、地域に根差した経営に必要なスキルや知識を身に着け積極的に実践していくことで、地域に必要とされる持続可能なカフェ運営を目指します。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目標</td><td colspan="4">① 質のいいサービスの実現、安心・安全なカフェを目指し、楽しさを共有できる最高の時間（Time）を創る。そのため、お客様に営業に関するアンケートを実施し、サービス向上を図る。また、通常営業が盛んにおこなわれていた 2018 年度と同等の接客・サービスを行うことを目標に 8 割以上のお客様に満足していただける運営をしていく。【年間目標総売上高：1,300,000 円】<br>② 週 3 回の通常営業で、550,000 円を年間目標売上高とする。<br>③ イベント営業での目標実施回数を 20 回、年間目標売上高を 400,000 円とする。<br>④ 期間限定メニューの販売で年間目標売上高を 87,000 円とする。<br>⑤ HUE Café デリバリーで年間目標売上高を 180,000 円とする。<br>⑥ 庄原農業体験で収穫した食材を使用した期間限定メニューの販売で目標売上高を 50,000 円とする。</td></tr>
</table>

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「質のいいサービスの実現、安心・安全なカフェを目指し、楽しさを共有できる最高の時間（Time）を創る。そのため、お客様に営業に関するアンケートを実施し、サービス向上を図る。また、通常営業が盛んにおこなわれていた2018 年度と同等の接客・サービスを行うことを目標に 8 割以上のお客様に満足していただける運営をしていく」 | 目標達成度<br>高い |

【成果】

2018 年度のお客様に対して行った営業に関するアンケートでは、8 割以上のお客様が、料理や接客といったサービスに満足していた。その後は、新型コロナウイルス感染症の影響により通常営業(店内での飲食)が行えず、プロジェクトメンバーに通常営業の経験者が少なくなった中でも、以前と同等の満足度を提供することを目指した活動を行った。

今年度は、6 月 1 日から 12 月 23 日の期間で計 47 日の通常営業を行った。その中で、お客様のニーズに応えられるサービスや商品を提供するため、来店いただいたお客様にアンケートに回答していただいた。計 100 件いただいた回答結果は以下のとおりである。

料理に関しては、「価格が丁度良い」という回答が 69%、味に関しては、「大変満足」が 63%、「満足」が 34%であった。接客に関しては、スタッフの身だしなみについて「大変良い」「良い」という回答が 100%、オーダー時の接客対応については、「大変良い」「良い」という回答が 100%、料理提供のタイミングについては、「大変良い」「良い」という回答は 97%であった。

お客様満足度の評価基準を、料理については「大変満足」「満足」、接客については「大変良い」「良い」とすると、料理に関しての満足度は 97%、接客に関しては 99%であり、「8 割以上のお客様に満足していただく」という目標をはるかに上回った。

6、7 月は、「料理提供までに時間がかかって冷めている」という指摘や提供する際のマナーについてなどを指摘していただくことが多々あったが、キッチン担当者は調理の練習を行い、ホール担当者は接客の講習会を開くなど、日々試行錯誤しながら改善に努めた結果、9 割以上のお客様に満足していただくことができたと感じる。この結果から見ても、新型コロナウイルス感染症の影響で約 1 年半ぶりの通常営業となり、現 3 年生を含めて通常営業経験者が少ない中でも、HUE Café Time の目的である「カスタマーファースト」で安心安全なカフェを作ることができたと言える。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 効果的な広報活動ができてなかったため、初来店のお客様は全体の 47%、週 1 回以上来店していただいたお客様（リピーター）は 17%であった。ただし、リピーターのお客様は興動館職員が多いため、学生のリピーターや一般客のリピーターはほとんどいない。<br>また、アンケートの集計方法を事前に確立していなかったため、すぐに集計を行うことができず、お客様の意見をすべて反映することができなかった。 | 新規およびリピーター獲得につながる広報活動の実施と素早く意見を反映するためのアンケート集計方法を確立し、プロジェクトメンバーと共有する。また、アンケート結果は集計するだけではなく、会議で共有し、その意見を議題として取り上げ今後の改善策を考え、よりよいカフェ運営につなげる。 |

| 活動目標②「週 3 回の通常営業で、550,000 円を年間目標売上高とする。」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

年間目標として、110 日の営業、1 日の来客数 10 人、客単価 500 円、通常営業での売上金額 550,000 円を掲げて活動した。

今年度は、大学の前期期間である 6～8 月は月・水・金曜日の週 3 回、9 月～12 月の後期期間中は火・水曜日の週 2 回、年間計 47 日の営業を行った。年間 47 日の通常営業を通して、来客数合計 262 人、1 日当たりの来客数 5.6 人、単価 678.6 円、通常営業での総売上金額 180,150 円となった。

来店された多くのお客様にセットメニューを注文していただき、1 人当たりの単価に関しては、目標を達成した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 帰省などにより、プロジェクトメンバーのシフト調整ができず、夏期休暇期間中は、約 1 ヵ月半の間で計 3 日のみの営業、後期期間は元々週 3 日営業を予定としていたところ、結果的に週 2 日の営業となってしまった。また、営業に関する広報活動は SNS のみしか行っておらず、新規顧客やリピーターの獲得ができなかったことから、目標売上を達成できなかった。<br>課題として、メンバー一人ひとりが営業日を考慮したスケジュール調整を行うことと来客数向上につながる広報活動が挙げられる。 | 商品開発を行い、メニューを増やすことで、お客様に興味を持ってもらい、新規来客およびリピーターの獲得につなげる。そして、SNS による営業周知や新商品の告知などを行うことで更新頻度を増やすほか、広報チラシを作成して学内外に掲示・配布することで更なる新規顧客やリピーター獲得を目指す。<br>また、安定した営業を目指すため、本学の在学生に向けて営業体験会などを開くことでプロジェクトメンバーへの勧誘活動にも力を入れる。 |

| 活動目標③「イベント営業での目標実施回数を 20 回、年間目標売上高を 400,000 円とする。」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

HUE Café Time を会場として地域の方を対象としたイベントを行うことで、地域の方同士の繋がりを深めつつ、カフェの周知やお客様のニーズを知る場として、イベントによる営業を年間 20 回、イベント売上 400,000 円を目指した。

12 月に、HUE Café Time を貸し出したピアノ演奏会と食事前の手洗いの重要性を伝える今年度初の主催イベント「自分だけのオリジナルキラキラ石けんを作ろう」を開催した。ピアノ演奏会では、23 名のお客様に来店していただき、ミニワッフルやドリンクの提供をした。売上は場所代を含めて 14,200 円であった。石けん作りイベントでは、親子参加費無料で 8 組の親子に参加していただいた。

また、地域や大学主催のイベントにも積極的に参加した。8 月には、祇園の銀山門前通りで行われる「TOMOS FES」、10 月には大学祭「経大祭」、11 月には祇園・興動祭に出店した。TOMOS FES では、看板商品であるガトーショコラやイタリアンソーダ、フルーツパンチの販売を行い、124 名のお客様に購入していただき、計 43,400 円を売り上げた。経大祭では、飲食物販売が禁止だったため、HUE Café Time で使える割引券を景品としたダーツを行い、来客数 33 人、計 3,300 円の売り上げとなった。祇園・興動祭では、子どもたちを対象としたコースター作りを実施した。コースター作りは参加費無料としたため売上はないが、55 人の子どもたちに楽しんでもらいながら、本プロジェクトやカフェの周知にも繋がった。

その他にも、地域発信プロジェクトが地域の方と共同開発した「青きな粉バターケーキ」を 12 月限定で HUE Café Time で販売し、17 食分 8,400 円の売上となった。

結果として、地域発信プロジェクトとのコラボも含め、実施イベント 6 回、イベント営業における売上

69,300 円となった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 今年度は目標であるイベント 20 回開催が達成できなかった。<br>課題としては、一般のお客様へのアプローチが少なかった。加えて、他プロジェクトとのコラボ企画もなかなか話が進まなかったため、プロジェクト同士の関わりを増やし、新たなイベントの企画につなげていく必要がある。 | SNS やホームページ、学内掲示を用いて幅広い集客を狙う。また、広報用のチラシを作成し、近隣の施設やお店などに設置させていただくよう交渉する。 |

| 活動目標④「期間限定メニューの販売で年間目標売上高を 87,000 円とする。」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 低い |

【成果】

今年度は、7 月には手作りのレモンジャムを使用した「レモンスカッシュ」、10 月にはシイタケとマイタケとエリンギを使った「3 種のきのこの和風パスタ」、12 月に「抹茶とチョコのカップケーキ」を開発し、期間限定商品として販売した。「レモンスカッシュ」は、10 日間で 11 名、「3 種のきのこの和風パスタ」は、5 日間で 12 名、「抹茶とチョコのカップケーキ」は、6 日間の営業で 3 名のお客様に注文していただいた。結果として、期間限定メニューおける総売上は 15,400 円となった。

商品開発部は、期間限定メニューを考えるにあたって、原価を考えつつ試作を繰り返して、お客様に好評の商品を作ることに成功した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 7 月、10 月の期間限定メニューの計画を立てる際、一部担当者だけで進めてしまったことにより、商品開発部のメンバーでも開発に直接携われないメンバーが出てしまった。加えて、期間限定メニューを注文してくださるお客様は少なく、SNS の広報不足を痛感した。 | 来年度は、発売目標時期の 2 か月前からメンバー全員で商品の企画を行う。広報に関しては、SNS だけではなく、発売の約 2 週間前から学内や興動館内にチラシを設置し、多くに人の目に触れるようにする。まずは、学内関係者にターゲットを絞り、ターゲットに合った広報活動、商品開発をすることで、新規のお客様にも来ていただくきっかけを作る。 |

| 活動目標⑤「HUE Café デリバリーで年間目標売上高を 180,000 円とする。」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 評価不能 |

HUE Café デリバリーとは、興動館を利用している学生に対して、ケーキなどを特別価格でデリバリーすることで HUE Café Time への来店につなげるための事業である。

新型コロナウイルス感染症の感染状況が緩和することを想定した企画だったが、カフェ内以外の興動館内での飲食許可が下りなかったため、未実施となった。

| 活動目標⑥「庄原農業体験で収穫した食材を使用した期間限定メニューの販売で目標売上高を 50,000 円とする」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 低い |

【成果】

自分たちが生産に関わることで食材の大切さを理解するため、3 年前から庄原市の八鉾自治振興センターと連携して農作物の収穫体験を行っている。過去 2 年間は新型コロナウイルス感染症の影響で未実施であったが、3 年ぶりに再開することができ、今年度はシイタケの栽培に関する作業体験を行った。計画段階では、収穫したシイタケを使って商品開発をする予定だったが、収穫の時期と農業体験の日程が合わず、殖菌

| | |
|---|---|
| した榾木の本伏せ作業のみとなったため、シイタケを収穫することはできなかった。<br>　しかし、3 年ぶりの庄原農業体験によって、八鉾自治振興センターとの関係性を再構築することができた。さらに、自分たちで実際に収穫して持ち帰った食材ではないものの、今回の活動で扱った季節の食材であるシイタケを使った期間限定メニュー「3 種のきのこの和風パスタ」の開発・販売につなげることができた。10 月の期間限定メニューとしてきのこパスタの売上は、12 食で 9,500 円である。） | |
| 【課題】<br>活動予定であったシイタケの収穫を行うことができなかった。私たちの課題は、八鉾自治振興センターの方にシイタケのことを任せっきりにしていたため、収穫時期が想定していた時期とは異なってしまったためであると考える。 | 【改善策】<br>　八鉾自治振興センターの方とこまめに連絡を取り、収穫物の状況を知る。今まで行っていた時期にこだわらず、作物の収穫時期に合わせて活動する。 |

３．受賞・新聞記事掲載等

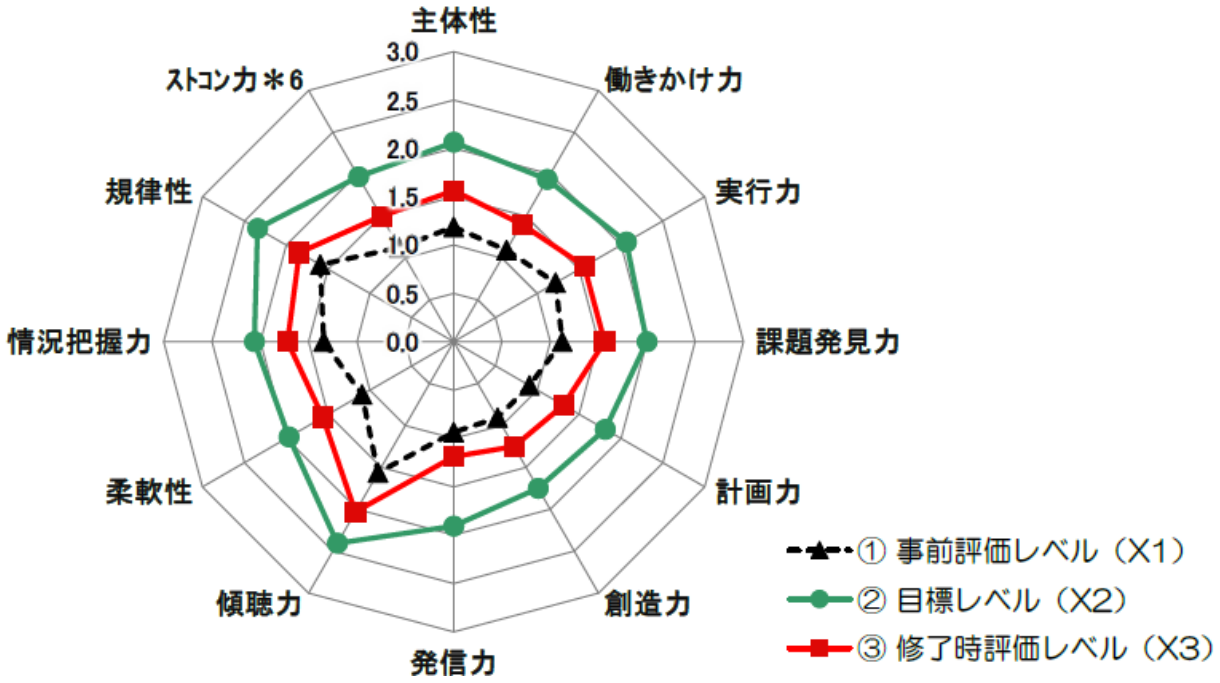
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 2022 年 6 月 19 日 | 中國新聞 SELECT | 学生運営のカフェ再開 |
| 2022 年 11 月 14 日 | NHK「お好みワイドひろしま」 | 広島市各地から 3 日間生放送！ |

４．プロジェクト活動評価　　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | ④ | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | 3 | 2 | ① |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 小　計 | | 4 | 9 | 0 | 1 |
| 総合計（20 点中） | | 14　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類<br>公認 A | カンボジア国際交流プロジェクト | | |
| 設立年月日 | 2008 年 12 月 15 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 | |
| Instagram | https://www.instagram.com/hue_cambodia | | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 柏谷　紘計、兼吉　晴美 | リーダー名 | 藤本　姫七 | |
| メンバー数 | 51 人(2023 年 3 月 31 日現在) | 会計責任者 | 野村　洋介 | |
| プロジェクトの企画背景 | 1 期生である平成 19 年度の学生で、川村教授の講義を受けてカンボジアの現状を知ったのがきっかけである。カンボジアの人達の笑顔の無い映像や写真を見た事や、内戦や大量虐殺などの悲惨な歴史を知ったことで大きな衝撃を受けた。そんなカンボジアの現状を私達の力で少しでも良くすることができないか、役に立てることはないかと考え、プロジェクトを立ち上げることとなった。様々な問題がある中で、次世代を担う子ども達の教育面に着目して、副読本を作成することを決意した。 | | | |
| プロジェクトの活動目的 | 教育支援を通して、カンボジアの子どもたちの豊かな考えを育み、夢や希望を持ってもらう。これらによって、子どもたち一人ひとりが自国復興の志を持ってもらう。 | | | |
| プロジェクトの活動目標 | ＜オリジナル副読本を普及し、現地の教育水準を高め、自国復興や社会問題について考える志をもってもらう＞<br>① 現地の教員や教員養成学校の学生が『低学年用副読本 SAKURA』『第二版副読本 AOGIRI』を使うための環境づくり<br>②『第二版副読本 AOGIRI』製作<br>＜持続可能な教育活動を現地で展開するために、国内外からの支援体制を構築する＞<br>③ 国内と国外両方で私たちの活動にご協力いただくネットワークの維持・構築のための情報発信と交流を実施<br>＜子ども達が勉強しやすい環境を整える＞<br>④ 子ども達が安心して勉強できる環境を整えるために、現地の教員のみで衛生教育を行えるようにする | | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「現地の教員や教員養成学校の学生が『低学年用副読本 SAKURA』『第二版副読本 AOGIRI』を使うための環境づくり」 | 目標達成度<br>低い |

【成果】

カンボジアの小学校低学年生の子ども達に日本へ興味を持ってもらうため、低学年用副読「SAKURA」を製作し、「SAKURA」の次に読んでもらう本として第二版副読本「AOGIRI」を現在製作している。これらの本を現地に普及することで、私たちが現地にいない間も「SAKURA」と「AOGIRI」を使用した授業をしてもらい、子ども達に日本について知ってもらうとともに、広島の戦後復興プロセスを参考にしてもらうことで、カンボジアの復興に役立ててもらうための環境づくりを行っている。

今年度は、カンボジアでの現地活動（2023 年 2 月 11 日～2 月 21 日）の際、カンボジアの教員養成学校を訪問し、現地学生と「SAKURA」と「AOGIRI」についての意見交換を行ったり、対象学年の子ども達に伝わるかを調査するアンケートを行ったりした。

| | |
|---|---|
| その結果、低学年用副読本「SAKURA」については、図書館に配架されていることが確認できた。また、絵がたくさんあり、文字も大きくて読みやすい」という意見をいただけた。 | |
| 【課題】<br>低学年用副読本「SAKURA」が学校の図書館に置かれていることは確認できたが、置かれただけになっている可能性がある。置いていただいていることも大切ではあるが、活用してもらっているかを調べる必要がある。 | 【改善策】<br>「SAKURA」の普及や現地の小学校での使用状況を確認する。また、国内においても、現地の学生とオンラインを活用しながら「副読本をどのようなに授業で活用すると良いか」について話し合う。 |

| 活動目標②「『第二版副読本 AOGIRI 』製作」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

副読本を通して、カンボジアの子ども達に夢や希望を持ってもらうことを目的として、2013 年から第二版副読本「AOGIRI」の製作を行ってきた。この副読本では、被爆後の広島の復興について物語で記し、戦後を乗り越えた人々がどのような意志や想いを持って復興に尽力したのかを知ってもらうことで、内戦や大量虐殺などの歴史を経験しているカンボジアの子ども達にも広島の復興に必要であった意志や力を感じてもらい、自国の復興の参考にしてもらうとともに、自ら物事を考え、行動できる力を育むことをねらいとしている。学校・ガス・電気・水道・電車・商業・医療の 7 分野に関して広島の戦後復興プロセスを記した副読本である「AOGIRI」は、各分野イラストを交えながら物語風に読めるようにしており、分野ごとに理解度をはかるための学習問題を載せている。

2023 年 2 月のカンボジア現地活動に向け、掲載内容が完成した「AOGIRI」に対して、よりカンボジアの小学校高学年生の子どもたちに伝わりやすいようにするため、難しいと思われる表現を修正した。具体的には、「洪水」を「水があふれる」、「一生懸命」を「がんばって」など、小学生でもより分かりやすく修正したほか、副読本に出てくるわかりにくい言葉を解説する「知っておこう！」というページを作成した。また、暗記中心の授業が多いということを聞き、自ら考える力を身につけるため、学習問題では 2 つの種類の設問を考えた。1 つ目は、物語の文章の中から答えを見つけ出す設問で、2 つ目は、物語を読んで自分の考える述べる設問である。1 つ目の問題については、答えを子ども達が見つけやすいように、ヒントを追加した。さらに、原爆ドームなど広島の世界遺産やカンボジアに馴染みのある広島県内の企業を紹介するページには、写真に加えて、どんな場所なのか、どんな企業なのかなどの詳しい説明文を追加した。加えて、副読本の修正だけではなく、副読本を活用した授業内容を作成し、リハーサルを行った。他部署からの客観的な意見をもらいながら授業内容の修正を行いながら、現地の人とコミュニケーションをとるためにクメール語のマニュアルを作成し、あいさつや日常で使えそうな単語の発声練習を行った。

しかし、現地において、現在作成中である「AOGIRI」について、教員養成学校の学生より「内容が難しくて大学生でも理解することが難しいだろう」という意見をいただいた。また、2 種類の学習問題を解いてもらうことで子どもたちの価値観を広げ、思考力を高めるというねらいがあったが、難易度や見せ方を改善する必要があることが分かった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 今年度中に日本語版とクメール語版の「AOGIRI」を完成させる予定だったが、完成させる事ができなかった。その原因として、計画性に欠けていたことが挙げられる。細かいスケジュールを決めていなかったため、小さな遅れがその後の進行の遅れにつながってしまった。完成の時期を決めるだけではなく中間スケジュールを決めておく必要がある。<br>また、「AOGIRI」が対象年齢である小学校高学年の子どもに読みやすいと思ってもらえるような本作りを行う必要がある。今まで自分たち目線で本を作っていて、客観性や目的を見失ってしまっていた。そのため、部署以外の人や子どもに読んでもらう機会を作る必要がある。 | 「AOGIRI」の日本語版とクメール語版を完成させるため、今年度の現地活動でのフィードバックをもとにした修正を 5 月中に完了させ、6 月中には 8 月に予定している現地活動に持参する部数を製本する。また、地域に住む小学生に協力してもらい、日本の小学生でも理解できる本づくりを行う。 |

| 活動目標③「国内と国外両方で私たちの活動にご協力いただくネットワークの維持・構築のための情報発信と交流を実施する」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 低い |

【成果】

新型コロナウイルス感染症の影響で疎遠になっていた協力企業・団体とのネットワークの再構築を図るため、今年度は以前から本プロジェクトを支援してくださっている広島南ロータリークラブ主催の活動報告会に参加した。当日は、本学の他に広島大学歯学部の「カンボジアの子どもたちの歯をまもるプロジェクト」「特定非営利活動法人アイセック・ジャパン広島委員会」「一般社団法人 広島国際青少年協会」計 4 グループが活動目的、活動報告、今後の計画などの発表を行った。その結果、現地の小学校に寄贈するボールペンやノートなどの文房具を協賛品としていただくことができた。また、現地において、6 つの小学校と 1 つの教育機関において、コロナ禍で配付できていなかった、これまで寄付いただいた文房具を配付することができた。

本プロジェクトのことを国内の企業・団体に広く認知してもらうため、今年度の新たな試みとして、本プロジェクトの活動紹介を記載した「Newsletter」の制作に取り組み始めた。今年度は、「Newsletter 発刊の経緯」「AOGIRI の制作目的」「活動概要」などを記した、初版となる Newsletter を完成させた。その後、発送先の企業の検討、送付するための封筒の購入が終了し、今後関連企業を中心に 30 社へ送付する予定である。

国外では、2023 年 2 月のカンボジア渡航の際に現地の姉妹校パニアッサストラ大学学生団体 PASS と親睦を深め、本プロジェクトの活動の協力者を増やすことを目的とした「サクラフェスティバル」の開催を企画した。サクラフェスティバルを円滑に実施するためには、渡航前に、新型コロナウイスル感染症の影響で途絶えていた PASS との関係を再構築することが必要不可欠であった。そのため、Facebook を用いたチャット機能を用いて、自己紹介などの交流や、サクラフェスティバルの実施目的の共有、祭りへの協力体制についての意思の確認を行った。並行して、サクラフェスティバルの催しの準備を行った。日本の概要（人口、面積、歴史、首都など）や原爆の復興プロセス、現在の広島の街並みなどを記載した掲示物の制作、射的やわなげなどの日本の伝統的な遊びの準備、本学への留学につなげるための留学紹介資料の作成などに着手した。現地においては、作成した実施計画書をもとにサクラフェスティバルを実施し、現地の学生団体 PASS と関係を再構築することに成功した。この機会を踏まえ、次年度の夏に SAKURAFESTIVAL を共同開催す

る約束をすることができた。今後、1 か月に 1 回、学生団体 PASS とのオンライン交流会を実施し、打合せを進めていく予定である。

私たちの活動を SNS で国内外に発信するために、渡航時やイベント時にインスタグラムのストーリー機能や投稿機能を用いて SNS 投稿を行い、リアルタイムで活動の発信を積極的に実施した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| Newsletter について、掲載内容を決定したことにとどまり、発行する時期を明確に共有できていなかったため、先延ばしとなり、当初の予定であった年間 3 回の発行を達成できなかった。<br>半年前から PASS と打合せを行うべく、アプローチを試みていたが、お祭り実施時期に、PASS 側の組織改編があることから、受け入れ態勢が整っておらず、直前まで現地の担当者が決まらなかった。 | 実施する内容のみではなく、発行する時期を考えたうえで計画表を作成する。そして体裁よく活動内容を実施できているかチェックポイントを利用するなどして活動過程も円滑に進行するように促す。 |

| 活動目標④「子ども達が安心して勉強できる環境を整えるために、現地の教員のみで衛生教育を行えるようにする」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 低い |

【成果】

カンボジアでは、衛生環境の改善が課題となっており、子ども達が健康に学校に通うためには、衛生環境を向上させ、子ども達自身にも衛生について正しい知識を持ってもらうことが大事になる。そこで、私たちが現地へ行かなくても子ども達が正しい衛生の知識を身につけられるようになるため、衛生教育に関する教員用のマニュアル本製作に取り組んだ。

マニュアル本は、全 3 項目（ゴミ分野、手洗い分野、歯磨き分野）で構成される予定となっており、今年度は「ゴミ分野」の製作を中心に進めた。まずは、カンボジアの衛生状況を調査するため、現地コーディネーターの方やカンボジア在住の本プロジェクト OG、現地の大学、教員養成学校の方々とオンラインで会議を行いながら、現地でのアンケート調査に協力していただいた。アンケートの結果から、現地の方々は、ゴミに関する意識が低く、ゴミの種類によって分別をするという習慣もないことが分かった。また、ゴミに関する教育を小中高などの学校教育において受けていない人が多いことがわかった。そこで、現地では、プラスチックゴミに着目した内容を取り入れることとした。

現地の小学校では、プラスチックゴミに対して興味・関心を持ってもらう授業を行い、5 つの小学校の参加者（158 人）の 95%以上がプラスチックゴミの授業内容について興味を持ってくれた。一方で 80%の子ども達はマイクロプラスチックが何かを理解できない状況であった。

現地、教員養成学校におけるや小学校においてのディスカッションや聞き取り調査では、手洗い・歯磨き・ゴミの授業の実施状況などについて意見交換を行った。手洗い、ゴミ、歯磨きに関する授業の実施状況について、手洗いについて指導している学校はあるものの、特に、歯磨きとゴミについては授業が行われていないことが分かった。コンポントム教員養成学校の教員と、どのような教材があれば良いか確認したところ、ゴミや歯磨きなどのマニュアル本や教材、ポスターなどがあれば嬉しいとの回答があり、共同で教材を作成することを約束した。

今後は、カンボジアのコンポントム教員養成学校の学生とディスカッションを行いながら、衛生教育マニュアル本や衛生環境改善に関する啓発ポスターなどの教材を共同で製作していく。来年度の現地活動では、製作中の衛生教育マニュアル本やポスターを用いて、教員養成学校の学生、教員の方々に向けて授業を行い、それをもとにディスカッションを行う予定である。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 子ども達の視点に立って授業を組み立てられなかったため、マイクロプラスチックについて理解してもらうことができなかった。 | 子ども達でも理解できる資料や教材を作る。そのために、ゴミ問題やマイクロプラスチックに関する知識を増やす。合わせて、現地活動の際には、実際に小学校の生徒や教員養成学校の学生にインタビュー調査も行う。 |

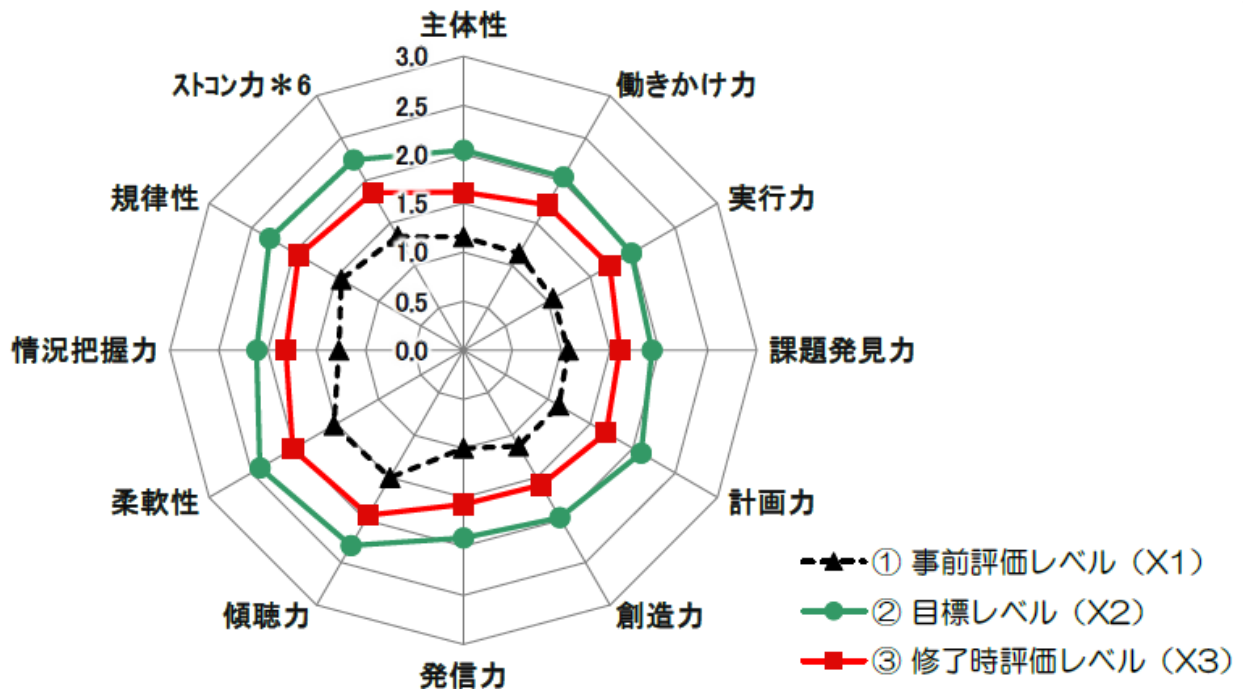
| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 2023 年 2 月 10 日 | 中國新聞 | カンボジアの子を笑顔に |

４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 小　計 | | 4 | 3 | 6 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 13　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類<br>公認 B | スポーツによる地域活性化プロジェクト | | |
| 設立年月日 | 2006 年 7 月 12 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 | |
| Instagram | https://www.instagram.com/15__flp/?hl=ja | | | |
| Twitter | https://twitter.com/flp_hiroshima | | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 中村　隆行、足立　知久 | リーダー名 | 押川　梨沙 | |
| メンバー数 | 62 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 宮本　爽夏 | |
| プロジェクトの企画背景 | 広島県は広島東洋カープ、サンフレッチェ広島、JT サンダーズ広島、イズミメイプルレッズ、ワクナガレオリックといった多くのトップスポーツチームを持つ日本でも有数のスポーツ王国である。しかし、観客動員の面からもかつての輝きを失いつつあるように思われる。特に大学生の広島のトップチームに対する興味・関心の低下は顕著であるその様な中、私たち大学生が大学生の視点から地元チームの応援やイベントなどの企画・実施を通じ、応援する側とされる側の双方向型のコミュニケーションの形を模索して行く。これは応援する側である私たちにしかできない事である。その結果を踏まえ広島のトップスポーツの魅力を、私たちが伝えていきたい。広島東洋カープ、サンフレッチェ広島同様、全ての広島トップスポーツチームの試合会場が活気にあふれ、町全体がスポーツの楽しさを共有することを目指して活動していく。 | | | |
| プロジェクトの活動目的 | スポーツを通じて広島県の活性化に寄与する。 | | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① 広島のスポーツチームと継続的に関わり、トップス広島加盟チームの認知度を向上させる。<br>② スポーツやイベントを通じて対象者と交流し、スポーツ実施率を向上させる。<br>③ 試合会場へ直接足を運んでもらう、直接観戦率を向上させる。 | | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「広島のスポーツチームと継続的に関わり、トップス広島加盟チームの認知度を向上させる」 | 目標達成度<br>中程度 |

【成果】

広島を拠点に活動するプロスポーツチーム 10 競技 11 団体で構成される「トップス広島」の認知度向上のため、トップス広島が主催する「トップス会議」に毎月 1 回参加した。会議では、情報共有や今後の日程確認などを行っている。そして、プロジェクト内で各チーム担当を決めチーム側の担当者と定期的に連絡を取り合い、地域での競技普及活動を含む地域貢献活動や試合結果などを取材して記事を書く「トップスニュース」を作成した。また、今年からは新たに自転車ロードレースのプロチームである「ヴィクトワール広島」がトップス広島に加入した。加入後いち早く関係性を構築するために、まずは事務所に訪問し、直接プロジェクト活動の説明をさせてもらうとともにトップスニュースへ掲載するための取材をさせていただいた。取材では、チームの説明のほか競輪とロードレースの違いやロードレースの魅力、クラブが行っている地域貢献活動についてのお話を伺った。取材後には、今後の継続的な取材やイベントの協力依頼を行った。作成したトップスニュースは、トップス広島公式ホームページに掲載されるほか、広島県庁や図書館、市役所、

一部のスポーツセンターに掲示していただいた。

また、10 月に広島広域公園で開催された広島市スポーツレクリエーションフェスティバルでは、トップス広島紹介ブースを設置した。この企画は、今年度新型コロナウイルス感染症の影響で開催を断念した「トップス広島感謝祭（トップス広島に所属しているチームの認知度と試合観戦率向上のためのスポーツ体験会）」の代替企画であり、トップス広島所属チームとの継続的な関係を維持する機会となった。

11 月には、今年度で 4 回目となる「サンフレッチェ広島応援イベント」をイオンモール広島祇園で開催し、サンフレッチェ広島、サンフレッチェ広島レジーナの認知度向上のためにクイズラリーを行った。クイズラリーでは、チームや所属選手、監督に関するクイズを 4 問出題し参加者にラリー形式で回答していただいた。参加者アンケートでは、イベントに参加してくださった方の 4 分の 1 が「サンフレッチェ広島レジーナを知らなかった」という回答をいただき、参加者の方たちに知ってもらう機会をつくることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 地域の方を対象にトップス広島に加盟している各チームの認知度調査はしたものの、イベント内でのアンケート調査のみしか行っていなかったため、認知度調査としては十分なデータが集まらなかった。イベント時のみではなく、より多くの人を対象としたアンケート調査の実施が必要になる。 | イベント開催時のアンケートのみでなく、広島に在住する方を対象にした認知度アンケートを別途実施する。そして、アンケート調査を基にして、今後広報していくチームを検討し、イベント内容を考える。 |

| 活動目標②「スポーツやイベントを通じて対象者と交流し、スポーツ実施率を向上させる」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

子どもを対象にしたスポーツイベントを実施することで、近年低下している子どものスポーツ実施率を向上させるため、今年度は「ドラフラフェスタ 2022」、「JT サンダーズ広島バレーボール教室」を実施し、参加者へスポーツの楽しさを伝えた。

「ドラフラフェスタ 2022」は、小学生低学年生の児童とその保護者を対象として開催し、広島ドラゴンフライズの U18 ヘッドコーチ兼 U15 アシスタントコーチをされている大浦祐斗コーチにゲストとしてお越しいただき、13 組の親子が参加した。このイベントでは、試合形式でバスケットボールを楽しんでもらっただけでなく、フリースロー対決やバスケットボールを使用して体を動かすゲームを体験してもらった。イベント後のアンケートでは、約 8 割の参加者の方からとても楽しかったという回答を頂くことができた。また、「なかなか親子で体を動かす機会がなかったので参加して良かった」という声も聞くことができた。

「JT サンダーズ広島バレーボール教室」では、現役の選手 3 名とコーチ 1 名に参加していただき、50 名の子どもたちへバレーボールの指導をしていただいた。イベント実施後のアンケートによると、98%の参加者から「楽しかった」と回答していただき、「選手が細かく教えてくれて嬉しかった。とても楽しかった」や「みんなで試合をできたのが楽しかった」との感想もいただいた。

イベントを通して、参加者に体を動かすことの楽しさを感じてもらうことができ、子どもたちが今後もスポーツを積極的に行っていくことにつながるイベントを実施することができたと感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 「イベントを実施すること」がプロジェクトの中で大きな目的となっており、イベントの本来の目的である「スポーツ実施率を向上させる」という点が意識できていなかった。そのため、イベント参加者募集の際、 | イベント参加者を募集する際は、地域のスポーツクラブチームの広報に頼るのではなく、近隣の小学校へチラシを配布したり、子どもを対象としたイベントを行っている他プロジェクトのイベントでチ |

| | |
|---|---|
| 地域のクラブチームなどスポーツ経験者を中心に声をかけていたため、スポーツ未経験の子ども達の参加につながりづらく、スポーツ実施率向上につなげることができなかった。そのため、今後は目的に合った対象者への周知活動や募集方法を行う必要がある。 | ラシ配布をさせてもらうなど、スポーツ未経験者の子どもの目にもとまりやすい方法で広報活動を行う。 |

| 活動目標③「試合会場へ直接足を運んでもらう、直接観戦率を向上させる」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

5 月に本学学生を対象に「サンフレッチェ広島レジーナ観戦会」を実施した。当日は 13 名が参加し、試合観戦のほかサンフレッチェ広島のクラブスタッフの方から、クラブスタッフとしての仕事内容やスポーツクラブの経営に関するお話しをしていただいた。

また、12 月に開催したバスケットボール体験イベントである「ドラフラフェスタ 2022」では、株式会社広島ドラゴンフライズから参加者 32 名全員分の試合観戦チケットをご提供いただいた。イベント実施を通して、参加者へ広島ドラゴンフライズのことやバスケットボールの楽しさを知っていただけただけではなく、参加者全員に観戦チケットをプレゼントすることで、試合会場に足を運んでもらうきっかけをつくることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 試合観戦イベントを実施したが、参加者が継続的にスポーツ観戦をしたくなるような付加価値を作り出すことができなかった。試合観戦イベントを実施する際には、チケットを配布するだけでなく、実際に試合会場に足を運びたくなるような付加価値を持たせることが課題になってくる。また、チケット配布後に実際に試合観戦に行ったかを調べる後日調査を行っていなかったため、イベント後には目標達成度を評価するための調査を実施する必要がある。 | 試合観戦イベントの際には、チケットを配布するだけでなく、観戦時間外でスタジアムを活用したイベントをするなど、試合観戦以外の楽しみをつくる。また、イベントによる一過性の集客ではなく、継続的な観戦率の向上を目指した取り組みについて協力団体とともに話し合う。<br>後日調査に関しては、イベント応募時に記入していただいたメールアドレスへ実際に試合観戦を行ったかを問うアンケートを後日送付する。 |

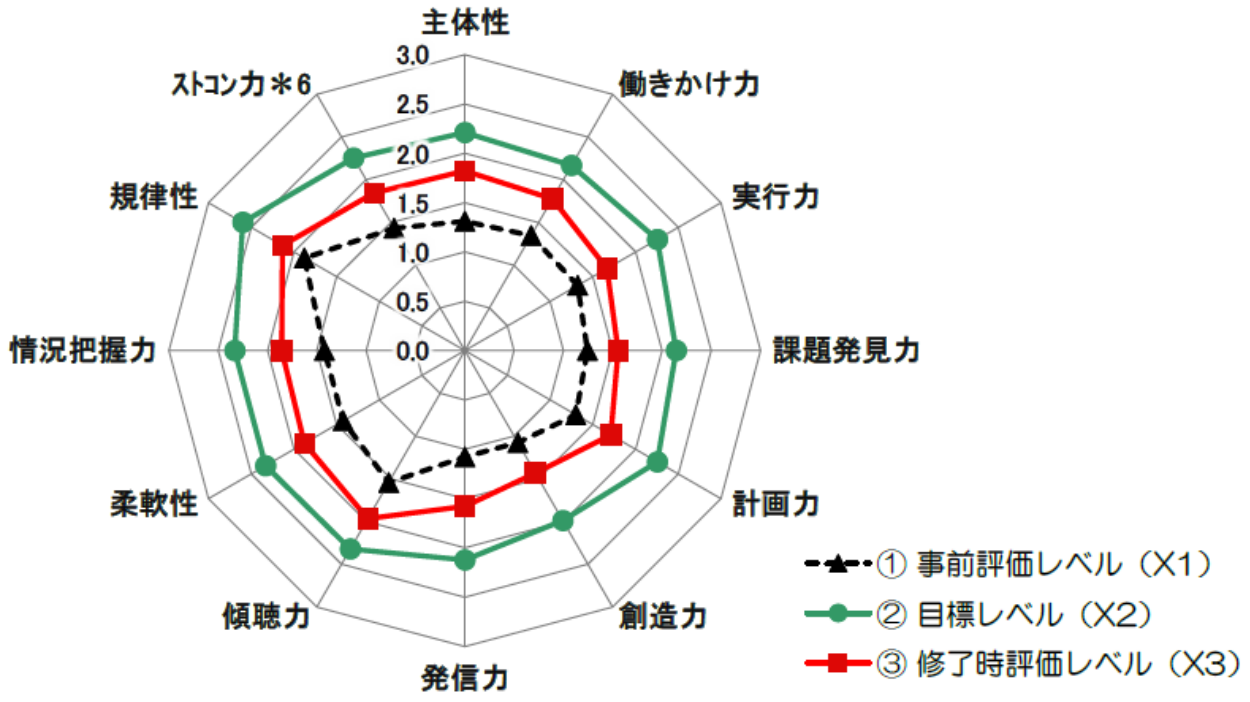
３．受賞・新聞記事掲載等

| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 2022 年 5 月 28 日 | 中國新聞 | 「アスリート発　感謝ポスター」 |
| 2022 年 6 月 27 日 | NHK 広島　NEWS　WEB | JT サンダーズ広島の選手たちが小学生を指導 |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | ④ | 3 | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 小　計 | | 4 | 6 | 4 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 14　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | |
|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類<br>公認 B | コミュニティ FM 放送局運営プロジェクト | |
| 設立年月日 | 2013 年 7 月 11 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 |
| ホームページ | https://fmhamstar.wixsite.com/mysite | | |
| Instagram | https://www.instagram.com/fm_ham79.0mhz/ | | |
| Twitter | https://twitter.com/FMHAMSTAR | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 中村　隆行、溝下　博 | リーダー名 | 藤谷　瑠衣 |
| メンバー数 | 48 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 佐々木　雅渡 |
| プロジェクトの企画背景 | 2013 年 7 月に放送を再開した FM ハムスターは「学生が制作した番組を放送したい」という思いで立ち上がったプロジェクトである。活動を行っていくことで、放送をする責任感や取材を積極的に行う行動力を身につけることができる。それを踏まえ学んだことを生かし地域のニーズを考え探し出し、私たちの放送で地域に届け地域活性を目指す。そして FM ハムスターを聴いている人に「また聴きたい！」と感じてもらえるような番組を制作し、楽しんでもらうことが私たち FM ハムスターの在り方である。 | | |
| プロジェクトの活動目的 | 「地域に愛され、信頼される放送局」へと成長していき、地域の方々の話題に出る安佐南区になくてはならない代表的なコミュニティＦＭ放送局になる。 | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① FM ハムスターの 1 日 9 時間の放送時間のうち、最低 5 時間自局制作番組を放送し、コミュニティラジオとして、地域のためのメディアとしての使命を果たす。<br>② 地元団体や他大学などと連携し、身近な地域情報を提供することで地域密着型の放送局に成長する。<br>③ SNS、ホームページなどの活用や、地域イベントへの参加を通して FM ハムスターの宣伝活動を行い、知名度と聴取率を向上させる。 | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「FM ハムスターの 1 日 9 時間の放送時間のうち、最低 5 時間自局制作番組を放送し、コミュニティラジオとして、地域のためのメディアとしての使命を果たす」 | 目標達成度<br>中程度 |

【成果】

地域情報を正しく伝えることでリスナーに身近に感じてもらい、地域密着型の放送局になるために、1 日 9 時間の放送時間のうち、最低 5 時間自局制作番組を放送することを目標として活動した。

今年度は、月曜日から金曜日の午前 9 時から午後 6 時までの 1 日 9 時間、本プロジェクトメンバーである学生が企画したラジオ番組を放送した。なお、1 日 9 時間のうち 5 時間自局制作番組を放送することができたのは週平均 3 日であった。

自局制作番組としては、安佐南区役所や広島県警察と連携し、月曜日から金曜日のお昼の生放送番組「アフターヌーンハムスター」（12:30～13:30）にて、地域のイベント情報や防災・防犯情報、安佐南区と安佐北区の休診日情報したほか、リスナーからのお便りの紹介なども行った。夕方の生放送番組「はむっしゅ！」（17:00～18:00）では、お昼に放送している「アフターヌーンハムスター」の内容を再放送しつつ、自分た

ちで企画したオリジナルコーナーや地域への取材内容を放送した。

また、今年度は 6 月と 12 月に番組改編を行った。6 月の番組改編では若者のニーズを意識し、ファッション・美容の番組「City Style～トレンドをあなたへ～」とアニメをはじめとするサブカルチャーにスポットを当てた番組「サブだなんて言わせない」の 2 番組を増やした。番組内容としては、「City Style～トレンドをあなたへ～」では、大学生が着ている洋服を紹介し、「サブだなんて言わせない」では、アニメや漫画が好きな人に向けの情報と知らない人でも興味持ってもらえるような内容にした。12 月の番組改編では、地域の方々が普段から利用するスポットに焦点を当て、コンビニスイーツを紹介する「はむっといただきます」を新番組として増やした。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 経験者不足により一部のメンバーに作業量が偏ってしまい、新番組を作っても個人の負担が大きいため長く続かない。<br>また、編集作業や生放送にメンバーが割かれ、十分な取材活動が行えなかったため、当初予定していた子ども向け番組の制作を行うことができなかった。 | まずは現在各メンバーが担当している番組の振り分けを見直し、個人の作業量を均等にする。<br>取材活動に関しては、比較的まとまった時間が取りやすい長期休暇期間を活用する活動スケジュールを計画する。 |

| 活動目標②「地元団体や他大学などと連携し、身近な地域情報を提供することで地域密着型の放送局に成長する」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

地元団体や他大学などと連携して、以下の取り組みを行った。

今年度は、FM ハムスターが地域住民と地域団体の橋渡しの役割を担い、地域コミュニティに活力を与えることを目指して、今年度から新たに渉外部署を設け、安佐南区役所やイオンモール広島祇園など、日頃から連携している地域団体への挨拶回りのほか、イベント実施時は外部との窓口として活動した。そういった活動の成果もあり、イオンモール広島祇園に協力していただき、イオンモール敷地内にて、ラジオ聴取状況や FM ハムスターの認知度を調査するためのアンケートと街頭インタビューを行うことができた。アンケートとインタビューを合わせて、約 50 人の方に答えていただいた結果、FMハムスターの認知度は 5 割以下だったが、聴いてみたいジャンルとして「大学生の日常を知りたい」「地域の人が学内に入れるイベントを増やしてほしい」という地域の方々のニーズを知ることができた。調査後はプロジェクト内で話し合い、地域の方々を招いたラジオ体験イベントの企画に今後取り組んでいくこととなった。

その他に、安田女子大学とコラボして実施した「あつまれ！ラヂヲ倶楽部」では、安田女子大学放送部の方々に出演していただき、「ラジオと放送部」というテーマでトーク番組を放送した。安田女子大学の学生から放送部に入ったきっかけや活動内容などの質問や、活舌練習として行っていることなどを話していただいた。また、「放送部あるある」をみんなで話すコーナーでは特に盛り上がった。さらに、1 月には海田高校放送部の生徒を招いて、同様のトーク番組を放送した。

新型コロナウイルス感染症の影響で他大学との連携が途切れていた中で、安佐南区内で活動をされている安田女子大学放送部と海田高校放送部の方々とお話しでき、県内の大学や高校との連携を強められたと感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 県内の大学や高校とのつながりは作れたものの、自分たちが話したいこと中心となっており、地域情報を意識した放送になっていなかった。 | 外部団体とコラボする場合も、活動趣旨や企画意図を説明し、双方で目的意識を持つような働きかけを行っていく。 |

| 活動目標③「SNS、ホームページなどの活用や、地域イベントへの参加を通して FM ハムスターの宣伝活動を行い、知名度と聴取率を向上させる」 | 目標達成度<br>中程度 |
|---|---|

【成果】

FM ハムスターの認知度と聴取率向上のため、ラジオ番組内のみでは伝えきれない情報をホームページや SNS を活用して発信した。

ホームページは、番組表や放送後記（放送内容の文字起こし）を載せることで、いつ、どのような番組を放送しているのか分かりやすくしたこともあり、アクセス数が増加した。

Instagram では、投稿に関する紹介文をより具体的にしたり、それぞれの投稿に統一感を出したりするなど、見る人が分かりやすく、目にとまりやすい工夫を行った。その結果、去年は放送に対するお便りや受信報告書はほとんど届かなかったが、毎月お便りや出演依頼が届くようになった。さらに、聴取者から届く受信報告書も 3 か月に 1 回程度届くようになった。

また、5 月には、イオンモール広島祇園主催の「安佐南防災フェス 2022 inイオンモール広島祇園」に参加し、災害時にラジオの重要性を伝え、災害発生時にラジオを聴いてもらえるようにするための活動を行った。具体的には、特設のラジオブースから祇園地区のハザードマップを紹介したり、「私たちの防災対策」というテーマの番組を放送したりした。また、「普段ラジオを聴くか」「災害時に備えてラジオを持っているか」というアンケート調査を行った。結果として、ラジオを娯楽として聞くという回答がほとんどで、災害に役立つという認識が極めて低いことが分かったため、今回の取り組みでラジオに対する意識を変えるきっかけを作れたと同時に、特設ブースに来てくださった方々にはポストカードを渡すなど、アンケート調査の際に地域の方への宣伝活動を通して、FM ハムスターを知っていただく機会になったと感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| Instagram やホームページの投稿に関しては改善したが、Twitter の改善を行えていなかった。 | ホームページや Instagram 同様に、広報部署を中心に Twitter の投稿内容の見直しを行う。 |

## ３．受賞・新聞記事掲載等

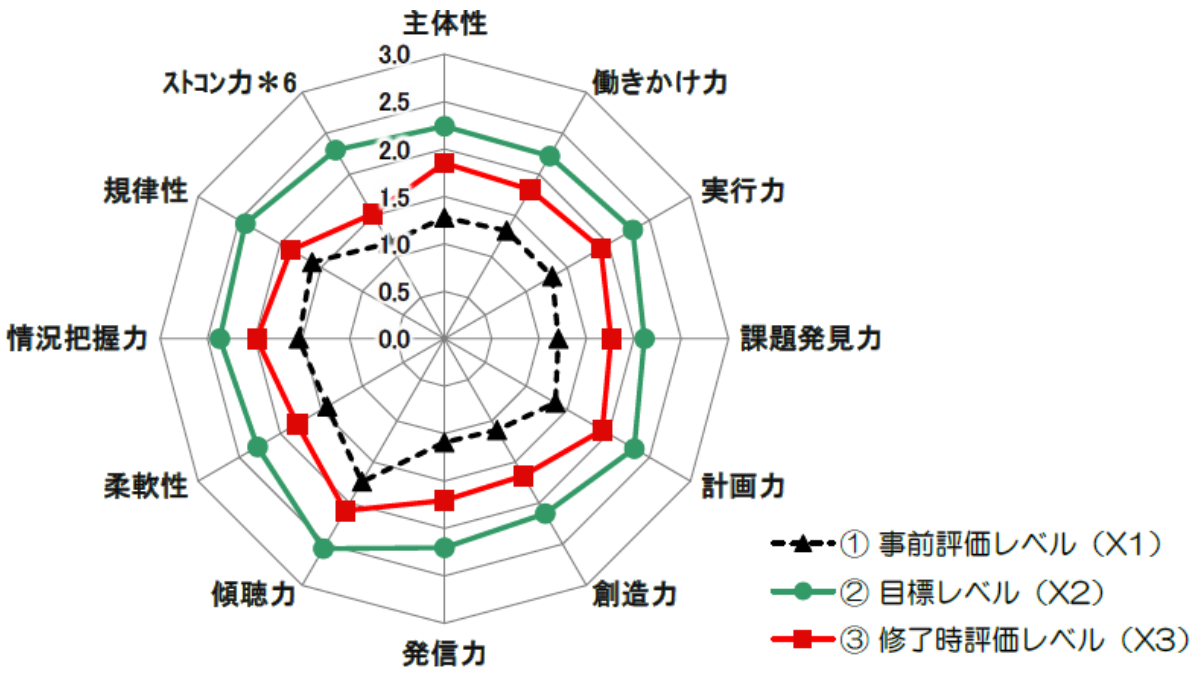
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 特記事項なし | | |

## ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 小　計 | | 8 | 6 | 2 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 16　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




※1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

※2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類<br>公認 B | 広島ハワイ文化交流プロジェクト | | |
| 設立年月日 | 2013 年 1 月 22 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 | |
| Instagram | https://www.instagram.com/hirosimahawaii/ | | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 田中　泉、山本　貴裕 | リーダー名 | 戸﨑　圭大 | |
| メンバー数 | 22 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 佐々木　美歩 | |
| プロジェクトの企画背景 | 19 世紀末に日本からハワイに渡った移民の出身県別割合は、広島県が最も多く、それ以来ハワイでは彼らの子孫が、日米戦争の厳しい時代を乗り越えて、力強く生きてきたという歴史がある。また現在、広島県とハワイ州の間では様々な形での友好提携が結ばれている。このように広島とハワイの間には過去から現在に至るまで密接な関係が存在するにもかかわらず、両地域の若者はそのことをほとんど知らない。本プロジェクトは広島とハワイの歴史的なつながりやそれぞれの魅力的な文化を、これからグローバルな社会で生きていく両地域の若者に伝えることで、両地域間で新たなつながりを作り、双方の若者が広い世界へ飛びだすための一助となることができるのではないかと考えた。 | | | |
| プロジェクトの活動目的 | 広島とハワイの歴史と現在まで続く繋がりを今後も継承していくため、両地域で調査を行い発信する。さらに、日本人が異国の地で受け入れられ活躍している歴史を両地域の生徒・学生に発信することで、ボーダーレスとなりつつある社会で求められているグローバル人材に必要な自国理解、異文化理解を推進し国際社会で外国人とどう関わるべきかを深く考える手がかりとして貰う。そして、我々の活動を通して互いが交わり存在を体感することで興味・関心・理解を深化し若者が広い世界へ飛び出す為の一助とする。 | | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① 国内活動期間においても、ハワイの学校と築いてきた関係を継続・発展させる。また、オンラインでの交流を通じて異文化に触れることで、相互理解につながる国際交流の場を作る。<br>② ハワイから広島を訪問する学生に対して日本の伝統文化や広島の魅力、歴史、そして広島とハワイとの歴史的関係を伝え、広島の若者とのつながりを作り、双方の若者が広い世界へ飛び出すきっかけを作る。<br>③ 広島の高等学校にハワイと広島の歴史と繋がりを両地域の若者に継承する為に訪問し、広島とハワイについて知ってもらい、当プロジェクトと共に歴史継承の担い手となってもらうことで、両地域間の歴史を風化させない。この事業でかかわった中高生に、来年度以降は、広島にハワイの学生が訪れるスタディーツアーに参加してもらい、ハワイの生徒とかかわることで、ハワイへの興味を持ってもらう。<br>④ 実際に現地に向かい、県人会や移民の子孫の方々、二世ベテランレガシーセンターを訪れることで、我々が歴史について学習し深掘りして歴史を継承できるようになる。さらに、今まで関係性のあった協力者やオンライン交流で関わった 2 校の学校の生徒・学生との交流を行うことで、当プロジェクトとの親睦や関係性を深め、今後のプロジェクト活動に活用する。<br>⑤ 夏渡航の現地調査によって得た知識や資料をもとに、ハワイの大学や高校を訪問し | | | |

| | |
|---|---|
| | 歴史の継承活動を行う。これにより、ハワイと広島の両地域間に残る歴史的繋がりや関係性を風化させず、後世に語り継ぐ為の第一歩とする。<br>⑥ 若者の間で流行している SNS(Instagram)を利用し、広島とハワイの若者を中心に、広島とハワイの歴史・魅力・文化、さらに私たちの活動などを発信する。 |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「国内活動期間においても、ハワイの学校と築いてきた関係を継続・発展させる。また、オンラインでの交流を通じて異文化に触れることで、相互理解につながる国際交流の場を作る」 | 目標達成度<br>低い |

【成果】

国内活動期間においても、これまでの活動でハワイの学校と築いてきた関係を継続・発展させるため、ハワイのヒロハイスクールの生徒とオンライン交流会の実施を計画した。

今年度はオンライン交流会に先立ち、5 月にヒロハイスクールのシハタ先生へ挨拶を含めた連絡を開始し、6 月からオンライン交流会の日程についてメールで連絡を行った。しかし、ヒロハイスクールが夏休み期間であったため、日程調整が思うように行えなかった。8 月に再度コンタクトを取ったが、9 月の現地活動までの期間が短かったため、実施に至らなかった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| オンライン交流会の担当者を決めていなかったため、本来 4 月から交流先の高校と連絡を取り合う予定であったが、連絡時期が遅れてしまった。4 月以前の計画段階であらかじめ現地の先生と連絡を取り、大まかな実施時期を検討しておくべきだった。<br>また、スケジュールが 3 か月に一回と開催頻度が少なかった事、交流先が高校のみであったことも実施に至らなかった原因である。開催頻度と交流先を増やす事で実施の機会を作る。 | 申請書作成の段階で現地の先生と連絡を取り、実施可能な時期を策定しておく。<br>1 か月に 1 回以上、ZOOM を利用し近況報告やスタディーツアーまでのレクリエーションを行う。<br>また、現地の学生・生徒と本プロジェクトメンバーとの交流だけではなく、現地の学生・生徒と広島の高校生や、現地の広島県人会の方々と本プロジェクトが交流できるような企画行う。 |

| 活動目標②「ハワイから広島を訪問する学生に対して日本の伝統文化や広島の魅力、歴史、そして広島とハワイとの歴史的関係を伝え、広島の若者とのつながりを作り、双方の若者が広い世界へ飛び出すきっかけを作る」 | 目標達成度<br>中程度 |
|---|---|

【成果】

9 月 4 日～14 日のハワイ現地活動の際、ヒロハイスクール、コナワイナミドルスクール、ワイケアハイスクールの 3 校を訪問した。そこでは、来年度実施予定としているハワイの学生が広島を訪れ、広島の文化や歴史を学んでもらう企画「スタディーツアー」の説明とスタディーツアーで実際に訪れたい場所や行いたいことについてのアンケート調査を行った。その結果、2023 年 3 月に実施するスタディーツアーには、ヒロハイスクールから 17 名、6 月実施にはワイケアスクールから 10 名、10 月実施にはハワイ在住の日系人が在籍する広島県人会が結成した「KEY CLUB」から地元の高校生 5 名が参加してくれることとなった。アンケートでは、「歴史を学ぶというよりも広島の学生と交流の機会を増やしてほしい」「（訪問時にプロジェクト学生が行った）広島の魅力紹介プレゼンテーションで紹介された物や場所以外を探索したい」という意見が多かった。その他の声として、「広島、日本に行ってみたい」という意見が多く、今回の訪問を通じ

て、ハワイの生徒が世界へ飛び出すきっかけを作る事ができたのではないかと感じる。

そして、2023 年 3 月 13 日～15 日までの 3 日間、ヒロハイスクールの生徒 16 人を対象にスタディーツアーを実施した。スタディーツアーでは、9 月のハワイ現地活動の際のアンケート内容を踏まえ、日本や広島の伝統文化や歴史に触れてもらうため「宮島フィールドワーク」「平和学習」「広島市内散策」「お好み焼き作り体験」を実施した。参加したヒロハイスクールの生徒からは「また広島を訪れてもっと色んなところを見たい」「プロジェクトメンバーとのコミュニケーションが楽しかったのでまた交流したい」「とても良かった。準備もよくできた楽しいプランだった」などの感想があり、両地域の若者同士のつながりを強める場とすることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| ハワイの生徒の要望を重視したプランにしたため、活動目的である「広島とハワイの歴史的関係の学び」に関するツアー内容になっていなかった。交流先のニーズを満たしつつ、本来の目的・目標を達成できるプランを作成する必要がある。<br>また、11 月下旬からスタディーツアーのプラン作成の計画を立てていたが、ツアー参加者の人数が確定しておらず、手配が遅れてしまった。そのため、2 月上旬までスタディーツアーの内容が決まっておらず、実施までの準備時間がわずかとなってしまった。さらに、春渡航の準備も重なりリハーサルに時間を割くことができず、当日の時間配分がうまくいかず、スケジュール通りに進行することができなかった。 | 本来の活動目的について、メンバー同士で再確認し、楽しむだけの活動にならないようにする。そして、交流先である現地の生徒にも事前に実施の目的を説明し、その上でお互いのニーズに合った内容を協議する。<br>スケジュールについては、スタディーツアー実施の 1 カ月前からリハーサルを行い、時間配分や役割分担など、企画内容だけではなく運営面でも改善を繰り返しながら、万全の状態で本番を迎えるようにする。 |

| 活動目標③「広島の高等学校にハワイと広島の歴史と繋がりを両地域の若者に継承する為に訪問し、広島とハワイについて知ってもらい、当プロジェクトと共に歴史継承の担い手となってもらうことで、両地域間の歴史を風化させない。この事業でかかわった中高生に、来年度以降は、広島にハワイの学生が訪れるスタディーツアーに参加してもらい、ハワイの生徒とかかわることで、ハワイへの興味を持ってもらう」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

広島とハワイの歴史を伝えることで多文化共生に興味を持ってもらい、本プロジェクト共に両地域の歴史的つながりを継承する協力者を増やしていくため、広島県内の高校生を対象としたワークショップの開催を計画した。

まずは、ワークショップの資料作成のため、両地域の歴史を調べに広島の仁保島にあるハワイ移民資料館へ行き、資料館の館長に移民に関する歴史について聞いた。それを元にワークショップで使用する資料を作成した。資料は、歴史を一方的に伝えるだけではなく、生徒と一緒に歴史から得られる学びを読み解きボーダーレスとなりつつある社会で求められているグローバル人材に必要な自国理解、異文化理解を推進し国際社会で外国人とどう関わるべきかを深く考える手がかりとして貰うため、クイズや問題を入れたものにした。

しかし、5 月時点で高校側から新型コロナウイルス感染症を理由に受入れを断られたため中止となった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| コロナを理由に断られてから連絡をためらってしまい連絡不足となってしまった。そのため、スタディーツアーの PR もできなかった。対面で実施できなくても、歴史を伝えられる方法やスタディーツアーへの勧誘方法を検討する必要がある。 | 広島市内の高校を対象にオンラインや非対面でも実施できる交流内容を考える。<br>スタディツアーの参加希望者を増やすため、プロジェクトの活動やイベント内容を冊子などにまとめ、国際交流の魅力を伝えていく。 |

| 活動目標④「実際に現地に向かい、県人会や移民の子孫の方々、二世ベテランレガシーセンターを訪れることで、我々が歴史について学習し深掘りして歴史を継承できるようになる。さらに、今まで関係性のあった協力者やオンライン交流で関わった 2 校の学校の生徒・学生との交流を行うことで、当プロジェクトとの親睦や関係性を深め、今後のプロジェクト活動に活用する」 | 目標達成度<br>中程度 |
|---|---|

【成果】

ハワイ島のコナワイナ中学校、ヒロ高校、ワイアケア高校の日本語クラスの生徒に対し、広島や日本に親しんでもらうことを目的に、9 月 4 日（日）～14 日（水）までの期間で、ハワイ州ハワイ島およびオアフ島へ向かい、現地にて広島の名所や日本の食べ物やアニメを紹介したほか、プロジェクト活動の紹介を行った。

また、日系人の実情を知るため、つながりのある日系人の方のお宅を訪問したり、日本文化センターを訪問したりし、広島県にルーツを持つ日系人の方が設立した「広島県人会」の方々から移民に関する資料の説明や体験談を聞いた。それらを通して、移民の歴史についての知識が深まったとともに日系人の子孫としての想いを直接聞くことができた。

コナワエナミドルスクール、ヒロハイスクール、ワイケアハイスクールを訪れた際は、日本や広島に関心を持ってもらうため、広島の魅力に関するプレゼンテーションやクイズのほか、生徒と距離を縮めながら日本に親しみを持ってもらうため、日本語レッスンを行った。日本語レッスンでは、味覚に関する日本語を教え、その後日本の駄菓子を味わってもらい、日本語を使ってその味をクラスメイトに伝えるという内容を行った。生徒からは「楽しかった」「また来てください」「ありがとう」などの感想があり、充実した交流を行うことができたと感じる。来年も訪問することを約束し、今まで以上に関係性を深めることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 渡航メンバーが現地活動を通して、歴史について深く学ぶことはできたが、他事業の仕事や引継ぎにより時間と人手が足らず、現地活動で学んだ内容をまとめた資料が作成できていない。プロジェクトとして歴史を継承できるようにするため、資料作成が円滑に進められるような体制を整える。 | ハワイの歴史に関する調査や現地活動の成果を踏まえた資料作成を専門的に行う部署を設置する。また、メンバーが継承できるのかを知るために、知識を試す機会（テストなど）を準備しておく。<br>また、歴史を深掘りするためにも英語を詳しく理解でき、現地でも自分たちで質問できるよう英語学習に力を入れる。 |

| 活動目標⑤「夏渡航の現地調査によって得た知識や資料をもとに、ハワイの大学や高校を訪問し歴史の継承活動を行う。これにより、ハワイと広島の両地域間に残る歴史的繋がりや関係性を風化させず、後世に語り継ぐ為の第一歩とする」 | 目標達成度<br>低い |
|---|---|

【成果】

9 月 4 日～14 日に実施したハワイでの現地活動で得た移民の歴史や日系人の子孫の実情、現地での交流時のコミュニケーションのコツなどは渡航レポートとしてまとめていた。その渡航レポートや歴史に関する資料をもとに、今年度 2 回目の現地活動に向けた準備を進めた。

2 回目の現地活動は、2 月 28 日～3 月 10 日の 11 日間で実施し、ヒロハイスクール、ワイアケアハイスクール、コナミドルスクールの 3 校を改めて訪問した。学校を訪問した際に行った特別授業では、パワーポイントを用いて、「日本の生活様式」「なぜハワイに日本からの移民が多いのかについて」など、広島とハワイの歴史的繋がりをクイズ形式で伝えた。授業では、生徒たちの日本語の学習レベルに合わせて、英語と日本語を交えながらプレゼンテーションを行った。

また、広島県人会が主催する旧正月の新年会パーティーに参加させていただき、日系人の方々と交流を深めた。その際に、メンバーの一人が演歌を披露したところ、参加していた広島県人会の方々から大きな拍手とともに、アンコールをいただくなど非常に好評だった。また、今後建設予定である日本とハワイの歴史を伝える資料館についての話も伺い、両地域のつながりの強さを改めて感じることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 現地の学校訪問では、9 月の訪問の次のステップとして、歴史継承に踏み込んだ交流を行おうと考えていたが、夏に参加したクラスとは違うクラスと交流することとなり、移民・歴史に関する事実伝える事ができたが、交流がメインになってしまった。 | 初めての交流する生徒でも親睦を深めながらも、歴史継承に踏み込んだ授業またはグループワークの配分を多くする。 |

| 活動目標⑥「若者の間で流行している SNS（Instagram）を利用し、広島とハワイの若者を中心に、広島とハワイの歴史・魅力・文化、さらに私たちの活動などを発信する」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

広島とハワイの歴史・魅力・文化や本プロジェクトの活動に興味を持ってもらうとともに、主催イベントの参加者増加を目的とし、Instagram を通して両地域に関する情報を発信した。

今年度は、普段の活動の様子を伝え、プロジェクトの雰囲気や内容を知ってもらい新規メンバーの加入を促すため、プロジェクト会議の様子をストーリーズで更新した。

また、ハワイ現地活動について広く周知し、プロジェクトの認知度を高めるため、出発前から渡航の様子をストーリーズに更新した。

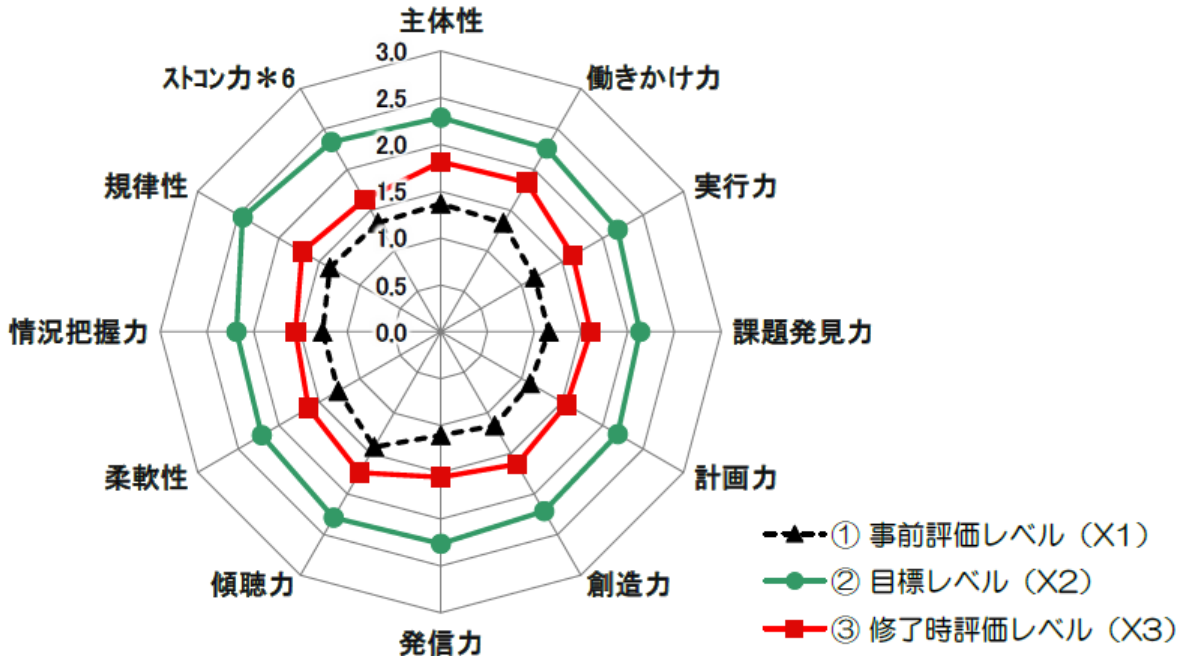
| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| SNS 部署の仕事量が他事業と比べて少なく、部署メンバーのモチベーションが低下していた。そのため投稿頻度が少なく SNS の実用性が低かった。メンバーのモチベーションを上げる作業の分配や的確なマネジメントを行う必要がある。 | SNS 部署をなくし、それぞれの事業担当者がフォロワーに対して伝えたい情報を更新する。<br>「毎週火曜日更新」や「月 4 回の更新」など回数や頻度の設定をし、投稿する前にしっかりと共有する。 |

| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 2023 年 4 月 6 日 | 中國新聞 | ハワイの高校生と宮島巡る |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 小　計 | | 0 | 3 | 8 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 11　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | |
|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類<br>公認 B | 宮島の魅力を発信したい学生プロジェクト | |
| 設立年月日 | 2016 年 1 月 22 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 |
| Instagram | https://instagram.com/miyajima.hue | | |
| Facebook | https://m.facebook.com/miyajima.hue | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 濵田 敏彦 | リーダー名 | 成谷　柚輝 |
| メンバー数 | 43 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 佐野　功鷹 |
| プロジェクトの企画背景 | 日本有数の観光地であり、世界遺産にも登録されている宮島は、ここ 10 年間における観光客数（「交流人口」）が 1.5 倍に増加し、現在既に年間 465 万人（2019（令和元）年度）を超えるまでになっている。その一方で、宮島の島内人口（「定住人口」）は減少の一途をたどり、宮島の伝統文化や自然環境の継承・維持が難しくなっている。在住されている方々はその魅力を継承する若い世代を求めているといった現状もあり、こういった島民のニーズを踏まえ、本プロジェクトは、私たちの世代ならではの目線（「若者目線」）や、大学での学びに基づいた学生の目線（「学生目線」）を以て、宮島の魅力や課題を発掘・発信する活動をしながら、解決を目指す活動を行っている。 | | |
| プロジェクトの活動目的 | 県内屈指の観光地である宮島だが「環境保護」、「伝統文化継承」などの担い手不足の課題が挙げられる。また、「廿日市市まち、ひと、しごと、創生人口ビジョン」によると担い手不足を補うため関係人口の増加が重要視されている。加えて、島内からも関係人口（＝宮島のファン）を求める声が上がっている。<br>そこで、本プロジェクトは、今までの活動で得てきた、様々な企業・団体との繋がりやイベント、広報活動を通して関係人口（＝宮島のファン）増加のために力を尽くす活動をして、持続可能な観光地としてのモデルを宮島で実現し、完成させる。 | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① 関係人口増加のため、宮島に関わる人の意見を調査・発信する。<br>② 関係人口増加のため、宮島の魅力、問題を広報する。<br>③ 関係人口、担い手増加のため、課題を見つけ解決していく。<br>④ 1.2.3 に主体的に取り組み私たちプロジェクトも関係人口になる。 | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「関係人口増加のため、宮島に関わる人の意見を調査・発信する」 | 目標達成度<br>高い |

【成果】

関係人口（移住した人口でもなく、観光に来た人口でもない、地域と多様に関わる人口）増加のため、現在の島内ニーズと課題を探り、島内の方々と解決策を考えながら、お互いの関係性を強める活動を行った。

今年度は、宮島伝統産業会館や後継育成会に所属する宮島細工職人の方に取材を行い、作業風景の撮影をさせていただいた。取材を通して、後継者不足に関する問題は「ただ増やせばよいというものではなく、宮島に残って職人として活躍する人を育成することが大切である」ということが分かった。そこで、意見交換会での内容を発信するため、8 月 13 日、14 日の 2 日間、宮島にある本学セミナーハウス成風館にて、写真展を開催した。写真展では、宮島細工の写真や取材時に撮影した作業風景写真のほか、取材時に聞いた後継

者不足についての話をまとめた説明文も掲示した。また、後継育成会の協力により、宮島細工の現物や作成の際に使用する道具の展示もさせていただき、2 日間で約 300 人の方に来場していただいた。来場者アンケートでは、31 名から回答いただき、18 名から「とても満足した」、11 名から「また同イベントがあったら行きたいと思う」という回答が得られた。本イベントを通して、多くの方に宮島細工の魅力を直接伝えることができたとともに、宮島伝統産業会館や後継者育成に関わる方とも新たなつながりを持つことができた。

また、12 月 1 日、3 日には、担い手不足に対する認知度拡大と問題解決のための情報収集をテーマとしたオンライン意見交換会を実施した。意見交換会には、島内のみならず島外在住の方も参加していただき、本プロジェクトの活動目的や宮島の課題について説明し、課題解決に向けた意見を話し合うことができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 宮島細工には流派があり、ひとくくりに「宮島細工」と紹介すると失礼に当たるという知識が欠けていたため、取材前に取材対象についての知識をつけておく必要があった。 | インターネットのみの情報に頼らず、本などからも情報を獲得することで、より深い情報が得るようにする。また、プロジェクト内で事前に学習会を開く。 |

| 活動目標②「関係人口増加のため、宮島の魅力、問題を広報する」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 高い |

【成果】

宮島の魅力、問題を広報する取り組みとして以下の活動を行った。

Instagram を活用した広報では、本プロジェクト活動の内容やメンバー紹介などに関する投稿を 11 回、宮島に関するクイズを 6 回、宮島のおすすめスポットの紹介を 8 回、計 25 回宮島に関する情報発信を行い、2022 年 6 月時点でのフォロワー数 456 人から、2023 年 3 月現在で 475 人になった。さらに、Instagram の投稿がきっかけで、宮島のゲストハウス三國屋が主催する「第 3 回ちゅうえマルシェ」というイベントに招待していただけた。マルシェ当日は、宮島内のさまざまな飲食店が各店舗の代表的なメニューを販売しており、その会場の一角で宮島細工や宮島のおすすめの場所を紹介する写真展を実施させていただいた。イベントに来場した島外の観光客だけではなく、島民の方々からも「いつも通る場所が魅力的に撮れていて良い」「工芸品を綺麗に撮影してくれて嬉しい」などの感想を聞くことができ、高評価をいただいた。

また、12 月 10 日、11 日には、イオンモール広島祇園にて写真展を開催し、今年度にこれまで行ってきた主催イベントの様子を中心に展示し、宮島の魅力や課題を発信した。来場者アンケートからは、「広島経済大学はこんな活動をしていたのか」「頑張ってほしい」などの声をいただくことができた。

11 月 20 日には、宮島の魅力を県内在住の外国人にも知ってもらい、それを SNS で世界中の人に発信してもらうため、県内の留学生を対象とした宮島細工作成体験イベント「MIYAJIMA TOUR」を開催した。当日は、本学の留学生 10 名と広島市内の大学や専門学校に通う留学生 3 名の計 13 名が参加し、宮島の伝統工芸品の見学や杓子作り体験会を実施した。参加者からは、「杓子作りを体験することができて楽しかった」「別の工芸品作りもしてみたくなった」などの声をいただいた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| イベントで使用する資料やチラシの印刷にかかる期間までメンバーに共有できていなかったため、完成が直前になってしまった。 | 伝統工芸品作成体験に関しては、作成するまでだけではなく、その後の流れをメンバー全員がしっかりと理解する。 |

| 活動目標③「関係人口、担い手増加のため、課題を見つけ解決していく」 | 目標達成度<br>中程度 |
|---|---|

【成果】

宮島の海洋生物と環境についての知識を深めてもらうため、8 月 26 日に県内の子どもたちを対象として、宮島についての環境学習教室とアサリ浜での潮干狩りを行うイベント「干潟教室」を行った。環境学習教室では、事前に作成していたパンフレットを活用しながら、地球温暖化による海面温度上昇により本来宮島には生息しないエイが宮島に到来してアサリを食べている問題など、宮島を取り巻く環境問題について伝えた。

干潟教室に続き、9 月 24 日には、宮島の自然海岸の保護に寄与する人材や環境問題を考え、問題解決に向けて自ら行動できる人材を育成することを目的として、「環境保護活動体験」を宮島にて開催した。当日は、イオンチアーズクラブに所属している小学生とその関係者の計 17 名に参加していただいた。イベントでは、宮島のゴミ問題や地球温暖化が宮島の生物にどのような影響を与えているのかなどの環境学習をした後、包ヶ浦でのゴミ拾いを実施した。参加者からは「ゴミがたくさん海岸にあって驚いた」などの声をいただき、子ども達に宮島の現状を伝えられたとともに、課題意識を持ってもらえたのではないかと感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 環境保護活動に関しては、当日のメンバーの仕事の割り振りができていなかったため、円滑に進まない時があり、結果として予定終了時間を過ぎてしまった。日々の会議で準備段階や事前準備の割り振りを予め決めておく。 | 環境保護活動に関しては、メンバーの割り振りを予め決めてイベントに臨む。 |

| 活動目標④「1.2.3 に主体的に取り組み私たちプロジェクトも関係人口になる」 | 目標達成度<br>低い |
|---|---|

【成果】

今年度は、計 7 つの主催イベントを実施した。昨年度から行っている干潟教室やイオンモール広島祇園での写真展に加え、今年度は新たにセミナーハウス成風館や宮島の三國屋での写真展開催や、留学生を招いたイベントを実施できた。特に、小学生や留学生を招いたイベントを 3 回実施したことで、広い世代や国外の方にも宮島の環境や本プロジェクトの活動を知ってもらうことができたことは成果だと感じる。

また、計 3 回実施した写真展では、観光客を中心に広く宮島の伝統工芸の魅力や後継者不足などの課題を伝え、宮島への関心を深めてもらうきっかけの場を作ることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| プロジェクト活動を通して、メンバー自身が関係人口となるという目標であったが、活動以外の時間に積極的に宮島の伝統継承や活性化に関わっていたメンバーはほとんどいない。 | プロジェクト活動中だけの関わりでは一過性になるため、継続的に関わっていくための規範をつくる。 |

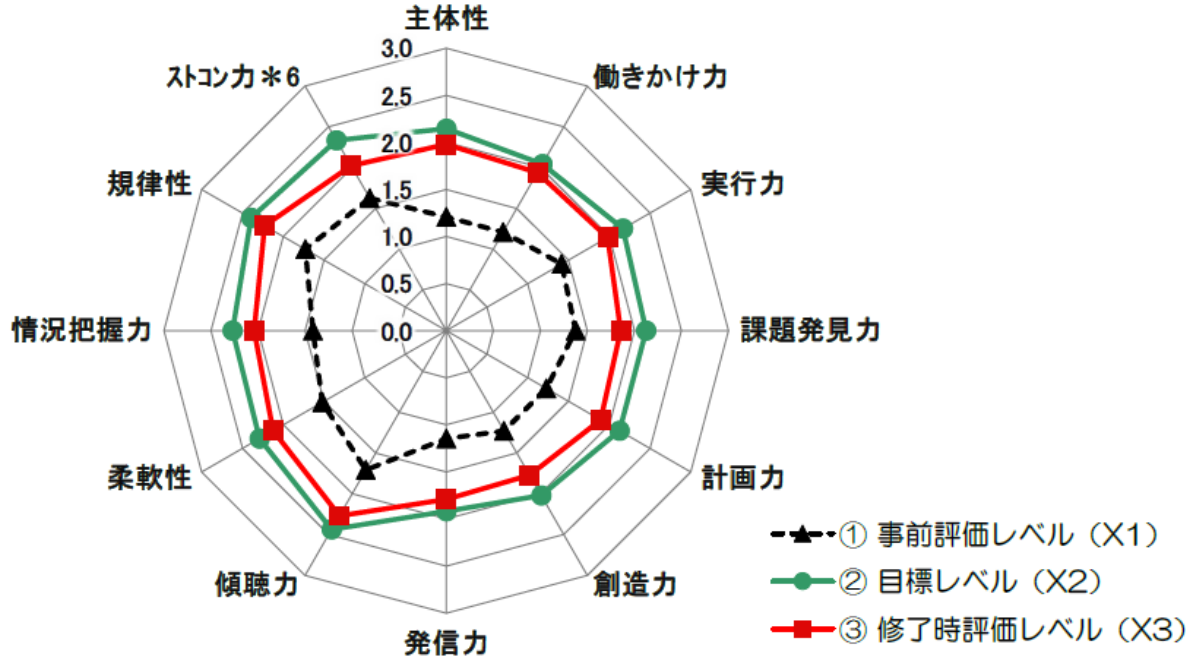
３．受賞・新聞記事掲載等

| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 特記事項なし | | |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | ④ | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 小　計 | | 4 | 6 | 4 | |
| 総合計（20 点中） | | 14　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

<table>
<tr><th colspan="5">１．プロジェクト概要</th></tr>
<tr><td rowspan="2">プロジェクト名</td><td>種類</td><td colspan="3" rowspan="2">若旅促進プロジェクト</td></tr>
<tr><td>公認 B</td></tr>
<tr><td>設立年月日</td><td>2011 年 8 月 10 日</td><td>活動期間</td><td colspan="2">2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日</td></tr>
<tr><td>Instagram</td><td colspan="4">【若旅促進プロジェクト】<br>https://instagram.com/wakatabikdk?igshid=YmMyMTA2M2Y=<br>【山陰山陽周遊ツアー】<br>https://instagram.com/hue_saninsanyo?igshid=YmMyMTA2M2Y=<br>【瀬戸内カレッジ】<br>https://instagram.com/college_hue?igshid=YmMyMTA2M2Y=<br>【迎北～広島地域活性化～】<br>https://instagram.com/hirosima_tour?igshid=YmMyMTA2M2Y=</td></tr>
<tr><td>ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名</td><td>藤口　光紀</td><td>リーダー名</td><td colspan="2">岡村　笑美</td></tr>
<tr><td>メンバー数</td><td>31 人（2023 年 3 月 31 日現在）</td><td>会計責任者</td><td colspan="2">重政　晴香</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの企画背景</td><td colspan="4">私達は、観光庁実施「若者旅行振興研究会」や JTB 作成「ツーリズム産業と経済的価値」等のデータを参照したり、観光業界関係者の講演を聞いたり、プロジェクトで実施したアンケート結果から、金銭的な問題や趣味の多様化により若者の旅行離れが深刻化していることに気付いた。さらに旅行会社のツアーを調査すると、中高齢者向けのツアーが大多数を占め、若者向けのツアーが少ないという事も分かった。そこで、本プロジェクトでは、旅行の魅力を発信し、若者の旅行需要を増加させる。そして、中国運輸局と連携し、若者が魅力的に感じるツアーとは何かを若者目線で考え、旅行プランを作成する。2021 年度の調査では、2019 年以前は平均 2.17 回だった若者の旅行頻度は 2020 年以降コロナ禍においては平均 0.96 回と大幅に減少している。また、近年、東京圏の一極集中化が進んでいるため、国が「まち・ひと・しごと創生法」を施行するなど、地方創生に力を入れている。そこで、本プロジェクトでは、若者に地方の魅力を知ってもらい、観光による地方創生を行えるような旅行プランや企画を作成する。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目的</td><td colspan="4">若者による旅行需要を増加させることで、観光による地方創生を実現させること。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目標</td><td colspan="4">① 対象地域を活性化させ、観光客増加に繋げる。<br>② 協働団体の協力のもと、観光資源を活かした旅行プランの作成や商品開発、イベントを行う。<br>③ 就職活動を控えた大学生へ就活ツアーに参加してもらい、対象地域に就職してもらう。<br>④ 旅行会社に商品化に向けたプレゼンテーションを行う。</td></tr>
</table>

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「対象地域を活性化させ、観光客増加に繋げる」 | 目標達成度<br>低い |

【成果】

対象地域を活性化させ、観光客増加に繋げるために以下の部署に分かれて活動を行った。

瀬戸内カレッジ部署では、5 月に西日本旅客鉄道株式会社が主催している、大学生が地域の魅力を発見・提案する取り組み「瀬戸内カレッジ」のオンライン説明会に参加した。そこで今年度は、A 級グルメや観光地など観光資源が多いという点に着目し、岡山県新見市を対象地域とした企画づくりを行うこととした。7 月にはキックオフミーティングに参加し、参加大学 7 校とともにこれからの意気込みや方向性の共有を行った。9 月 5 日、6 日には、プロジェクトメンバー7 名が新見市役所の方の案内のもと現地にて観光地の視察やワークショップの体験を行った。現地視察後には、企画提案の説得力を高めるために SWOT 分析を行い、強みである伝統、文化、自然を生かした提案をすることにした。10 月に参加した中間報告会では、現段階までの企画内容を発表し、西日本旅客鉄道株式会社からフィードバックをいただいた。その結果をもとに、コンセプトを「旅育（たびいく）」に決定し、ターゲットを小学生の子どもを持つ親子として企画内容の詳細を考えた。そして 12 月に行われた瀬戸内カレッジ成果報告会（最終発表会）にて、本プロジェクトが考えた地域活性化企画の提案を行った。本プロジェクトが提案した内容は、旅を通じて子どもに様々な経験を積むことで人間性の成長を促す「旅育」をコンセプトとして、JR のぐるりんパスを利用した観光地を巡るスタンプラリーや洞窟で文字を探す「満奇洞アドベンチャーズ」など小学生を対象とした企画提案を行った。また、神代（こうじろ）和紙を使った紙石鹸作り体験のほか、「#に一みんといっしょ」をつけて Instagram へ観光地を投稿することで景品がもらえる SNS キャンペーンなどを提案した。本プロジェクトの提案に対して「現状分析、課題設定、コンセプト、提案内容という流れは理路整然としており、既存の観光資源をうまく活用できている」という評価をいただくことができた。

～迎北～広島地域活性化部署では、広島県内で極めて観光客が少ない芸北地域を対象地域（安芸高田市、安芸太田町、北広島町）とした旅行プランの作成と企画・イベントの考案に取り組んだ。7 月 27 日に一般社団法人北広島町観光協会が現在行っている取り組みや地域の魅力や課題点など観光に関する現状、本プロジェクトと観光協会双方の今後やりたいことや考えてほしいことについての話し合いを行った。その結果、「避暑地を求めて芸北へ行こうキャンペーン！」というテーマのもと、①ドライブ・ツーリング企画②バスツアー③ウォータースポーツ④食フェスという 4 つの企画内容に決定し、現在旅行プランの作成に取り組んでいる。

山陰山陽周遊ツアー部署では、「山陰の観光客を増加させるために、山陰と山陽をつないでほしい」という課題があることから（国土交通省中国運輸局より情報提供）、両地域を行き来しながら楽しむツアー企画を 2020 年度より企画・提案してきた。今年度は、対象地域を島根県、岡山県、鳥取県とし、新たなプランの作成と、プランを広めるためのポスター作成を行なった。9 月には、現地視察とニーズ調査を兼ねて、鳥取県米子市、島根県松江市の作成したプランを実際に体験した。若者に刺さる対象地域の魅力を身近に感じるとともに、空き時間や待ち時間が多いといった課題を発見したため、旅行プランの改善や提案内容の考案に繋げた。現地視察後は、国土交通省中国運輸局観光部の方をお招きし、中間報告を行い、旅行プランや企画内容に関するフィードバックをいただいた。国土交通省中国運輸局の方から「プランにかかる費用を安くしたい」という意見や「タクシー会社と連携したい」という意見をいただいた。その結果も踏まえ、レンタカーやタクシーを利用したキャンペーンの提案を考案した。その後、広報用のポスター作成を行い、岡山県、鳥取県、島根県の観光連盟からプランとポスターに対するフィードバックをいただいた。フィードバックで

は「もっと若者に刺さる斬新なアイデアをプランに取り入れてほしい」という意見をいただいたため、大学生を対象として、旅行に使用する費用や旅行をするきっかけに関するアンケートを実施した。アンケートの結果、「普段行くことができないところやあまり知られていない場所に行きたい」という意見があったため、地元の学生もあまり認知していなかった場所を採用したプランを取り入れた。また、ポスターについてもキャッチコピーや写真についての意見をいただいたため、修正に取り組んだ。

また、SNS を活用した広報活動においては、対象地域のおすすめスポットや現地視察の様子を Instagram に投稿した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 企画提案を考案することに手一杯となり、SNS を使った広報活動ができず、結果として 4 部署のうち 1 部署しか定期的にインスタグラムを更新しなかった。更新頻度を高め、最低でも月に 3 回は更新を行うことが課題である。また、スケジュール管理ができていなかったため、瀬戸内カレッジでは、おすすめスポットを紹介するためのパンフレットの作成、設置（新見市の駅など）ができなかった。 | SNS の更新スケジュールをあらかじめ立てて置き、それに沿って投稿を行う。<br>また、スケジュール管理については、年間計画を定期的に確認し、計画より遅れていれば適宜会議を行うなど、スケジュール通り活動できるように徹底する。 |

| 活動目標②「協働団体の協力のもと、観光資源を活かした旅行プランの作成や商品開発、イベントを行う」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

9 月に中国運輸局から 4 名をお招きしオンラインで勉強会を行った。勉強会では企画提案の極意や、方法、中国地方の観光状況について発表していただいた。勉強会で学んだことを生かして、現地視察に向けた旅行プランの仮案や企画考案に至った。また、今年度は新たに中間報告会の場を設け、現地視察をもとに作成した旅行プランや企画等のフィードバックをいただいた。それをもとに改善を行い、最終報告会で旅行会社や、観光連盟をはじめとする協働団体に向けて発表を行った。

瀬戸内カレッジでは、去年は竹原市役所の方と関係を構築したが、今年は新見市役所の方と関係を構築した。現地視察では新見市役所に実際に訪問し、新見市の課題について意見交換や挨拶を行った。また、新見商工観光課の方々と打ち合わせや現地視察のサポート、提案に対するフィードバックなどの協力をいただいた。新見市の方から提案内容を高く評価してもらい、最終報告会後の 1 月に web 会議を行い、費用など含めて提案の実現のため話を進め、現在のメンバーで引き続き連絡を取り合うことを約束した。

～迎北～広島地域活性化では、芸北地域を回る現地視察を 10 月 8 日と 9 日の 2 日かけて行った。現地視察での移動手段はバスなど公共交通手段を利用し、事前に作成したプランを元に実施した。現地視察で利用した公共交通機関はダイヤが少なく、時間に追われることが多かった。その為、後日にバス以外での運用方法も考案すべきという意見が出た。中国運輸局との中間報告会でも公共交通機関を利用したツアーは難しいと意見をいただき、マイクロバスジャンボタクシーを利用したツアーも良いのではないかと提案された。

山陰山陽周遊ツアーでは、今までに鳥取県観光連盟との関わりがあり、作成した旅行プランに対するフィードバックをいただいていた。さらに、今年は対象地域に岡山県と島根県が加わったため、新たに岡山県観光連盟と島根県観光連盟との関係を構築した。各観光連盟に作成した旅行プランとポスターについてフィードバックをいただいたことで、より魅力的なプランを作ることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 今年度は対象地域との関係構築と芸北地域を知ることに力を入れたため商品開発やイベントを行うことができなかった。スケジュール管理をきっちりすべきだったことが課題である。また、公共交通機関を利用したツアーは可能でないことはないが難しく、実現できなかった。 | イベントの企画案を考案しているため、来年度はイベントの開催ができるように企画書を考える<br>公共交通機関を利用したツアーを考案する際はまわるルートにテーマなどの工夫を付けたり、マイクロバスを利用する際は関連企業にそのツアーをお字しい可能かどうかの連絡をする。 |

| 活動目標③「就職活動を控えた大学生へ就活ツアーに参加してもらい、対象地域に就職してもらう」」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 低い |

【成果】

本プロジェクトは、西京銀行が主催している、就職活動を意識している学生を対象とした山口県の企業訪問と観光を同時に行うツアー「若旅 in やまぐち」の宣伝・運営協力を行ってきた。これまでのノウハウをもとに「若旅 in ひろしま」の開催に向けて取り組んだ。

今年度は、本学キャリアセンターに協力していただき、訪問企業の検討や開催場所を協議した。その結果、「ものづくりのまち」として知られる福山を開催場所に決定し、訪問企業を考える際は「ナンバーワン・オンリーワン企業」をポイントとし、キャリアセンターの方々と案を出し合った。また、参加者を募るために広告の作成にも取り組んだ。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| これまでにない新たな活動で、私たちで一から作っていくことに予想以上の時間がかかり、スケジュール通りに進むことができず今年度の実現に至らなかった。また、交通費などの予算面での課題や訪問企業への企画提案ができていないことが今後の課題である。 | まずは企画書を完成させ、来年度中の若旅 in ひろしま実施を目指す。<br>同時に、若旅 in ひろしまを開催した際の参加者増加につなげるため、SNS を活用した福山市の魅力発信活動も行う。 |

| 活動目標④ 旅行会社に向けたプレゼンテーションを行う | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 高い |

【成果】

2 月 28 日（火）本学立町キャンパスにおいて、本学と連携協定を締結している国土交通省中国運輸局協力のもと、たびまちゲート広島、JATA 中四国支部、エイチ・アイ・エス、JTB 広島支店、日本旅行広島支店・広島教育旅行支店、近畿日本ツーリスト広島支店など関係者計 17 名を招き、本プロジェクトの 1 年間の活動とその成果を報告した。

当日は、山陰地域と山陽地域（鳥取県米子市、島根県松江市、岡山県新見市）を周遊する大学生向けの自然満喫ツアー、就職活動と観光を組み合わせた大学生向けのツアー（広島県福山市）、地域資源を活用した小学生の子どもを持つ家族向けの「旅育」ツアー（岡山県新見市）、芸北地域活性化のための大学生向けのツアー（広島県芸北地域）についての発表を行った。参加した関係者からは「移動時間が長いという課題をどう解決しますか」「ツアープランにストーリー性を持たせてはどうでしょうか」など、今後の活動に活かすための多くの質問やご意見をいただくことができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 観光連盟等への報告会の案内が遅くなってしまったため、企業以外の協働団体の参加が少なくなってしまった。また、移動距離や移動時間にかかわらず多くの関係者に報告を聴いていただけるようにするため、オンラインでの参加にも対応できるような工夫をする必要があると考える。 | 報告会のスケジュールを早い段階に決め、案内送付先のリストや送付チェックをこまめに行う。<br>対面とオンラインの両方に対応できる方法を企画段階から準備しておく。 |

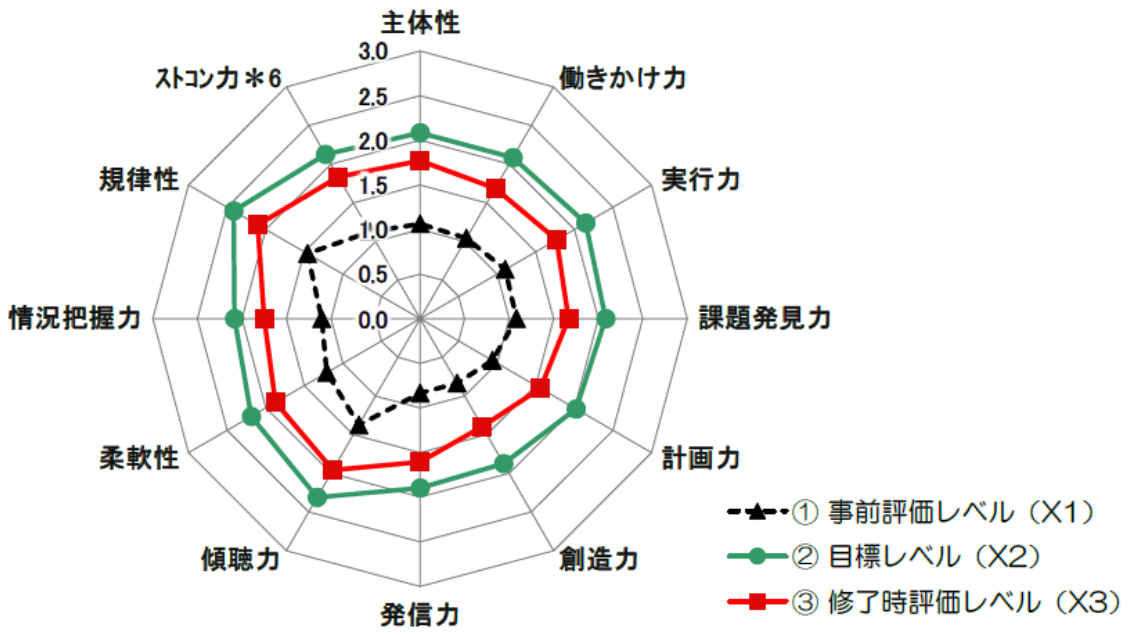
| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 2023 年 3 月 17 日 | 日本経済新聞 | 瀬戸内カレッジで大学生が瀬戸内の新たな魅力を提案 |
| 2023 年 4 月 | JR 西日本　瀬戸内カレッジ 2022 | 大学生による瀬戸内エリアの魅力発見プログラム |

４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | Ａ | Ｂ | Ｃ | Ｄ |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | ④ | 3 | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | 3 | 2 | ① |
| 小　計 | | 4 | 6 | 2 | 1 |
| 総合計（20 点中） | | 13　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




※1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

※2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

<table>
<tr><th colspan="5">１．プロジェクト概要</th></tr>
<tr><td rowspan="2">プロジェクト名</td><td>種類</td><td colspan="3" rowspan="2">太田川キレイキレイプロジェクト</td></tr>
<tr><td>準公認</td></tr>
<tr><td>設立年月日</td><td>2006 年 7 月 12 日</td><td>活動期間</td><td colspan="2">2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日</td></tr>
<tr><td>Instagram</td><td colspan="4">https://www.instagram.com/ootagawa_hue</td></tr>
<tr><td>ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名</td><td colspan="2">濵田 敏彦</td><td>リーダー名</td><td>高橋　柚樹</td></tr>
<tr><td>メンバー数</td><td colspan="2">6 人（2023 年 3 月 31 日現在）</td><td>会計責任者</td><td>邑田　敬幸</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの企画背景</td><td colspan="4">太田川は全長 103km の一級河川であり、広島市街で 6 つにわかれる広島県を代表する河川である。<br>現在、太田川河川敷はキャッチボールやジョギング、釣りなど、地域の方々に親しまれ、様々な用途で利用されている。しかしその反面、近年のごみの不法投棄は増加傾向であり、そのゴミが雨水とともに太田川に流れ込むことで、水質汚濁などの河川環境悪化の一つとなっている。<br>そこで私たちは、広島県にとってかけがえのない太田川の素晴らしさを多くの方々に知ってもらい、太田川やその河川敷をごみ一つない環境にすることで、広島県の誇れる川を目指す環境美化プロジェクトとして活動している。具体的には、太田川河川敷の定期清掃や、太田川の魅力や不法投棄が起きている現状等を発信することで太田川の今を知ってもらう活動、また、太田川を利用したイベントなどの実施や、広島県内の環境保護に取り組む大学連合「えーこじゃけん」を拡大するなど、次代を担う若い世代が環境保護について考えてもらうことで、不法投棄件数を減らすといった活動を行う。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目的</td><td colspan="4">私達の活動や太田川を利用したイベントを通じて、広島市民や学生の方々に環境美化に対する知識を高めてもらい、愛着を持ってもらうことで環境意識を高める。そして、各々が環境も守るために太田川について考えて行動してもらうことで、ゴミ一つない環境にすることを目指す。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目標</td><td colspan="4">① 本プロジェクトが清掃活動を行うことで、広島市民に環境美化活動を周知する。<br>② 広島市民に対して情報を発信することで、太田川や本プロジェクトを知ってもらい、太田川定期清掃に参加者を呼び込む。<br>③ 川を使ったイベントを通じて、愛着や興味を持ってもらい、川に対する環境美化意識を高めてもらう。<br>④ 環境問題に取り組んでいる他大学と協力してプロジェクトメンバーのモチベーションを上げる。<br>⑤ 学生と清掃活動を行うことで不法投棄防止についての意識向上を行う。<br>⑥ 本プロジェクトや太田川を紹介するパンフレットの制作、配布する。</td></tr>
</table>

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「プロジェクトが清掃活動を行うことで、広島市民に環境美化活動を周知する」 | 目標達成度<br>中程度 |

【成果】

プロジェクトの認知度を向上させ、私たちと一緒に清掃活動をしてくれる人々を増やすことで、不法投棄の抑止力を高めるため、清掃活動を通して環境美化活動を周知する取り組みを行ってきた。

今年度は、毎月第 2・4 日曜日に太田川河川敷（祇園大橋～新庄橋付近の河川敷）の定期清掃を計 15 回行った。また、これまで清掃してきた安芸長束方面の河川敷だけではなく、対岸である三篠方面の河川敷まで清掃範囲を広げた。こうした清掃活動を通じて、プロジェクトメンバー自身がより広い範囲の太田川のゴミの現状を知ることができた。太田川定期清掃後には、Instagram に清掃活動の様子を投稿し、本プロジェクト活動の周知にも取り組んだ。

また、回収したゴミを種類別に集計した結果、平均してペットボトルが最も多く捨てられており、1 回の清掃でペットボトルが 5.2kg（容器のみの重さ）捨てられていたこともあった。たばこの吸い殻も多く、約 50 本回収したこともあった。

さらに、現在の河川敷利用者の環境美化意識を調査し、より効果的な活動を行うため、河川敷を利用していた 22 名に対して、太田川河川事務所が策定した「河川敷利用マナー8 箇条」や本プロジェクト活動の認知度に関するアンケート調査を 6 月と 11 月の計 2 回実施した。アンケート結果としては、「太田川キレイキレイプロジェクトを知っている」という割合は、6 月に 30%であったのに対して 11 月には 33%に上昇していた。知っている理由として、「清掃しているプロジェクトメンバーを見て認知した」と回答した人が 81%で最多であり、その他の回答として「近くに住んでいる」や「HP、パンフレットを見た」があった。また、「河川敷利用マナー8 箇条を知っている」という割合も 6 月に 30%だったのに対し、11 月には 33%に上昇していた。そして、太田川河川敷（祇園大橋～新庄橋付近の河川敷）の利用頻度に関しては、「週に 1 回以上」という回答が 6 月で 78%、11 月では 83%と最も高かった。利用用途としては「ウォーキングで利用している」という回答が 34%で最も高く、次いで「グラウンドゴルフで利用している」という回答が 24%と高かった。

アンケート調査結果から、私たちの活動に対する認知度は向上していることが分かった。また、今年は私たちの活動を見たウォーキング中の方が「一緒に清掃したい」と申し出てくださり、清掃活動に参加してくださった。普段から、清掃活動中には、ウォーキング利用者やグラウンドゴルフ利用者に対して積極的に挨拶をしたり、会話を交わしていたしたりしたことが今回の成果につながったと感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 回収したごみの集計結果を Instagram に投稿する予定だったが、役割分担を決めていなかったため、集計結果のデータ処理をしておらず、Instagram にも投稿できなかった。また、上記と同じ理由で Instagram を使った太田川定期清掃参加への呼びかけを行うことができていなかった。<br>また、アンケートについては、データを取ることだけが目的となってしまったことで、肝心なアンケート結果を反映した活動を行うという意識が欠けていた。 | Instagram への投稿に関しては、清掃活動を行う 1 か月前にはデータに関する作業担当者を決め、定期清掃後すぐにゴミの量や種類の計測を Excel データにまとめ、まとめた後はすぐに投稿する。それと同時に Instagram を活用した清掃活動参加募集を行うだけではなく、太田川を利用している人たちに対して、清掃活動の参加募集チラシを配布する。<br>アンケートに関しては、月 2 回パンフレット配布による認知度向上や、勧誘チラシを活用し、太田川定期清掃に呼び込む。 |

| 活動目標②「広島市民に対して情報を発信することで、太田川や本プロジェクトを知って | 目標達成度 |
|---|---|

| もらい、太田川定期清掃に参加者を呼び込む」 | 中程度 |
|---|---|

【成果】

他団体の清掃活動に参加することでイベント運営のノウハウを学びながら、本プロジェクトの活動周知を行うため、今年度は広島平和記念公園付近で行われる三井ボランティアネットワーク事業団主催の清掃活動へ年間 5 回参加した。また、7 月には、太田川水系 37 河川で行われる太田川河川事務所クリーン太田川実行委員会主催イベント「クリーン太田川」へ参加し、11 月には、山本川の常念橋から下山橋周辺で行われる長東学区公衆衛生推進協議会および長東西学区公衆衛生推進協議会主催の「山本川一斉清掃」へ参加した。その際、清掃に参加するだけではなく、本プロジェクト活動を紹介するパンフレットを配布させていただいたり、参加者の前でプロジェクト活動の紹介をさせていただいたりした。主催団体だけではなく、イベントに参加した他団体や一般参加者へ本プロジェクトを知っていただく機会となり、活動認知度の向上につながったと考えられる。

また、地域の河川に愛着を持ってもらうことで不法投棄の抑制・防止を目的とした、SNS による情報発信にも取り組んだ。内容としては、Instagram を活用し、太田川本流や太田川から分流して広島市を流れる 6 つの河川(太田川放水路、天満川、旧太田川、元安川、京橋川、猿猴川)の魅力を発信する投稿「ぶらり太田川」を年間 20 回行った。「ぶらり太田川」では、河川の歴史や魅力、河川を利用した関連イベントについて写真付きで投稿した。投稿前の Instagram のフォロワー数は 73 人だったが 110 人へ増加した。また、「ぶらり太田川」の投稿の中で、最多いいね数は 23 であった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 他団体主催のイベント参加時に本プロジェクトの活動紹介パンフレットと一緒に定期清掃への募集チラシも配布する予定だったが、作成スケジュールを明確に決めていなかったため作業が遅れ、当日までに完成させられなかった。作成スケジュールの明確化が課題である。<br>Instagram（ぶらり太田川）に関しては、投稿テーマや対象者を意識しておらず、投稿内容が河川の歴史に偏っていた。また、投稿の回数やタイミングも明確に決めていなかったので投稿間隔を固定化することができなかった。より多くの方に見てもらう工夫をしていく必要がある。 | 清掃活動を実施する 1 週間前に Instagram で開催日や場所に関する投稿を行う。また、太田川定期清掃に参加者を呼び込む資料は 4 月までに作成する。<br>Instagram を活用した河川の魅力発信に関しては、毎月第 4 日曜日の 17 時に投稿するよう固定化し、投稿忘れを防ぐ。また、投稿前に内容のテーマ性やターゲット層が明確になっているかをプロジェクト全体で、確認する。 |

| 活動目標③「川を使ったイベントを通じて、愛着や興味を持ってもらい、川に対する環境美化意識を高めてもらう」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

子ども達に地元の川へ愛着や興味を持ってもらい、環境美化意識を高めてもらうため、9 月に八木梅林公園で小学生親子を対象として、清掃活動とともに川遊びや牛乳パックやペットボトルなどの家庭ごみで船を作る工作体験のほか、川に住む魚のスケッチを行うイベントを計画した。

イベントの参加者募集のため、広報用チラシを作成し、約 2 週間前から Instagram に投稿した。さらに、約 1 週間前から安佐南区役所内へチラシの設置をさせていただいた。しかし、参加者が集まらず、イベントは未実施となった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| プロジェクトメンバー1 人当たりの仕事量が多くなってしまったため、チラシの作成が遅くなり、募集期間を十分に設けることができなかった。また、プロジェクトとして初めて小学生を対象としたイベントを企画したということもあり、対象者に合った広報活動や企画づくりができていなかった可能性がある。小学生が魅力を感じ、保護者が安心して子どもを参加させられる企画づくりを考えていく必要がある。 | イベントに関するチラシは、本番の 2 か月前から作成し、勧誘期間を最低でも 1 か月は設けるようにする。また、他団体が主催している子ども対象の環境美化イベントに参加し、年齢に合わせた企画づくりのノウハウを学ぶ。さらに、子どもの安全性の確保や地域全体として子どもの環境美化意識向上に取り組むという視点から、大学連合「えーこじゃけん」加盟大学と合同でイベントを企画していくことも検討する。 |

| 活動目標④「環境問題に取り組んでいる他大学と協力してプロジェクトメンバーのモチベーションを上げる」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 高い |

【成果】

広島市内で環境保護・環境美化活動に取り組んでいる大学の連合組織「えーこじゃけん」に加盟する大学である広島修道大学、安田女子大学と活動内容や問題点を共有するため、Microsoft Teams を利用したオンライン会議を年 2 回（6 月、8 月）行った。1 回目のオンライン会議では、各団体で行っている活動に関する情報交換を行った。また、情報交換前には、アイスブレイク（お互いの緊張をほぐすためのゲーム形式のコミュニケーション）を行うことで話しやすい場づくりを行った。2 回目のオンライン会議絵では、本プロジェクトが主催する「えーこじゃけん」一斉清掃についての具体的な日程や活動内容などについて話し合った。

そして、10 月 23 日に「えーこじゃけん」一斉清掃を実施し、3 大学から参加した 34 名の学生で祇園大橋付近の清掃活動を実施した。本プロジェクト単独の定期清掃では、祇園大橋周辺～新庄橋周辺までの清掃しか行えていなかったが、他大学と協力したことで新天王橋周辺まで清掃場所の拡大を行うことができた。また、当日は清掃活動だけではなく、アイスブレイクとしてジェスチャーゲームや、レクリエーションとしてバレーやサッカーを参加大学の学生と共に行い、関係性をさらに深めたことで、来年度の活動に繋げることができたと感じる。他大学の学生からは「活動に対するモチベーションが上がった」や「サークル内の悩みを共有することができた」などの声があった。こうした参加者の声から、本プロジェクトメンバーだけではなく、参加した他大学の学生のモチベーションも向上し、今後も協力して活動を行う繋がりを作ることができたと考えられる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 「えーこじゃけん」一斉清掃で他大学と共同してイベントを実施することはできたが、本プロジェクト主催事業とえーこじゃけん加盟大学主催のイベントの日程が重なり、他大学主催のイベントへ参加することができなかった。本プロジェクト主催のイベントに一方的に協力してもらっている状況になってしまったため、お互いが参加し合えるスケジュールに見直す必要がある。また、コロナ禍によって大学間の関係が薄れており、今年度は関係を再び深めることに尽力したため、新しい加盟大学を勧誘することができなかった。 | 年 4 回のオンライン会議と LINE を使ったチャットでの連絡を行い、イベント実施 1 ヵ月前までには他大学のイベント開催日を把握し、お互いのイベントが重ならないようにする。<br>また、大学連合「えーこじゃけん」に新しい加盟大学を追加するため、近隣の大学を中心に声をかけていく。 |

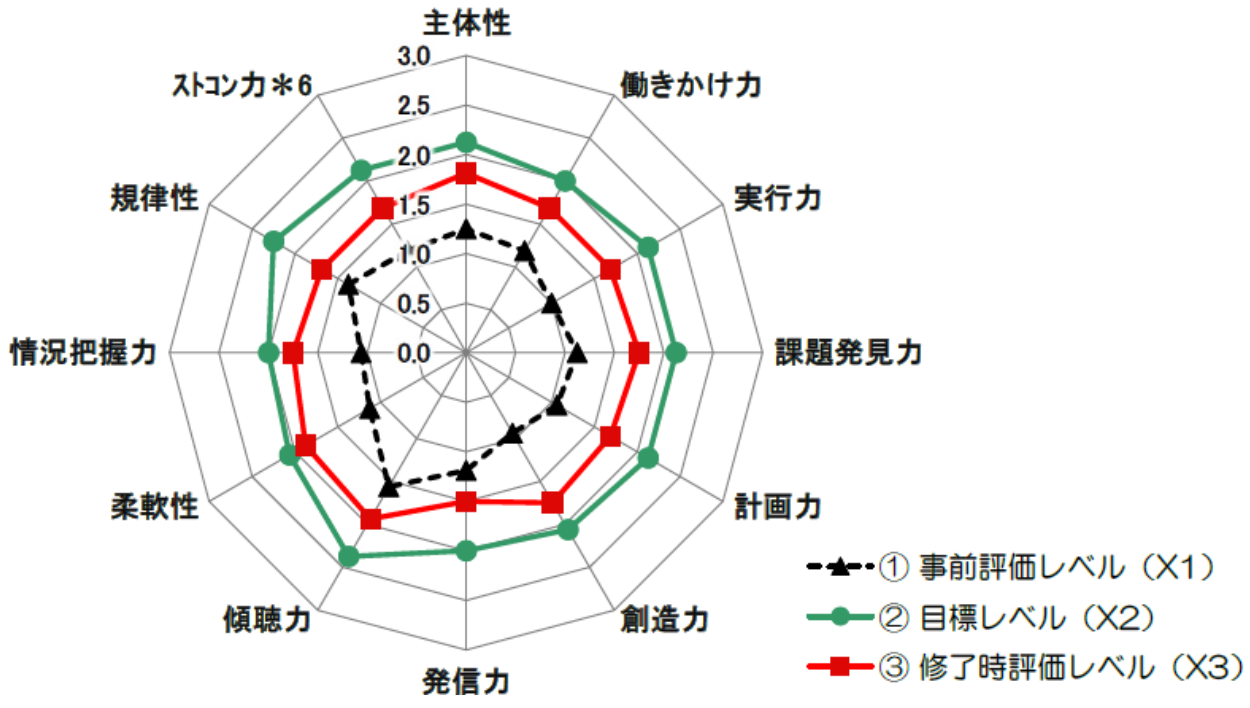
<table>
<tr><td colspan="2">活動目標⑤「学生と清掃活動を行うことで不法投棄防止についての意識向上を行う」</td><td>目標達成度<br>中程度</td></tr>
<tr><td colspan="3">【成果】<br>現在の太田川放水路ができるまでは「太田川」として親しまれていた現在の旧太田川に感謝を込めて清掃を行うとともに、本プロジェクトに所属していない本学学生や「えーこじゃけん」加盟大学の一般学生にも環境美化意識を高めてもらうことを目的として、空鞘公園を中心に「旧太田川一斉清掃」を 11 月に開催した。本プロジェクトメンバー以外の参加者は、本学から 1 名、広島修道大学から 1 名、安田女子大学から 1 名の合計 3 人であった。当日は、プロジェクトメンバーが今まで活動を通して得た知識や経験を伝えながら一緒に清掃を行った。また、本プロジェクトの Instagram の紹介を行ったことで、これまでの活動をより深く知っていただくとともに今後につながる関係性を構築することができた。参加した学生からは「清掃は疲れたが、楽しく、やりがいを感じた」「太田川にあまり関心はなかったが、参加後は馴染み深いものとなった」との声をいただくことができたことから、環境美化意識の向上につながったと考えられる。</td></tr>
<tr><td colspan="2">【課題】<br>参加目標 15 名としていたが大きく下回ってしまった。また、不法投棄についての意識向上につながる働きかけが不足しており、清掃活動を行うだけの活動内容となってしまった。清掃活動以外の、啓発活動を組み込む必要がある。</td><td>【改善策】<br>Instagram の告知やパンフレットの掲示以外に放送など告知方法を増やすことで本学学生に知ってもらう。またえーこじゃけん加盟大学の方たちに告知を協力してもらうことで他大学の学生に知ってもらう。また、イベント時には清掃活動以外に 2022 年度の事業内容や不法投棄による環境汚染が行われている現状を伝える内容を取り入れることで意識向上を図る。</td></tr>
<tr><td colspan="2">活動目標⑥「本プロジェクトや太田川を紹介するパンフレットの制作、配布」</td><td>目標達成度<br>低い</td></tr>
<tr><td colspan="3">【成果】<br>本学学生や広島市民の方々に本プロジェクトの認知向上を行い、環境美化意識の向上や、太田川定期清掃への呼び込みを行うため、本プロジェクトを紹介するパンフレットを制作し、配布した。<br>今年度の 5 月に本プロジェクトを紹介するためのパンフレット制作を開始し、10 月に完成した。パンフレットには、プロジェクト活動の概要や太田川の環境について記載した。<br>完成したパンフレットは、太田川河川敷利用者や本プロジェクト主催イベント時や外部へのイベント参加時に配布した。配布状況としては、定期清掃時に 6 部、他団体清掃で 14 部、祇園・興動祭で 10 部の合計 30 部配布することができた。パンフレットを配布したことがきっかけとなり、今年度新たに「長束学区公衆衛生推進協議会」「長束西学区公衆衛生推進協議会」との繋がりを築くことができた。</td></tr>
<tr><td colspan="2">【課題】<br>パンフレットを作成していたにもかかわらず、清掃活動中に各自が持ち歩いていないことがあり、効果的に配布できなかった。また、途中から制作することが目的となってしまい、誰に向けて制作しているのかが曖昧となっていたことで、当初の目的であった太田川定期清掃への呼び込みに繋げることができない内容になってしまった。</td><td>【改善策】<br>パンフレット制作前に、制作スケジュールやターゲットを設定する。また制作状況を週 1 回の会議で確認することで、全体で進捗状況を把握する。<br>また、配布数を増やすため、清掃活動時はメンバー全員がパンフレットを常に持ち歩き、清掃中に出会う地域の方々にすぐに渡せるようにすることで、広報の機会損失を防ぐ。</td></tr>
</table>

| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 特記事項なし | | |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 小　計 | | 4 | 9 | 2 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 15　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

<table>
<tr><td colspan="5">１．プロジェクト概要</td></tr>
<tr><td rowspan="2">プロジェクト名</td><td>種類</td><td colspan="3" rowspan="2">動物のかけがえのない命を守ろうプロジェクト</td></tr>
<tr><td>準公認</td></tr>
<tr><td>設立年月日</td><td>2015 年 6 月 15 日</td><td>活動期間</td><td colspan="2">2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日</td></tr>
<tr><td>Instagram</td><td colspan="4">https://www.instagram.com/animal_hue/</td></tr>
<tr><td>Twitter</td><td colspan="4">https://twitter.com/animal_hue</td></tr>
<tr><td>ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名</td><td colspan="2">森川　覚、前馬　優策</td><td>リーダー名</td><td>田中　琉聖</td></tr>
<tr><td>メンバー数</td><td colspan="2">21 人（2023 年 3 月 31 日現在）</td><td>会計責任者</td><td>鉄崎　ひより、太田　安結</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの企画背景</td><td colspan="4">広島県は犬・猫の殺処分数(8,340 頭)で 2011 年にワースト 1 位を記録したことがあるほど殺処分が多い県であった。<br>私たちは 2015 年に広島県の犬・猫の殺処分数を減らすことを目的として本プロジェクトを立ち上げた。当初、殺処分の対象となっていた犬猫も、ある団体が全頭引き取り出る活動を進めたため、2016 年 8 月から数字の上では殺処分ゼロを維持し続けた。しかし 2020 年度から一部で殺処分が再開され、不幸な犬猫は後を絶たないのが現状である。学生主体の団体であるため、活動範囲にも限界はあるが、知り得た情報を活用して周囲の人に現状を伝え、一緒に行動を起こしてもらうことは可能だと考えている。まずは身近な家族や同世代の友人たち、地域の方々に発信したり、一緒に考えたりする機会を設けることで「私たちにできることは何か」を考えてもらうきっかけ作りや行動を起こしたい人のサポートをすることを目指す。<br>また、これらの活動は広島県内の同じような動物愛護団体と協力しあいながら実施することで専門的な知識を補填し、情報共有という手段を通じてより充実した活動を展開していく。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目的</td><td colspan="4">本プロジェクトの活動目的は、「広島県の不幸な動物ゼロ」である。<br>この目的を実現するためには、「動物に対する意識改革」が必要であり、対象者に保護動物の現状や動物の行動、性格について正しく知ってもらうことが重要である。<br>正しい飼育環境やペットを飼うための心構えを持つ人が増えることで、将来悲しい思いをする動物たちがいなくなり、幸せな動物を増やすことができる。そして、動物保護施設で保護される動物たちもいなくなり動物も人間も平等で豊かな社会が実現する。この社会こそ、私たちが目指す【広島県の不幸な動物ゼロ】だと言える。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目標</td><td colspan="4">①「知る」<br>・「ボランティア活動」や「Animal セミナー」、「いのちの教室」などを通して保護動物の現状を知り、各種企画の際に正確な情報を伝えられるように努める。<br>②「考える」<br>・一人ひとりが、動物たちについて考えられるように努める。（命の大切さ、動物にとっての幸せ、飼い方、現状、今飼っているペットについてなど）<br>③「伝える」<br>・保護動物について知り、感じたことや考えたことを周囲の人に伝えてもらう。（アンケート調査、SNS での拡散）<br>・「いぬねこ教室」や「パネル展」、「体験ボランティア」開催を通じて、対象者に動物愛護について知るきっかけづくりを行う。</td></tr>
</table>

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「知る」 | 目標達成度<br>中程度 |

【成果】

保護動物の現状や動物たちの行動、接し方について知ってもらうため、以下の事業を展開した。

「いぬねこ教室」では、若年層に向けて動物愛護の現状や動物との正しい接し方を伝え、「いのちの大切さ」と「最後まで責任をもって飼うこと(終生飼養)」について考えてもらうことで、ペットとして迎え入れる際の心得を身につけてもらうことを目的としている。今年度は、8 月 22 日に祇園西公民館で小中学生を対象として開催し、7 名の参加者が集まった。授業では、〇×クイズ形式を用いて、スタッフの学生も含めて、楽しみながら動物たちの現状について理解してもらえる工夫をした。参加者のアンケートから「理解することができた」「動物愛護の現状についてもっと考えてみたい」などの感想があった。また、今年はプロジェクト初の県外での「いぬねこ教室@宇和島」を実施し、高校生 4 名、小学生 2 名、一般の方 8 名、計 14 名に参加していただいた。当日は、○×クイズやワークショップを通して、動物愛護の現状や動物との正しい接し方について伝えた。参加者のアンケートから「勘違いしていたことが多くあり、勉強になった」「日本の動物愛護の現状について分かった」などの感想があった。

「パネル展」は、保護動物について興味・関心を持ってもらうことを目的とし、祇園西公民館、広島経済大学 6 号館で 1 回ずつ本プロジェクトのブースを設置し、パネル展示を行った。今年度は新たに、国際的に認められている動物の福祉基準である「動物の 5 つの自由」に関するパネルを展示した。来場者アンケートでは、「飼っているペットの年齢を知れてうれしい」「5 つの自由について初めて知った」などの声があった。

以上のことから、各事業で対象者に保護動物の現状や動物たちの行動、接し方について知ってもらう機会を設けることができた。アンケートの結果からも私たちの事業に興味を持ち、保護動物たちへの関心が得られたことが分かる。特に「いぬねこ教室」では、将来動物を飼うことになるかもしれない小中高生に命の大切さを伝えることが充分にできた。

また、プロジェクトメンバー自身が企画を通して保護動物の現状を知り、各種の企画の際に正確な情報を伝えられるようになるため以下の事業を展開した。

「ボランティア活動」は、保護動物の生活環境を整え、人への恐怖心をなくすことを目的としている。今年度は、広島市動物愛護センターへ 8 回、呉市動物愛護センターへは 3 回、保護動物のお世話などのボランティアを実施した。

「Animal セミナー」では、広島市内で犬のしつけ教室を運営されている方を講師としてお呼びし、プロジェクトメンバーを対象に、日本と海外の保護動物に対する意識の違いについて学んだ。当日は、実際に犬を連れてきていただき、行動を観察しながら、実践的に犬との正しい接し方について知ることができた。

「知識付け交流会」では、本プロジェクトの初代リーダーをお呼びし、プロジェクト結成のきっかけや創立当初の様子などをメンバーで共有し、モチベーションの向上を図った。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| ボランティアによく参加するメンバーと参加しないメンバーで差ができ、メンバー一人ひとりが動物と接する経験を積むことができず、情報発信をすることが困難であった。また、外部の方を講師として招いてプロジェクトメンバーを対象にしたセミナー（勉強 | ボランティアなどの参加に関しては、グループ LINE による投票を中心に行っていたが、対面でも念入りに行い、参加を促すようにする。また、予定を 1 か月前までには決定しておき、対象のメンバーは予定を開けておくようにする。(予定の確認・管理 |

| | |
|---|---|
| 会）を行う際、積極的に質問をするメンバーが少ない（毎回決まった人が質問をする）ため、メンバー全員の主体性を高める必要がある。 | を個人で徹底する）<br>セミナーや勉強会においては、事前に会議で質問を１人ひとりが考えたり、ワークショップ等を設けて発言しやすい環境を作ったりする。 |

| 活動目標②「考える」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

命の大切さ、動物にとっての幸せ、飼い方などについて、多くの人が考える機会を作ることを目指して、各事業で以下の取り組みを行った。

「パネル展」では、ペットとして飼われる犬の視点から飼い主さんに向けたお願いである「犬の十戒」や「犬と猫の年齢」など、動物に関する知識を深めてもらうことをねらいとしたパネルを設置した。また、「動物の５つの自由」についてのパネルを作成し、見た人に動物にとっての幸せについて考えてもらえるきっかけとなる場づくりに努めた。参加者のアンケートの結果の中には「日頃あまり考えないことを考えさせられた」といった感想があった。

「いぬねこ教室」では、祇園西公民館、愛媛県宇和島市中央公民館の２会場にて、小学生から一般の方を対象として、児童にもわかりやすい内容で保護動物たちの現状について考えてもらえる授業を開催した。授業では動物の接し方についての○×クイズや「動物当てクイズゲーム」を通して、知識をつけるだけではなく、参加者自身が考えながら主体的に授業を受けてもらえるような工夫を行った。

「SNS 発信」では、「Animal セミナー」や「ボランティア活動」などこれまでのプロジェクト活動を通して学んできた知識をイラストや写真を用いながら分かりやすく投稿した。また、一般の方には知らない表現（いぬねこ教室や Animal セミナー）などにはわかりやすいように工夫をして強調するなどし、注目を浴びるような工夫をした。

その他の活動としては、プロジェクトメンバーを対象とした勉強会として、「いのちの教室」「Animal セミナー」を実施し、ボランティア活動の際に注意すべき点や保護動物の現状についてプロジェクトメンバー自身が考える機会を設けた。また、多くの人に保護動物について関心をもってもらうと同時に、動物保護団体への物資支援に貢献するため、今年度からの新たな取り組みとして、本学内にて本学学生を対象に、動物用物資の寄付を呼び掛ける「寄付活動」を行った。呼びかけにより、ペット用おやつ、新聞紙、タオルなど計６点の支援物資を寄付してもらうことができ、支援物資は NPO 法人 SPICA へ寄付した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| SNS 投稿の頻度が昨年と比べて低下し、周囲の人に本プロジェクトの様子や保護動物の現状についてなどの情報発信ができなかった。事業によっては広報部のメンバーが参加していないこともあり、イベントの詳細が共有できていなかったため、活動の全体共有を行い、広報面での強化を行う必要である。 | 各事業に広報部を１名は参加させる。それが難しい場合でも、各事業後はイベントの流れと成果をまとめてイベント終了後３日までに広報部署に報告する。 |

| 活動目標③「伝える」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

保護動物について知り、感じたことや考えたことを周囲の人に伝えてもらうため、「パネル展」と「SNS発信」では以下の取り組みを行った。

「パネル展」では、大学、祇園西公民館、宇和島市中央公民館の計3か所で開催し、多くのアンケートをいただくことができた。祇園西公民館と宇和島市中央公民館での「パネル展」では、「いぬねこ教室」も同時に開催した。本イベントを見るために足を運んでくださった方だけではなく、普段から公民館を利用されている方にも見ていただくことができ、地域の話題づくりにつながる場にできたと感じる。また、今年度の新たなつながりである愛媛県宇和島市中央公民館における「いぬねこ教室@宇和島」を通して、本プロジェクトの活動を県外の方々にも伝えることができたのは大きな成果である。

「SNS発信」では、2023年3月末時点のフォロワー数はTwitter980人、Instagram1044人であり、活動の内容や保護動物たちの現状について多くの方に情報発信することが可能になっている。「Animal セミナー」や「いのちの教室」で学んだ知識を多くの人に伝えるため、内容をまとめ、Instagramに掲載した。投稿する際には、写真やイラストも使いながら幅広い年代の人にとってより分かりやすくする工夫も加えた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| パネル展を商業施設等で開催し、より多くの方々に見てもらうようにする。<br>また、SNSに関しては、フォロワー数1,100人を目指していたが、目標に届かなかったため、投稿内容を見直し、より目を引く投稿にしていく必要がある。<br>「いぬねこ教室」など一部の事業において、作成したチラシを活用した広報ができていなかったため、広報活動の改善も課題である。<br>全体的に、一方的に伝えることが主になっており、参加者に「感じたことや考えたことを周囲の人に伝えてもらう」という目標が意識できていない。目標を意識した企画づくりが最大の課題である。 | パネル展は公民館だけではなく、大型商業施設など人が多く集まる場所での開催を目指したアポイントメントを行う。<br>通常の会議時間以外の時間を有効活用し、分担してPR活動（SNS投稿、チラシ作成、呼びかけ）を行う。必要に応じて広報部にとどまらず他の部署と協力した広報活動を展開する。<br>また、一方的な情報提供だけではなく、イベントなどに参加した人には「知識を周囲の人に伝えてもらう」ということを意識してもらうため、アンケートの項目に「この情報を誰に伝えたいか」という項目を入れる。 |

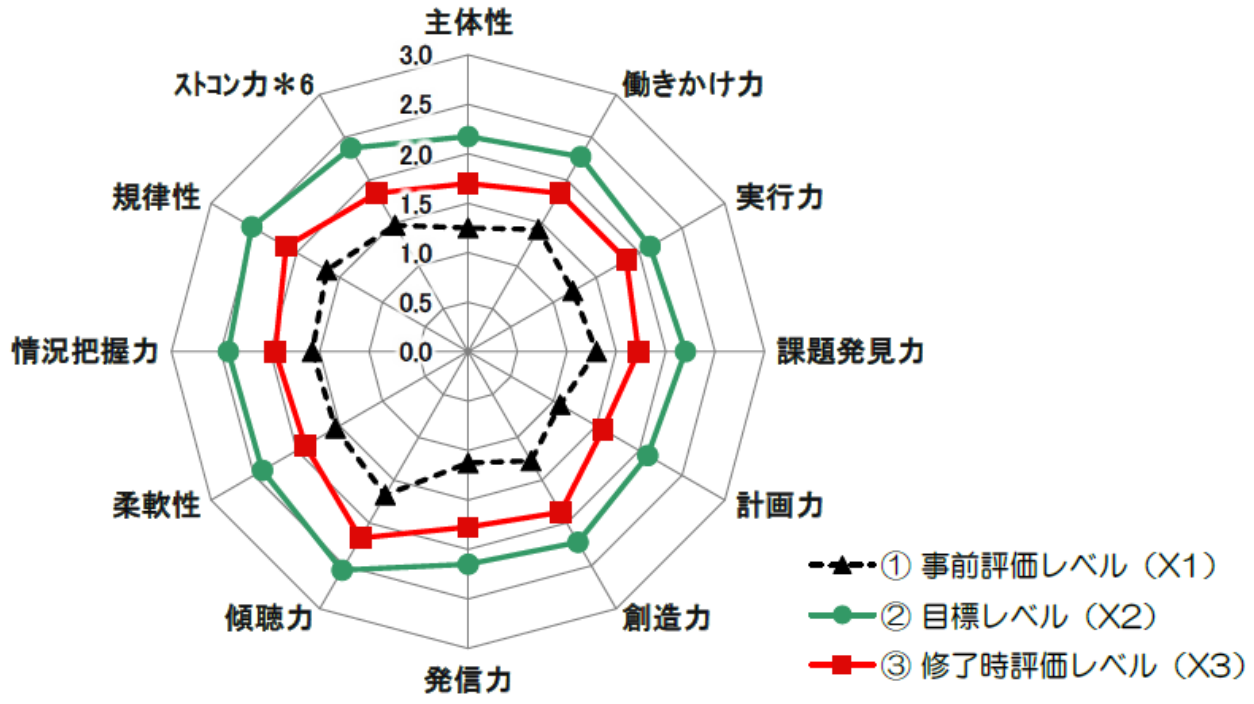
３．受賞・新聞記事掲載等

| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 2022年12月27日 | 愛媛新聞 | 不幸な犬猫減らして |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 小　計 | | 0 | 12 | 2 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 14　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類 | 中高生の夢・笑顔実現‼プロジェクト | | |
| | 準公認 | | | |
| 設立年月日 | 2007 年 1 月 15 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 | |
| Instagram | https://www.instagram.com/giver_dream/?hl=ja | | | |
| Twitter | https://twitter.com/giver_dream | | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 石田　真英 | リーダー名 | 道広　直義 | |
| メンバー数 | 11 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 多田　有沙 | |
| プロジェクトの企画背景 | 広島県教育委員会によると、広島県の 2020 年度の不登校児童生徒数は 3,783 人である。その原因は、いじめ・学級崩壊などさまざまである。<br>近年、高校生の不登校生徒数は少しずつ減少しているのに対し、小学生・中学生は増加している傾向にある。プロジェクトを立ち上げた卒業生である西本荘志氏は、小中学校で不登校を経験し、高校を中退した。しかし、「多くの人に支えられている」と気付いた時、自分が大きく変化し、同じような境遇にある人の背中をそっと押したいと思い、このプロジェクトを立ち上げた。 | | | |
| プロジェクトの活動目的 | 不登校児童生徒たちに、私たちの事業・イベントに参加することで、さまざまな価値観を知ってもらい、視野を広くもつこと、対人関係の大切さを学んでもらう。また、不登校児童生徒が気軽に日ごろの話をすることができる存在になる。私たちは不登校児童生徒が人とのつながりの大切さを感じられる環境をつくる。これらを通して、最終的に、不登校児童生徒に自分自身の将来を考えてもらい、彼ら自身で未来へ向かって行動してもらうことを目的とする。 | | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① 不登校児童生徒がより良い未来へ向かう第一歩を踏み出せるような事業・イベントを行う。<br>② 不登校児童生徒と信頼関係を築き、気軽に話ができる存在になる<br>③ 広報活動を通じてプロジェクトの活動内容を知ってもらったり、広島市教育委員会の後援を受けたりすることで、不登校児童生徒および保護者が安心して事業・イベントに参加しやすい環境をつくる。<br>④ 不登校児童生徒が学校では体験することができないような、楽しんでもらえるイベントを開催する。<br>⑤ 記録をつくる、作品を完成させるなどの目標を設定し、参加者が達成感を感じることができるイベントを開催する。 | | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「不登校児童生徒がより良い未来へ向かう第一歩を踏み出せるような事業・イベントを行う」 | 目標達成度<br>低い |
| 【成果】<br>自分自身の将来について考え、未来へ向かって行動を始めてもらうために、広島市内の児童・生徒を対象として、より良い未来へ向かう第一歩を踏み出してもらえるような活動を行った。<br>今年度は、祇園中学校のふれあい教室訪問や SNS による広報活動のほか、6 月に「フリスビーでギネス | |

記録に挑戦！」、8 月に「自然の中の宝探し‼～竹灯籠を彩ろう～」、10 月に「文化？体育？どんな秋にする？レクリエーション大会！！」、11 月に「ク～リスマスが今年もやってくる～」、12 月に「ココロが癒される！～アロマキャンドルづくり～」の年間 5 つのイベントを企画した。

企画していた 5 つのイベントのうち、8 月イベント「自然の中の宝探し‼～竹灯籠を彩ろう」は天候不良の影響により開催できなかった。その他の 6・10・11 月イベントは、参加者を集めることができなかったが、リハーサルでは、企画意図に沿った内容になっているか、参加者が楽しめる内容などのほか、時間配分や受付等の参加者の対応準備は適切かを入念に確認した。

12 月イベント「ココロが癒される！～アロマキャンドルづくり～」は、祇園公民館にて、アロマキャンドル作成体験を開催し、温品中学校の生徒 2 名が参加した。キャンドルづくりとコミュニケーションを活発にするためのレクリエーションを行った。事前にリハーサルを入念に行っていたことで、移動やキャンドルづくりの準備などスムーズな運営ができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 企画した 5 つのイベントのうち 4 つのイベントで参加者を集めることができず、イベント実施に至らなかった。対象とする小中学生が参加したくなるような企画内容にすることができなかったことが原因だと考える。また、プロジェクトメンバー全員にも企画意図が浸透しておらず、「不登校児童・生徒により良い未来へ向かう第一歩を踏み出してもらうため」という目的意識が低かった。よって、企画意図の共有と対象者のニーズにあったイベント企画が課題である。 | イベントに外部からの参加者が集まらなくても SNS へ写真などを投稿し、地域社会へプロジェクトの活動を示す。<br>企画意図を、活動準備期間である 1 月から 3 月の間でプロジェクトメンバー全員と確実に共有し、イベント実施の際もメンバー全員で再確認した上で準備・実施する。 |

| 活動目標②「不登校児童生徒と信頼関係を築き、気軽に話ができる存在になる」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

普通学級に通えていない生徒に他者とのコミュニケーションに慣れてもらうため、祇園中学校のふれあい広場に訪問し、生徒の自主的な活動をサポートした。

祇園中学校のふれあい広場へは、夏期休暇期間を除く 6 月から 8 月、10 月から 12 月の期間で毎週月曜日と水曜日の週 2 回訪問した。訪問時は、ふれあい広場に通う生徒のうち 1～4 人との会話のほか、カードゲームを行ったり、勉強のサポートを行ったりした。12 月にふれあい広場の生徒と先生方を対象に、6 月から 12 月の訪問活動についてアンケートを行い、7 人から回答をいただいた。7 人中 5 人が「大学生と気軽に話すことができるようになった」と回答している。訪問するたびに私たちと会話をする 4、5 人の生徒とは楽しくコミュニケーションをとることができた。この結果から、一定の生徒とは気軽に話ができる関係になれたと言える。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 一部の生徒と気軽に話ができる関係になったが、感染対策上の理由から、私たちから生徒へ積極的に声をかけることができなかったため、ふれあい広場に通うすべての生徒と気軽に話ができるような関係を築くことはできなかった。今後はすべての生徒と関わり、生徒一人ひとりと信頼関係を築くことが課題である。 | 生徒に対してどの程度積極的に働きかけてよいかを年度初めに祇園中学校の先生と話し合い、確認する。そして、生徒とのコミュニケーションにおいては、挨拶を大切にし、他者とのコミュニケーションを促進するような全員参加型の交流イベントを 1 か月に 1 回程度実行し、ふれあい広場に通う全生徒と関わる機会を作る。 |

| 活動目標③「広報活動を通じてプロジェクトの活動内容を知ってもらったり、広島市教育委員会の後援を受けたりすることで、不登校児童生徒および保護者が安心して事業・イベントに参加しやすい環境をつくる」 | 目標達成度<br>中程度 |
|---|---|

【成果】

私たちの活動を広め、イベント参加者の増加につながるために、SNS を活用してプロジェクト紹介や普段の会議の様子、イベントリハーサルの様子を伝える投稿を計 10 回行った。その結果もあり、Instagram のフォロワー数は 2022 年 4 月 1 日時点で 461 人だったが、2023 年 3 月末には 569 人まで増加した。

また、イベントごとに広報用のチラシを作成し、広島市内の小学校・中学校を中心に計 72 校へチラシを発送した。さらに、初めて参加する方にも安心して参加していただくため、イベントチラシに加え、プロジェクト概要資料も同封した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| イベント広報における担当者の人数不足や広報手順の共有不足から、広島市教育委員会との連携もできず、広報活動を順調に進めることができなかった。<br>プロジェクト全体として効果的な広報活動が行える仕組みを考える必要がある。 | 今まで広報係が担当していたチラシの作成案づくりや封入作業を他部署に振り分けたり、会議時間を使って行える作業はプロジェクトメンバー全員で行ったりする。また、チラシの送付先の学校を見直すことで、広報係の負担を軽減しながら効果的な広報活動を確実に行う。 |

| 活動目標④「不登校児童生徒が学校では体験することができないような、楽しんでもらえるイベントを開催する」 | 目標達成度<br>低い |
|---|---|

【成果】

学校で体験できること以外にも楽しめる空間や居場所を提供することを心掛けて企画づくり・イベント運営に取り組んだ。

6 月イベント「フリスビーでギネス記録に挑戦！」では、広島経済大学石田記念体育館にて、フリスビーを体験し、ギネス世界記録に挑戦する活動を企画した。柔らかいフリスビーを使ってドッヂボールをし、5 人 1 組で 20m 最速フライングディスクリレーというギネス記録に挑戦する内容とした。

8 月イベント「自然の中の宝探し‼竹灯籠を彩ろう」では、武田山にて、竹を使った作品づくりを企画した。自然の中での活動は、普段の学校生活とは異なる楽しさを体験してもらえると考え武田山を会場とした。

10 月イベント「文化？体育？どんな秋にする？レクリエーション大会！！」では、広島経済大学興動館にて、体全身を使ったレクリエーションを 3 つ企画した。

11 月イベント「ク～リスマスが今年もやってくる～」では、広島経済大学興動館にて、対象者に海外とつながりを感じてもらうという特別な体験として、カナダポストのサービスを利用し、外国のサンタクロースに宛てた手紙づくりを企画した。

12 月イベント「心が癒される！～アロマキャンドルづくり～」では、祇園公民館にて、アロマキャンドル作成体験を開催し、温品中学校から 2 人に参加してもらった。参加者からは「アロマキャンドルづくりもコミュニケーションを増やすために行ったレクリエーションもとても楽しかった」というコメントをいただいた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 「学校では体験することができない」という目標に合ったイベント内容にできていないものもあったよ | 大学独特の広い講義室や体育館、競技場などを積極的に活用して企画をする。企画内容に詳しい大学 |

| | |
|---|---|
| うに感じる。今後は、「学校ではできない」という意味を考えた企画づくりを行う必要がある。 | の教員がいれば指導を仰ぎ、専門的な視点を取り入れたり、他プロジェクトと共催したりするなど、周りの団体や人に働きかける。 |

| 活動目標⑤「記録をつくる、作品を完成させるなどの目標を設定し、参加者が達成感を感じることができるイベントを開催する」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

最後までやりきることが自分に自信をつけるきっかけとなることを実感してもらうため、以下の 2 つのイベントを企画した。

1 つは、ギネス記録更新という目標を掲げた「フリスビーでギネス記録に挑戦！」を企画したが、応募者がおらず未実施。メンバーのみで記録に挑戦し記録更新はできなかったものの、全員がフリスビーをつないで記録を出せた時にはとても達成感を感じることができたため、イベント内容は適切だったと考える。

12 月イベント「心が癒される！～アロマキャンドルづくり～」では、「自分だけのオリジナルキャンドルを完成させる」という目標を設定し、お店では買えない自分だけのキャンドルづくりを企画した。ろうを溶かし、色を付け、固めて完成したキャンドルは、イベントに参加した温品中学校の 2 名の生徒には、イベントの成果物として作成したキャンドルを持ち帰ってもらった。参加した生徒からは「楽しく作品を完成させることができてよかった」と感想もあり、参加者に達成感を感じてもらえるイベントになったと感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 6 月イベントで目標としたギネス世界記録は、大学生であるプロジェクトメンバーでもクリアできなかった。参加対象者の年齢を考慮した難易度に合わせたイベント企画をする必要がある。 | イベント開催にあたっては、達成目標が適切かリハーサルで確認し、必要があれば難易度を見直す。難易度の判断については、過去にプロジェクトが行ったイベント活動を参考にする。 |

３．受賞・新聞記事掲載等

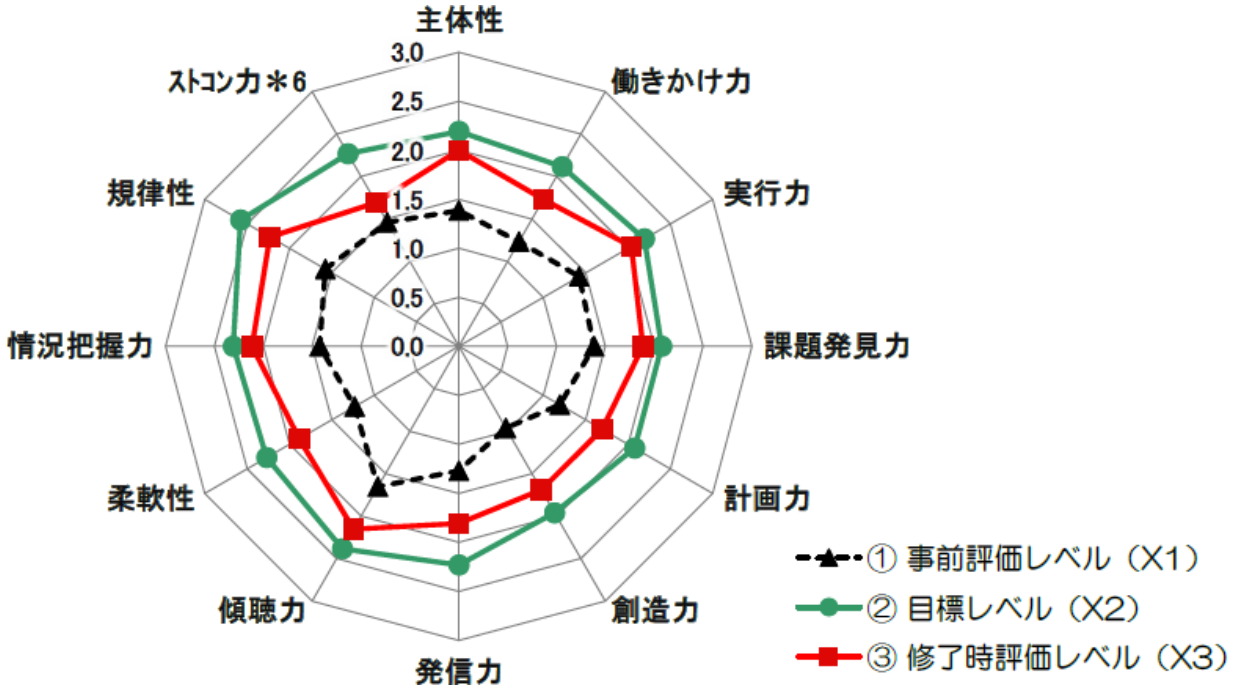
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 特記事項なし | | |

４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | ④ | 3 | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | 3 | 2 | ① |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 小　計 | | 4 | 3 | 4 | 1 |
| 総合計（20 点中） | | 12　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | |
|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類<br>準公認 | 地域発信プロジェクト | |
| 設立年月日 | 2018 年 11 月 19 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 |
| Instagram | https://www.instagram.com/regionp_hue/ | | |
| Twitter | https://teitter.som/hue_chihatu | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 堀江　浩司 | リーダー名 | 横畠　佑馬 |
| メンバー数 | 34 人（2023 年 3 月 31 日現在） | 会計責任者 | 田中　千代、竹内　菜緒 |
| プロジェクトの企画背景 | 本学のホームタウンである旧祇園地区に、特産品やお土産といった地域の魅力を発信するための商品が明確に PR されていない点に着目し、祇園町商工会の協力を得て、地域の魅力発信や地域のシンボルとなるような商品について地元企業と意見交換をした。<br>そこで、私たちの学生のアイデアに対して協力していただける地元企業と連携し、地域の魅力発信につながるような商品を地域の方々と生み出したいという目標ができた。祇園・安佐南区をスタートとし地域の特産品を使った商品開発を通して旧祇園地区の活性化に貢献したいと思い、このプロジェクトを立ち上げた。 | | |
| プロジェクトの活動目的 | 旧祇園地区の特産品や、特産品を使用して作った本プロジェクトの商品といった、旧祇園地区において町のシンボルになるものを広報することで、地域の知名度向上および地域外からの消費を増加させる。 | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① 旧祇園地区の特産品について理解を深め広報することで、旧祇園地区に住んでいる人々に特産品の魅力を知ってもらい、特産品を消費してもらう。<br>② 広島県産応援登録制度に登録されている農産物の広報を旧祇園地区の一般消費者を対象に行う。また、旧祇園地区の一般消費者がどのような情報を求めているか、旧祇園地区の農産物をどのくらい知っているかなどの現状を定期的に把握する。<br>③ 旧祇園地区の一般消費者を対象に、イベントを通して旧祇園地区の特産品や、特産品を使用して作った本プロジェクトの商品の良さを知ってもらう。<br>④ まだ旧祇園地区で生産されながら知られていない素材や商品、また、これまでのプロジェクト活動で携わっている特産品等が実際に使用されているお店を SNS（インスタグラム、ツイッター）を使って発信することで、より多くの人に旧祇園地区の魅力を知ってもらい、地域の知名度向上および活性化に貢献する。 | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「旧祇園地区の特産品について理解を深め広報することで、旧祇園地区に住んでいる人々に特産品の魅力を知ってもらい、特産品を消費してもらう」 | 目標達成度<br>低い |

【成果】

旧祇園地区（長束・長束西・山本・山本新町・祇園・西原・東原）の特産品を使用したオリジナル商品を開発し、その商品を通して特産品の魅力を認知してもらうことを目的とした活動を行ってきた。これまで、宮本きくらげ農園の「川内きくらげ」を使用し、餃子の皮の製造・販売や冷凍餃子の販売等を行う井辻食産

株式会社と共同して「川内きくらげ餃子」を開発してきたほか、株式会社上万糧食製粉所が製造している稀少な青大豆のみを使用した「青きなこ」を使用し、洋菓子店シトロンと共同して「青きな粉バターケーキ」を開発してきた。

昨年、本プロジェクトが初めて商品化させた「川内きくらげ餃子」の認知度調査を行った結果、「川内きくらげ餃子を知らない」という回答が 8 割であった。そのため今年度は、商品の認知度向上を目指し、商品紹介と本プロジェクトの活動概要を記載したチラシの作成に取り組んだ。

また、より多くの地域の方々にオリジナル商品や地元の特産品の魅力を発信していくため、「青きな粉バターケーキ」を本学のカフェ運営プロジェクトが運営する HUE Café Time にて販売してもらった。

12 月には、本プロジェクトメンバーを対象として、祇園パセリや旧祇園地区に対する理解を深め、消費者や生産者のニーズを知るための勉強会を実施した。当日は、プロジェクトメンバー18 名が参加し、広島市農業協同振興会パセリ部会や祇園町商工会の方を講師としお呼びし、祇園パセリの歴史や特徴、生産者の方々の想いなどを聴いた後、消費拡大に向けてどのように広報していくかについて話し合った。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 今年度中にチラシを完成する予定だったが、特産品に関する情報や資料がなく、情報収集に時間がかかったため、年度中に完成させることができなかった。また、2 つのグループに分けて進めたが、一人ひとりの役割が不明確だった。 | 来年度は、1 年間の活動計画だけでなく 1 か月ごとの月間計画も立て、常に目標を掲げて取り組み、スケジュールや期限を意識する。また、進捗に応じて会議や活動日以外の時間にも積極的にメンバー同士が協力し合う。<br>また、新商品候補案を作成する際や企業と打ち合わせをする際は、調べたことやどのような商品を企画したか部署内でプレゼンを行い、全てのメンバーが同じ知識を持ち、試作や改善を重ねて企業との連携がスムーズに行えるようにする。 |

| 活動目標② | 目標達成度 |
|---|---|
| 「広島県産応援登録制度に登録されている農産物の広報を旧祇園地区の一般消費者を対象に行う。また、旧祇園地区の一般消費者がどのような情報を求めているか、旧祇園地区の農産物をどのくらい知っているか等の現状を定期的に把握する」 | 中程度 |

【成果】

広島県産応援登録制度の認知度向上及び登録されている特産品の消費を増加させることを目的とした活動を行った。これまでの広報活動としては、特産品に関するチラシを作成し、販売店や本プロジェクトと関わりのある飲食店などに設置させていただいてきた。

今年度は、昨年度より取り組んでいた広島県産応援登録制度に登録されている石本農場の卵（さくら【真卵】、もみじ【真卵】、リキエッグ）の広報チラシを 5 月末に完成させた。また、チラシには、広島県産応援登録制度や登録されている特産品のほか、本プロジェクトや特産品の認知度調査を行うアンケート QR コードも加えることで消費者ニーズや認知度の把握が行えるようにした。作成したチラシは、6 月に石本農場卵直売店「黄色い庭」に A5 用紙で 200 枚、フレスタ祇園店に A4 用紙で 200 枚、フレスタ東山本店に A4 用紙で 100 枚、西洋菓子処バイエルン祇園店に A5 用紙で 30 枚、とれたて元気市祇園店に A6 用紙で 30 枚、patisserie gNome に A5 用紙で 20 枚、全 6 ヵ所合計 580 枚のチラシを設置した。11 月に設置したチラシの配布状況を調べたところ、6 月～11 月の約半年間で、合計 110 枚を取っていただいた。

また、昨年度は 12 月に「川内きくらげ」のチラシを設置後、残数確認までは行うことができなかったため、今年度 11 月に確認したところ、設置した 715 枚のうち、131 枚を取っていただけていたことが確認で

きた。元気市広島店では残り 0 枚になっていたため、今年度 12 月に 100 枚を補充させていただいた。

その他の活動としては、広島県産応援登録商品である「空宙トマト」や「祇園パセリ」の広報チラシの作成に取り組んだ。現在は、取れたて元気市広島店とフレスタ祇園店に「祇園パセリ」のチラシを設置しており、その他の祇園パセリ取扱店に設置することも検討中である。

特産品の認知度に対する地域の現状を把握し、今後の活動に活かすため、年間 4 回のアンケート調査を実施した。（実施場所：フレスタ祇園店、フレスタ東山本店、イオン盆祭り、トモスフェス 2022、祇園・興動祭）その結果、イオン盆祭りとトモスフェス 2022 での特産品認知度調査では、アンケート回答者 399 名の内 240 名の方が「青きな粉を知っている」という回答であった。祇園・興動祭での調査結果としては、アンケート回答者 50 名中 10 名の方が青きな粉を使用した「青きな粉バターケーキを知っている」という回答であった。また、9 月に実施したフレスタ祇園店・東山本店でのアンケートで、本プロジェクトの認知度を調査したところ、回答者 56 名中 11 名が本プロジェクトの活動について認知していただけていた。その他の回答結果として、“参加してみたいイベント”において「年代問わず参加できるイベント」や「新しい商品を作った試食会」などの回答があり、地域のニーズも知ることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 6 月から作成に取り掛かっていた「空宙トマト」と「祇園パセリ」のチラシに関して、完成を急ぐあまり、チラシ構成が不十分な状態で生産者の方と打ち合わせを行ってしまった。結果として、チラシに必要な情報を打ち合わせ後も何度もメールで確認をしなければならなくなり、当初完成予定だった 11 月に間に合わなくなった。<br>また、広報部署のメンバー全員がチラシ作成に集中したことから、実施済みアンケートの事後調査やこれまで完成させたチラシの残数確認や補充など疎かになってしまった。<br>よって、打ち合わせまでのスケジュール調整や部署内での役割分担が課題である。 | チラシ作成に取り掛かる前にチラシのレイアウトや内容について十分に考え、ホームページに比べより深い内容の質問を考えなければいけない。また、メールで確認をする際にも先方の都合や時間帯を考え、早い段階から連絡を行うことが必要である。これまで作成したチラシや、アンケートの改善などを行うために、メンバー全員が新たなチラシ作成に取り掛かるのではなく、数人はチラシ補充や改善に取り組む活動を行わなければいけない。また、広島県産応援登録制度や特産品の認知度を向上させるためにより効果的な広報の手段を考え、行動する必要がある。 |

| 活動目標③「旧祇園地区の一般消費者を対象に、イベントを通して旧祇園地区の特産品や、特産品を使用して作った本プロジェクトの商品の良さを知ってもらう」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

地域のイベントにおいて、昨年度商品化した「青きな粉バターケーキ」の販売活動を通して、地元特産品の魅力を知ってもらうことを目的とした活動を行った。

昨年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で販売活動機会が制限され、1 年間で 20 個のみの販売だったが、今年度は年間 4 つのイベントにて、「青きな粉バターケーキ」の販売活動を行った。結果として、年間 140 個販売し、完売することができた。（8 月 13、14 日イオン盆祭りにて 30 個、8 月 27 日トモスフェス 2022 にて 30 個、11 月 13 日祇園・興動祭にて 20 個、12 月 3、4 日市商ピースデパートにて 60 個販売）

また、広島市立広島商業高等学校主催の市商ピースデパートにて「青きな粉バターケーキ」を購入していただいた方に満足度アンケート調査を行ったところ、13 名中 9 名から「満足している」という回答をいただいた。また、食後の感想では「甘すぎず美味しかった」「優しい甘さで好みの味だった」などの感想をいただいた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| アンケート調査において、実施場所によってアンケート項目を変更したことにより、本プロジェクトや特産品の認知度などに関する年間推移を確かめることができなかった。原因としては、本来のアンケート調査の目的をプロジェクト内で共有できていなかったためである。また、年間 4 つのイベントで青きな粉バターケーキを販売したが、使用されている特産品や本プロジェクトの説明、商品化の経緯などを販売時に説明しておらず、効果的な PR 活動が行えていなかった。販売することだけではなく、何のために販売しているかという意識を持った販売活動を行う必要がある。 | アンケートの方法や本来調査するべきことを改めてプロジェクト内で確認し、認知度の変化など 1 年間を通して調査すべき項目とアンケートごとに変更する項目を明確にする。<br>また、商品販売時には、本プロジェクトのインスタグラムのフォローを促したり、商品に使用されている特産品や商品のおすすめポイントを紹介しながら販売したりするなど、本プロジェクトや特産品の認知度向上・魅力発信を意識した販売を行う。 |

| 活動目標④「まだ旧祇園地区で生産されながら知られていない素材や商品、また、これまでのプロジェクト活動で携わっている特産品等が実際に使用されているお店を SNS（インスタグラム、ツイッター）を使って発信することで、より多くの人に旧祇園地区の魅力を知ってもらい、地域の知名度向上および活性化に貢献する」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

旧祇園地区の特産品に関する内容をインスタグラムに投稿することで、多くの方々に旧祇園地区に対して魅力を感じていただき、地域の知名度向上および活性化に貢献することを目的とした活動を行った。

今年度は、インスタグラム内で実施したアンケートより「旧祇園地区のおすすめの場所(店)を知りたい」という声が多くあったため、特産品が実際に使用されているお店にも目を向け、石本農場の卵を使用したミルフィーユを提供している patisserie gNome や祇園パセリを使用した広島ミラノカレーを提供しているラ・セッテ ミラノカレーの訪問・取材を行い、商品紹介やお店のこだわりなどを SNS にて発信した。

SNS の投稿目標を月 2 回、年度内に計 12 回としていたところ、計 16 回の投稿を行うことができた。投稿内容の内訳としては、旧祇園地区の特産品に関する投稿が 5 回、特産品を実際に使用されているお店に関する投稿が 2 回、本プロジェクトの活動に関する投稿が 9 回であった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| Instagram の投稿において、特産品に関する取材不足により、本プロジェクトの活動に関する投稿が主になってしまった。結果的に 600 人近くいたフォロワーが 568 人と減少した。投稿内容に変化をつけたり、投稿やアカウントに対するアクセスを分析できるインサイト機能を利用したりして、フォロワーが興味を持てるような投稿を行う必要がある。 | 活動内容などの一方的な情報発信ではなく、地域の方のニーズを調査し、調査結果を取り入れてニーズに沿った投稿を行うべきである。また、SNS マーケティングセミナーに参加するなど、インサイト分析に基づいた投稿に挑戦していくことも効果的であると考える。 |

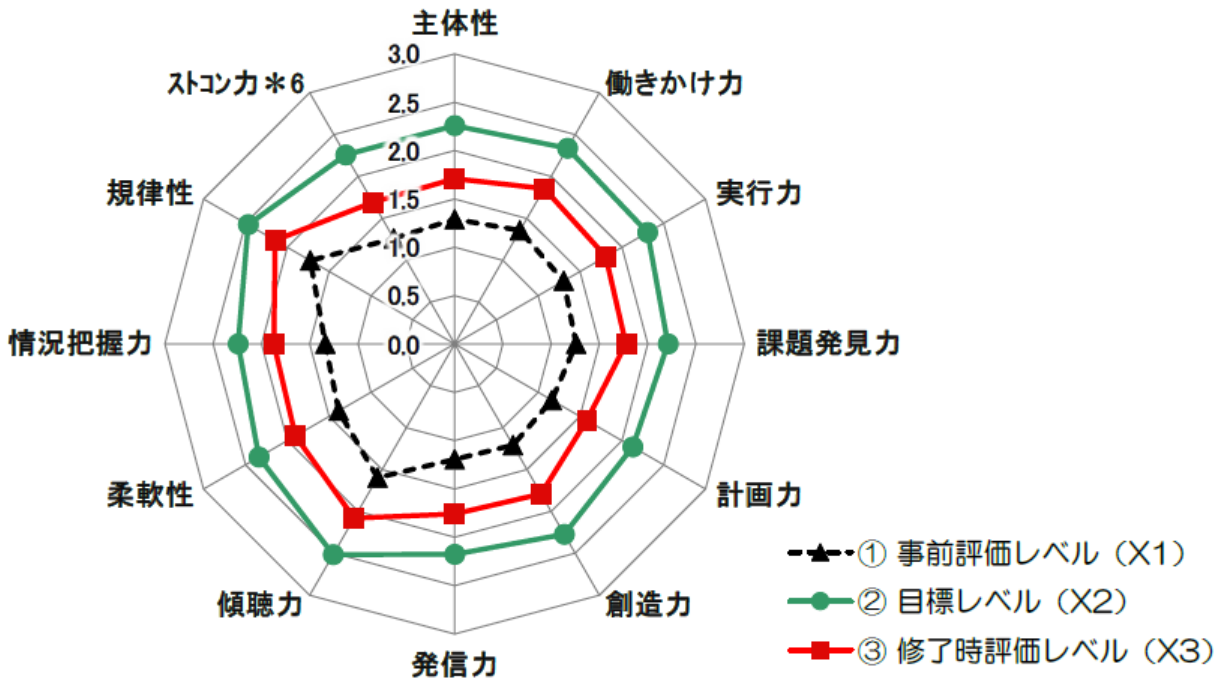
３．受賞・新聞記事掲載等

| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 2022 年 1 月 12 日 | 中國新聞 | 青きな粉でケーキ商品化 |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | 3 | 2 | (1) |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | 3 | 2 | (1) |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 小　計 | | 0 | 3 | 4 | 2 |
| 総合計（20 点中） | | 9　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

<table>
<tr><th colspan="5">１．プロジェクト概要</th></tr>
<tr><td rowspan="2">プロジェクト名</td><td>種類</td><td colspan="3" rowspan="2">災害を知り未来へつなごうプロジェクト</td></tr>
<tr><td>準公認</td></tr>
<tr><td>設立年月日</td><td>2012 年 2 月 8 日</td><td>活動期間</td><td colspan="2">2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日</td></tr>
<tr><td>Instagram</td><td colspan="4">https://www.instagram.com/saigai_mirai_hue/</td></tr>
<tr><td>ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名</td><td>新垣 繁秀・得津 康義・後藤 心平</td><td>リーダー名</td><td colspan="2">都　はるか</td></tr>
<tr><td>メンバー数</td><td>12 人（2023 年 3 月 31 日現在）</td><td>会計責任者</td><td colspan="2">都　はるか</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの<br>企画背景</td><td colspan="4">東日本大震災から 11 年が経過した。震災から年月が経つにつれ、人々の関心は薄れていっているのが現状である。そのような中で、私達は例年気仙沼市や石巻市、大船渡市などの被災地を訪ねていた。昨年度はコロナ禍ということもありオンラインでの取材となったが、その中で被災者の方や現地の人達の「地元の復興」への熱い思いを感じた。これまで私たちは忘れないでほしいという東北の人々の願いから東北の状況等を風化させないために、東北で多くの方から学んだことを広島で伝えてきた。<br>しかし、震災から 11 年という歳月が経つ今、震災の当事者ではない私たちはこれから何をすべきなのかという疑問が生じた。そこで現地の様々な世代の方にお話を聞き、震災前後の状況だけでなく、伝えることでどう変わってほしいかなど今後に向けた前向きな思いも聞くことで、これまでの伝える活動をより深いものにしていくとともに、震災の伝承が今後の世代も継続されるように活動していきたいと考えている。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの<br>活動目的</td><td colspan="4">震災を風化させないように、未来につなげることを目的とし、被災者の方々が抱いている想いや教訓を学び、広島の方々に伝えていく。いつ起こるか分からない災害においての備えや考え、知識を付けてもらい命の大切さを学んでもらう。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの<br>活動目標</td><td colspan="4">① 震災当時の状況と被災者の方々の想いを学ぶ。<br>② 過去にあった災害や被災地の状況を写真展を実施することで知ってもらい、防災意識を高めてもらう。<br>③ 被災地の声を直接聞くことで、命の大切さ・日常生活を送れるありがたさを感じてもらう。<br>④ 学生ネットワークに所属する学生団体と意見を交え、お互いの活動向上につなげる。<br>⑤ 取材などで学んだこと「日常のありがたみ」・「普段からの意識」などを分かりやすく伝え、考える機会を作る。<br>⑥ 学生団体として被災地の声を直接聞き、授業で活かし、協力関係を築く。<br>⑦ 企業・団体と連携を取り、ワークショップを開催し自分たちでできることを考える学びの場を作る。<br>⑧ 3.11 付近で、FM 仙台と広島 FM を繋ぎ、本プロジェクトの活動を発信するコーナーを設けていただき、災害についての意識を見直してもらう機会をつくる。</td></tr>
</table>

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「震災当時の状況と被災者の方々の想いを学ぶ」 | 目標達成度<br>中程度 |

【成果】

3 月 2 日（土）、本学明徳館 7 階プレゼンテーションコートにおいて、「東日本大震災講演会～今、私たちができることはなにか～」を開催し、学生や消防団関係者、防災活動に携わっている方など約 20 名が参加した。講師には、震災当時気仙沼市消防署指揮隊長として消火活動や人命救助活動に従事した方にお越しいただき、「いのちを守る」をテーマとして当時の様子を語っていただいた。

また、震災当時の状況と被災者の方々の想いを学び、災害発生時の対策を考えたり、現地の方との協力関係を築いたりするため、今年度は Microsoft Teams と Zoom を活用したオンライン取材を 2 回実施した。

10 月に実施した 1 回目のオンライン取材では、西日本豪雨災害後に川辺復興プロジェクト「あるく」を立ち上げた方から災害発生時の状況を教えていただいたり、子ども向けの便利な避難グッズについて教えていただいたりした。また、取材の中で、災害発生後につくられた情報交換用の LINE グループが 600 人を超える人数になったという話があり、「どのように 600 人を超える人数まで増えたのか」という質問に対しては「地域の小学校や中学校の PTA の方々が口コミで広めてくれたおかげ」とのことであった。

2 回目のオンライン取材では、西日本豪雨災害に遭われた方から当時の状況を教えていただいた。取材の中で、「（避難警報が出ていたにもかかわらず自分としては避難する意思はなかったが）近所の方と話し合ったことで避難することを決めた」という話があった。それに対して「どうして、近所の方と相談しようと思ったのか」という質問に対して「家にいたら大丈夫だろうという気持ちもあったが、不安な気持ちもあったから」などのお話があった。そのような取材を通して、普段から身近な人とコミュニケーションをとることの大切さや警報が出た際は個人の判断ではなく積極的に避難しておくことの重要性を学ぶことができた。

また、11 月には、明徳館に東日本大震災を経験された方をお呼びし、「要介護者の避難」というテーマで講演会を開催した。講演会には、一般参加者 30 人、本プロジェクトメンバー6 人の計 36 人が参加した。講演会では、実際の現場ではパニックになり、正常な判断ができないという話や普段から避難訓練を行っておくことの重要性について学ぶことができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 当初の予定では、オンライン取材においても東日本大震災を経験された方に取材を行う予定だったが、相手との電話やメールのやり取りにて日付と曜日の確認不足により、開催できなかった。 | オンライン取材に関わらず、外部の方との連絡をする際には、日付や曜日などは特に入念に確認を行い、お互いの認識ミスが起きないようにする。また、メールなどを送る際に複数のメンバーで確認し、メンバー全員でミスを防ぐ。<br>また、取材を行った方や講演者としてお話をしてくれた方とは、今後の活においても声をかけて繋がりを保ちながら、新しい取材者や講演者の方をインターネットや新聞を活用して探して新たなつながりを作っていく。 |

| 活動目標②「過去にあった災害や被災地の状況を写真展を実施することで知ってもらい、防災意識を高めてもらう」 | 目標達成度<br>中程度 |
|---|---|

【成果】

3 月 4 日、5 日に祇園公民館で開催された「第 24 回祇園公民館まつり」にて、本プロジェクトが 2011 年から 2021 年にかけて行った宮城県での現地活動で撮影した被災地の写真を展示させていただいた。祇園公民館まつり開催 3 か月前から事前説明会に参加させていただき、担当者の方と話し合いをしながら準備を進め、写真を見た来場者からは「現地の知らなかったことを知ることができた」などの感想があった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| アンケートについて来場者へ声掛けしておらず、アンケートを準備していたが回答をいただけなかった。<br>西日本豪雨災害についての写真展も計画していたが、写真を用意が遅れたことと写真展の会場を見つけられなかったため、実施できなかった。 | アンケートのご協力について来場者へ積極的に声掛けを行う。また、紙だけのアンケートだけでなく、QR を使ったアンケートにして、回答しやすい方法を取り入れる。<br>西日本豪雨災害についての写真は、インタビューの際に一緒にご提供いただいたり、防災団体に提供していただけるよう依頼したりする。 |

| 活動目標③「被災地の声を直接聞くことで、命の大切さ・日常生活を送れるありがたさを感じてもらう」 | 目標達成度<br>低い |
|---|---|

【成果】

今年度は、3 月 8 日（水）から 3 月 12 日（日）までの 5 日間、宮城県での現地活動を行った。

1 日目は、「せんだい 3.11 メモリアル交流館」を訪問し、震災被害や復旧・復興の状況などを伝える写真や説明文が展示される館内を見学した。特に、撮影者の「津波は黒い壁のようだった」という一文に衝撃を受けた。自分の命が危険にさらされている中でも、この光景を未来に伝えていくために撮影された写真だと思うと、その撮影してくださった方々の努力を無駄にしてはならないと感じた。東日本大震災について学び、広島の方々に伝えることによって、1 人でも多くの方が災害から身を守れるようになり、大切な人が亡くなって悲しむ人も減らすため、避難訓練や講演会を開き事前に災害について知ってもらうなどの活動をしていかなければならないと改めて感じた。

2 日目は、「震災遺構仙台市立荒浜小学校」を訪問した。ここは、訪れた人に防災・減災の意識を高めてもらうため、被災した仙台市立荒浜小学校の校舎を震災遺構として保存・整備した施設である。被災の痕跡を残す校舎や被災直後の写真から津波の恐ろしさを実感した。また、地震発生から避難、津波の襲来、そして救助されるまでの経過を写真や映像で見ることで、災害の備えについて学ぶことができた。

3 日目は、取材のため昨年の現地活動でも訪問させていただいた、佐藤氏と菅原氏と小松氏のお宅へ訪問した。佐藤氏からは、災害の教訓や震災当時気仙沼市危機管理課課長として前線で対応された経験についてハザードマップを用いながら教えていただいた。菅原氏からは、震災当時、津波火災で荒れる気仙沼大島から本土への中継役として活躍された体験談を聞かせていただいた。その際利用された「ひまわり号」という船を実際に見せていただいた。このお二方のお話は、当時の自身が置かれた状況や立場は違っても、人々の安全を第一に考え、自ら行動した点が共通していた。そして、気仙沼で漁師をされていた小松氏は、震災後に建築された防波堤によって津波の脅威は減少した反面、昔からの漁港の景観が失われたと嘆いていた。この方々の話を聞いて、災害はあたりまえの日常を一瞬にして奪い去るものだと再認識した。そして、有事の際には主体的に人々の手助けができるようになるためにも、知識を増やしていくことが大事だと感じた。

4 日目は、「東日本大震災遺構 伝承館」を訪問した。そこは、被災した旧宮城県気仙沼向洋高等学校の一

部校舎をほぼ震災当時のままで保存し、展示や映像上映などの施設とあわせて震災の記録を伝えていた。当日は、ボランティアの高校生に案内してもらいながら震災当時の状態で残されている高校の校舎を見学した。3 階の教室に流れ込んだ車や、4 階の壁に近くの冷凍倉庫がぶつかった後などを見て東日本大震災の規模の大きさを改めて感じさせられた。また、災害当時学校では部活動中だったにもかかわらず、ほぼ全員生存したという話には驚いた。ボランティアの高校生の「震災の被害を受けた建物、施設などは風化してしまうけど記憶は風化しない」という言葉を聞いて改めてプロジェクト活動を通して発信していくことの重要性を感じた。

最終日の 5 日目は、例年お世話になっている気仙沼市大島小学校の元校長である菊田氏と菊田氏の奥様に取材を行った。取材では、東日本大震災では親が子どもを学校へ迎えに行き、帰り道に津波に流されて亡くなってしまうケースが多くあったとのこと。「自分の命は自分で守る」聞きなれた言葉ではあったが、これは大切な人のことを信じ、いざという時、自分の命は自分で守れるように準備しておくことだと思った。そのために、家族とは常日頃から避難場所、避難経路等を話し合い、災害を意識して生活する必要があると感じた。また、一部の小学校では裏山があるにもかかわらず、判断が遅れたため多くの方が山に登らず津波によって亡くなってしまったケースもあったとのことだった。同じ被害を出さないためにも、このでき事を私たちが発信し、状況に応じた防災知識を学ぶ場をつくっていく必要がある。

今回の現地活動にはテレビ新広島の方が取材のため同行しており、本プロジェクトの東日本大震災の記憶を風化させないための現地活動の様子が、テレビ新広島のニュース番組「TSS ライク！」で放送された。それにより、プロジェクト発足の経緯からこれまでの活動の歴史や、今回の現地活動で聴かせていただいた被災者の生の声をテレビを通して広く伝えられることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 現地活動後に活動報告会などが行うことができなかったため、直近の被災者の声を広島で地域の方に伝えることができなかった。<br>現地での取材に関しては、例年と同じ語り部の方にしか取材していなかったため、新しい人脈が作れていない。また、語り部の方の経歴などを事前学習していなかったため、深い質問ができなかった。 | 現地活動後に活動報告会や現地で聴いた声や学びを伝える講演会を実施する。<br>新聞やインターネットを活用し、新しい取材相手である語り部の方を探す。 |

| 活動目標④「学生ネットワークに所属する学生団体と意見を交え、お互いの活動向上につなげる」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

防災をテーマとした活動を行っている学生団体や他大学とお互いの活動内容を報告したり、新たなネットワークを構築したりするための活動に取り組んだ。

まず、防災に取り組んでいる学生団体や防災支援活動を行っている全国の学生団体とのオンライン交流会を企画した。過去の活動でつながりのできた中央大学や九州国際大学など計 16 大学に 2 か月前に開催案内を送り、1 大学から参加申し込みがあった。しかし、複数大学間での情報共有やディスカッションを通して、さまざまな取り組みを学び合うことを開催目的としていたため、今年度は開催を見送った。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 参加募集をかけた後、こちらからのアプローチをしていなかった。結果として、参加希望が 1 大学しかなく、実施に至らなかった。 | 参加募集を受け身で待つのではなく、対象校に積極的に連絡する。また、自分たちのイベントや他大学のオンラインイベントの参加で交流会をする前に交流し、関係性を上げて事前に話をつけておく。 |

| 活動目標⑤「取材などで学んだこと「日常のありがたみ」・「普段からの意識」などを分かりやすく伝え、考える機会を作る」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

これまでの取材活動を通して得られた知識から、11 月に開催された祇園・興動祭にて小学生でもわかるような祇園地区のハザードマップを作成した。

ハザードマップには、祇園地区の避難場所や公衆電話などの場所のほか、公衆電話の使い方や子ども目線の避難グッズ、災害発生時の自動販売機のシステムなど防災に関する情報を載せ、小学低学年で習う漢字を主に使ったり、イラストを多めに入れたりすることで子どもにも分かりやすいように工夫した。

また、作成したハザードマップは、祇園・興動祭で配布するとともにデータとしても保存することで、来年度にも使えるようにした。

また、祇園地区のハザードマップの作成を通して、どこが避難場所として指定されているのかなどプロジェクトメンバー自身も知らなかった新たな知識を得ることができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| ハザードマップを配布していただけだったので、実際に子どもたちに伝わっているかわからない。作成物の成果がわかるアンケートなどの取り組みをする必要がある。 | アンケートを実施して目に見える評価にする。内容としては対象年齢に対して分かりやすくできていたか、また、パンフレットにアンケート用の QR コードを付けて持ち帰ってもアンケートの回答してもらえるようにする。 |

| 活動目標⑥「学生団体として被災地の声を直接聞き、授業で活かし、協力関係を築く」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 低い |

【成果】

東日本大震災や西日本豪雨災害で起きたことを子どもたちに伝え、命の大切さや日常生活から取り組める行動を学んでもらう場として、小学生を対象にした特別授業の開催を計画した。

特別授業は、小学校の夏休み期間である 8 月に開催する計画を立てた。授業内容は、前半に広島県労働協会の方による防災講座を行い、後半には防災かるたを行うこととした。開催に向けて、事前に近隣の小学校を訪問して内容説明を行い、開催できる方向で進んでいたが、新型コロナウイルス感染症が再流行し始めたため、開催予定 1 か月前である 7 月に小学校側からの断りがあり未実施となった。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 授業内容に関する準備は進められていたが、保護者対応や授業中に予測されるトラブルなどを想定した準備ができていなかった。 | 小学校と打ち合わせをする際に、保護者対応についての確認も行う。また、小学校で行われている通常の授業中の事例をもとに、起こりうるトラブルや対処法を事前に確認しておく。 |

| 活動目標⑦「企業・団体と連携を取り、ワークショップを開催し、自分たちでできることを考える学びの場を作る」 | 目標達成度<br>高い |
|---|---|

【成果】

11 月に、河北新報社と中國新聞社共催の防災・減災ワークショップ「むすび塾」の運営に本プロジェクトが協力した。当日は、昨年山本 6 丁目で発生した土砂災害を教訓として地域住民の防災意識を高めるため、ミニ避難訓練と防災会議を実施した。前半の避難訓練では、車いすに乗る要介護者をどのように避難させるのかなど考えながら行うと同時に、車いすの取り扱いに関する注意点などを学ぶことができた。後半の防災会議では、前半の避難訓練の反省と山本地区の今後の防災についての話し合いに参加した。その際、避難訓練の反省点が 2 つあげられた。1 つ目は、少人数で行ったため、大人数の場合の避難を想定できていなかったこと。2 つ目は、避難経路が避難場所まで最短ルートを前提としており、洪水や通行止めの場合などを想定されていなかったことがあげられた。今回の防災・減災ワークショップを通して、障がいがある方の避難および避難支援は知識と技術が必要であることや避難訓練を行う場合はあらゆる場面を想定して行う必要性を学ぶことができた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 協力という形での実施であったため、今回の学びをもとに、主催イベントとしてのワークショップの開催に向けた取り組みをしていく。 | 主催で行う場合は、より多くの方に参加していただくため、地域集会など、他のイベントと合わせて避難訓練を行う。また、道路の端を避難したり、がけ崩れを想定した迂回ルートを通ったりするような内容にする。 |

| 活動目標⑧「3.11 付近で、FM 仙台と広島 FM を繋ぎ、本プロジェクトの活動を発信するコーナーを設けていただき、災害についての意識を見直してもらう機会をつくる」 | 目標達成度<br>高い |
|---|---|

【成果】

3 月 8 日（水）から 3 月 12 日（日）までの宮城県での現地活動 2 日目に、NHK 仙台局で全国放送のラジオに出演した。本プロジェクトのコーディネーターである後藤心平先生に仲介していただき、実現することができた。放送では①プロジェクト発足の経緯や活動内容②初めて被災地に訪れて思ったこと③東日本大震災発生時私たちは何を思ってどのような行動をしていたのか④今までの活動から学んだこと⑤西日本豪雨から得た教訓⑥被災者からお話を聞くことによって防災意識の変化⑦これからの目標、以上 7 つの話題について話した。活動内容の話をした際、これまで開催してきた講演会ではどのようなことを学んだのか尋ねられ、「非常食は緊急時だけに食べるわけではない」ということについて話した際、非常食の在り方についてパーソナリティーの方と共感することができ、非常食の重要性を全国向けて発信することができた。また、東日本大震災と西日本豪雨の自然災害から備えの必要性についても発信した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| プロジェクト発足の経緯を全メンバーが理解していなかったため、詳しく話すことができなかった。今回に限らず、どんな場面でもプロジェクトメンバーとしてプロジェクトの歴史について語れるようになっておく必要がある。<br>また、主催者との連絡をメンバーではなく、コーディネーターに任せっきりになっていた。 | プロジェクトが発足した経緯や活動目的・目標をメンバー全員が理解する。各自の学習だけではなく、状況に応じて勉強会の開催も検討する。<br>コーディネーターとの情報共有をメンバーから積極的に行う。 |

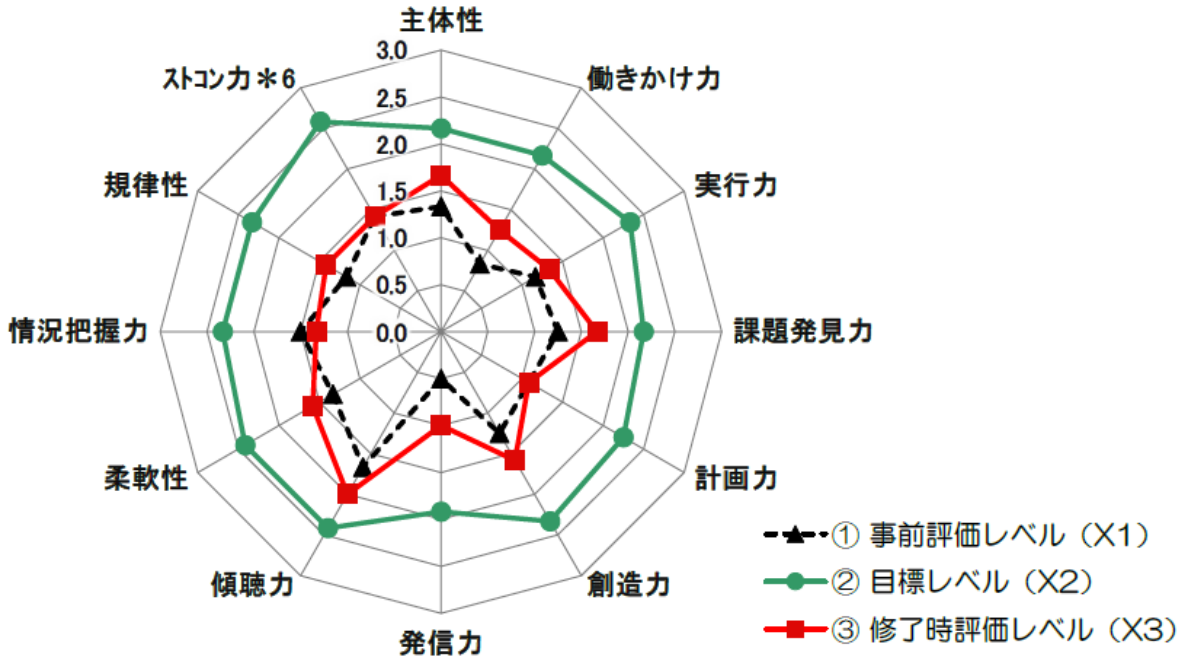
| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 2022 年 11 月 6 日 | 河北新報社 | ミニ避難訓練から要配慮者の対応考える |
| 2022 年 11 月 11 日 | 河北新報社 | 日常のつながり備えに |
| 2022 年 12 月 14 日 | 中國新聞社 | 要支援者の避難は共助が鍵 |
| 2023 年 2 月 26 日 | 中國新聞 | まず守るべきは自分の命 |

４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | (4) | 3 | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 小　計 | | 8 | 6 | 2 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 16　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

<table>
<tr><th colspan="5">１．プロジェクト概要</th></tr>
<tr><td rowspan="2">プロジェクト名</td><td>種類</td><td colspan="3" rowspan="2">祇園から食品ロスなくそうプロジェクト</td></tr>
<tr><td>準公認</td></tr>
<tr><td>設立年月日</td><td>2021 年 10 月 1 日</td><td>活動期間</td><td colspan="2">2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日</td></tr>
<tr><td>Instagram</td><td colspan="4">https://www.instagram.com/shoku_rosu_hue/</td></tr>
<tr><td>ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名</td><td colspan="2">青谷　章弘</td><td>リーダー名</td><td>繁浪　駿汰</td></tr>
<tr><td>メンバー数</td><td colspan="2">23 人（2023 年 3 月 31 日現在）</td><td>会計責任者</td><td>中原　悠雅</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの企画背景</td><td colspan="4">近頃、SDGs という言葉をよく耳にするようになったが、私たちは SDGs というものがどのような目的で作られたものなのか知らない。そこで実際に活動を通して学び、そして、地域に SDGs の活動を知ってもらい、取り組みを広げたいと考えた。その中でも今年は食品ロスについて焦点を当てて活動して行きたいと考えている。農林水産省が発表したデータ※によると、日本国内の食品ロスは年間 600 万トン（事業系 324 万トン、家庭系 276 万トン（平成 30 年度））にものぼり、日本人の 1 人当たりの年間食品廃棄物量は世界で第 6 位、アジアではワースト 1 位となっている。食品ロスは、家庭での廃棄や、小売店での売れ残り、外食先での食べ残しなどから発生する。余った食べ物は、可燃ごみとして処分される過程で、二酸化炭素を排出するほか、焼却後の灰の埋め立ても環境負荷につながる。平成 30 年度のデータ※によると、年間 2 兆 910 億円（国民 1 人あたり 16,400/年）の処理費用もかかっている。また、食品を輸入に頼る我が国（接種カロリーから見た食料自給率 37%（平成 30 年度））が食品ロスを減らし、必要以上の輸入を減らすことで、飢餓に苦しむ国に食料が行き渡るようにしていかなければならない。<br>SDGs（持続可能な開発目標）「12.つくる責任、つかう責任」にも、「12.3　2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の 1 人当たりの食料の廃業を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる」という具体的なターゲットがあり、国連や各国政府が、この問題に対して、我々学生も、身近なところから何か行動を起こす必要があると考えた。<br>※参考 HP：食品労及びリサイクルをめぐる情勢＜令和 3 年 5 月時点版＞（農林水産省食料産業局）</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目的</td><td colspan="4">祇園地域の方々に食品ロスの現状を知ってもらい、行動に移してもらえるように意識改革を目指し、祇園の街をモデルにする。そして、将来的に祇園から食品ロス削減の取り組みを全国各地に広げていく。</td></tr>
<tr><td>プロジェクトの活動目標</td><td colspan="4">① 食品ロス削減につながるイベントを開催する。<br>② 祇園地域の方々に食品ロスを削減する方法について知ってもらう。<br>③ SNS・チラシなどの広報活動や企画したイベントを通して本プロジェクト活動を知ってもらう。<br>④ 勉強会で身に付けた知識を新しいプロジェクトメンバーに伝える。</td></tr>
</table>

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「食品ロス削減につながるイベントを開催する」 | 目標達成度<br>高い |

【成果】

祇園地域の方々に食品ロスについて興味・関心を持ってもらい、食品ロス削減につなげるイベントとして、10 月 16 日にフレスタ祇園店にて「食品ロス啓発活動」を実施した。イベント当日は、9 名のプロジェクトメンバーで運営し、買い物に訪れた 63 名の方々に対して、食品ロスに関するクイズ、アンケートを行った。回答してくださった方には、フレスタ祇園店からご提供いただいた賞味期限が近づいた商品を無料でお渡しした。アンケートでは、「今回のイベントを通して食品ロスに向けての活動意識に変化がありましたか」という質問に対しては、約 9 割の方から肯定的な回答をいただいた。食品ロスに対する意識を高める場を提供するとともに、賞味期限切れで廃棄される商品の削減に寄与することができたと考える。

2 月 18 日には、イオンモール広島祇園にて「食品ロス削減啓発パネル展」を開催した。当日は、食品ロスに関するクイズコーナーやパネルを設置し、親子連れの方を中心に約 100 名の方々に参加していただいた。イベント後に行ったアンケートでは、約 6 割の方から、本イベントを通して食品ロスに興味を持ったという回答をいただいた。

3 月 25 日には、祇園西公民館にて小学生を対象に食品ロスに関する「ワークショップ」を行った。当日は、小学生 17 名と保護者 6 名に参加していただき、脱出ゲームやすごろく、かるた、〇×サッカーなどのゲームを実施し、食品ロスについて学ぶ場を提供した。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 本番と同じ環境でリハーサルを十分に行っていなかったため、当日に運営メンバーの配置やパネルの位置など修正する場面が多かった。よって、本番の環境と近いリハーサルを行う必要があると考える。 | イベントに必要な作成物は 2 か月前から取り掛かり、リハーサルは前日だけでなく最低でも事前に 2 回行う。また、リハーサルの際にはイベント参加者側の目線で行うことを意識し、当日に起こりうる問題を本番当日までに修正をすることを心掛ける。 |

| 活動目標②「祇園地域の方々に食品ロスを削減する方法について知ってもらう」 | 目標達成度<br>低い |
|---|---|

【成果】

参加者に食品ロスを削減する方法について知ってもらい、食品ロス削減につながる知識を身につけてもらうためには適切な教材が必要であると考える。そこで、フレスタ祇園店で実施した「食品ロス啓発活動」では、家庭でできる食品ロスの取り組みなどを載せたパネルを設置し、そのパネルをヒントに食品ロス削減をテーマとするクイズやゲームを解いてもらう企画を実施した。参加者アンケートでは、回答者 63 名のうち、約 9 割の参加者の方から「これからも食品ロス削減に取り組んでいきたい」という前向きな声をいただき、食品ロスの削減活動に知ってもらうだけでなく、関心を持ってもらうことができたと感じる。さらに、アンケートに回答していただいている際、来場者の方から野菜が長持ちする保存方法を教えてもらったり、今後開催してほしいイベントなどについての意見交換を行ったりしたことで、今後の新たなイベント企画につながる知識や来場者のニーズを得ることができた。

イオンモール広島祇園での「食品ロス削減啓発パネル展」や祇園西公民館での「ワークショップ」においても、食品ロス削減をテーマとするクイズやゲームなど、参加者が楽しみながら学んでもらうことのできる教材を活用することができたことには、アンケート結果からも一定の成果があったと考える。

また、広島市からの依頼で、食材を無駄なく使用するエコクッキングレシピ動画を広島文教大学と共同で

制作した。広島文教大学がレシピの作成・調理を担当し、本プロジェクトが調理風景の撮影と編集を担当した。制作した動画は、現在広島市の公式 YouTube チャンネルで公開されており、150 回以上再生されている（4 月末時点）。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 対象者の年齢層を把握していなかったことにより、参加者目線に立った掲示物の作成や配置などができていなかったことで、高齢者の方からパネルの「（文字が小さく）見えにくい」という指摘があった。また、クイズに関しては、回答後は答えの提示以外に正答率が低い参加者への対応を考えていなかった。<br>参加者目線に立った準備や工夫を行うことが課題である。 | パネルの文字を読みやすくするために情報量が多くなりすぎないようにする。また、イベントごとに目的とする対象者を設定し、参加者目線で準備する。<br>クイズに関しては、もし間違っても知識が深まるような工夫として、答え合わせとともに問題の解説を行う。 |

| 活動目標③「SNS. チラシなどの広報活動や企画したイベントを通して本プロジェクト活動を知ってもらう」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

本プロジェクト活動を広く知ってもらうことで他大学や食品廃棄事業団体、近隣の飲食店などとのつながりを増やしてプロジェクト活動の幅を広げるとともに、主催イベントへ多くの方に参加してもらうことを目指し、Instagram を通した情報発信を行った。

Instagram では、本プロジェクトの会議の様子やイベント告知のほか、世界の食品ロスの現状や食品ロスを出さないようにするための工夫などを投稿し、年間でフォロワー数を約 110 人まで増やすことができた。

10 月のフレスタ祇園店での食品ロス啓発イベントでは、本プロジェクトの活動を知ってもらうきっかけとするため、イベント告知のチラシにイベント概要だけではなく、本プロジェクトの活動内容を記載した。また、本イベントについて 11 月 18 日付の中國新聞に掲載されたほか、11 月 14 日放送の NHK「お好みワイド」では、イベントの様子や本プロジェクトの活動を紹介していただいた。それにより、新聞や放送を見た多くの方に本プロジェクトの活動について知ってもらうことができたと考える。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| Instagram において、SNS の投稿担当者が明確になっていなかったため、イベントに関する投稿以外は、2、3 か月に 1 回の投稿になっていた。<br>イベントにおいては、開催場所がスーパーだったこともあり、参加者の多くが 40～60 代の女性であった。<br>今後は、さらに広い世代の方々にプロジェクトの存在を発信する機会を増やしていく必要がある。 | Instagram においては、担当者を決める。<br>イベントにおいては、大型商業施設など、老若男女が集まりやすい場所でイベントを行うことで、さらに広い世代の方々に本プロジェクトの活動を周知していく。 |

| 活動目標④「勉強会で身に付けた知識を新しいプロジェクトメンバーに伝える」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

イベント参加者に正しい知識を伝えるため、プロジェクトメンバー全員が食品ロスに関する知識を正しく理解する必要がある。そのため、今年度新たに参加したメンバー4 人を対象として、既存のメンバーがこれまで学んだ知識をもとに勉強会を実施した。勉強会では、食品ロスについての現状、課題、解決策の 3 つに分けてパワーポイントでまとめた資料を用いて説明を行った。また、当日会場に来られなかった新メンバーに対しては、Microsoft Teams の画面共有機能を利用して、会場で投影しているものと同じパワーポイン

トを見てもらいながらオンラインで勉強会に参加してもらった。参加したメンバーからは、「食品ロスは身近な問題ではあるけど、想像以上に廃棄量が多く、環境問題や世界中の人々にも影響を与えていると感じた」という感想があった。伝える立場の既存メンバーは、「伝えるためには自分もしっかりと理解をする必要があったので、知識がより身についた」という意見があった。

このことから、勉強会で身につけた知識を新しいプロジェクトメンバーに伝えることができたとともに既存のメンバーも食品ロスについての知識を定着させることができたと考える。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| 対象者の状況を把握し、効果的な開催時期の計画を十分に練っていなかったことで帰省時期に勉強会を開催してしまい、本来対象とすべき新メンバーが全員揃わなかった。また、欠席者への対応策として Teams によるオンラインを用いたが、教える立場のメンバーが Teams の扱いに慣れていなかったため、進行に時間がかかった。さらに、短時間で勉強会を行ったため具体的な内容を伝えきれていなかった。 | 今回の勉強会では、教える立場のメンバーがしっかりと復習したことで、より深く学ぶことができたという声があったため、今後の勉強会では、教わる側の新メンバーが自分で調べたり、新メンバー同士で議論したりする内容を取り入れる。また、1 日分のプロジェクト会議時間を勉強会に充てるなど、しっかり時間をとって実施する。 |

３．受賞・新聞記事掲載等

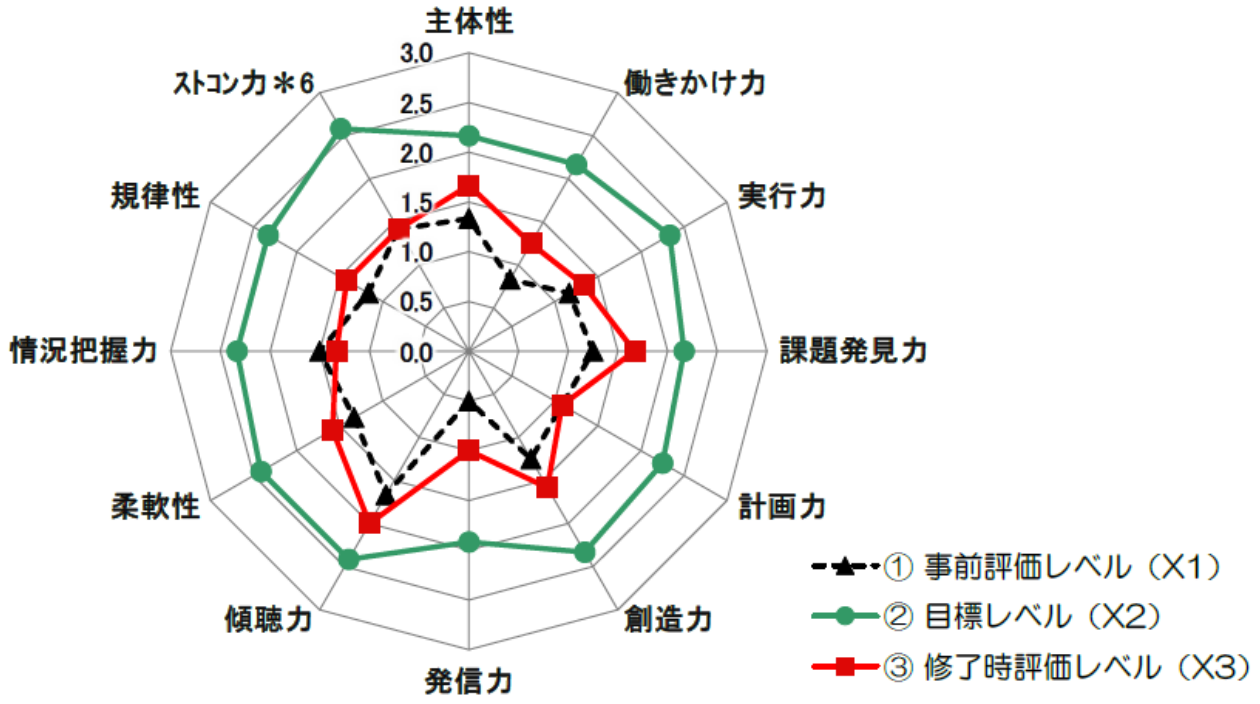
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
|---|---|---|
| 2022 年 11 月 14 日 | NHK「お好みワイドひろしま」 | 広島市各地から 3 日間生放送！ |
| 2022 年 11 月 18 日 | 中國新聞 | 食品ロス問題、関心を持って<br>スーパー店舗で |

４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る）

| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | 3 | (2) | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | (3) | 2 | 1 |
| 小　計 | | 0 | 9 | 4 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 13　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記

| １．プロジェクト概要 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| プロジェクト名 | 種類 | スポーツを通じた共生社会実現プロジェクト | | |
| | 準公認 | | | |
| 設立年月日 | 2022 年 6 月 1 日 | 活動期間 | 2022 年 6 月 1 日～2023 年 3 月 31 日 | |
| Instagram | supo_kyou_hue | | | |
| ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ名 | 松本　耕二 | リーダー名 | 光井　真歩 | |
| メンバー数 | 21 人(2023 年 3 月 31 日現在) | 会計責任者 | 上野　綾華 | |
| プロジェクトの企画背景 | わが国では平成 28 年 4 月から「障害者差別解消法」が施行されている。しかし、この法律を知らない人は 7 割以上と多い。これは身近に障がいのある人がなく関わる機会が少ないことが要因のひとつだと考える。そこで私たちはそのような一般の人たちと障がい者の関わる機会を創りたいと思った。またスポーツは一緒にプレーすることで自然とコミュニケーションを図ることができ、お互いを尊重し、理解したりすることが可能となる。このような特性をもつスポーツを通して障がいのある人と関わることで意識を変えることができるのではないかと考えプロジェクトを立ち上げた。<br>平成 29 年に行われた「障害者スポーツに関する世論調査」では、障害者スポーツに関心があると答えた人は 6 割程度であった。このことは障害者スポーツへの関心は未だ低く、障がい者の差別についての関心は未だに低いことも明らかとなっている。このようなことから、私たちのプロジェクトでは、スポーツを通じて、障がい者と関わり障害への理解を深めることで、地域で差別なくともに平等に生きることができる社会の実現に繋げることへの試みを企画したいと考えた。 | | | |
| プロジェクトの活動目的 | 障がい者のスポーツを通して、障がい者についての理解を深めることで、誰もが能力を発揮し、活躍できる「共生社会」実現への意識を高める。 | | | |
| プロジェクトの活動目標 | ① 障がい者や障害者スポーツを身近に感じてもらえる、交流できる、主催スポーツイベントを開催する。<br>② 主催イベントを通して、障がい者・障害者スポーツ、またスペシャルオリンピックスへの興味・関心を持ってもらう。そして、スペシャルオリンピックスの活動（イベント）に携わるボランティアに繋げる。<br>③ スペシャルオリンピックスの運営に関わることで、障害への学びや理解を深める。<br>④ 若い世代（学生）に、障がい者のスポーツへの興味を持ってもらい、継続したイベント・ボランティア参加に繋げる。 | | | |

| ２．活動実績 | |
|---|---|
| 活動目標①「障がい者や障がい者スポーツを身近に感じてもらえる、交流できる、主催イベントを開催する」 | 目標達成度<br>高い |

【成果】

障がい者スポーツを体験し、障がい者や障害者スポーツを身近に感じてもらうということを目的として、2022 年 10 月 9 日に身体障がい者スポーツ体験イベント「一緒に障がい者スポーツを体験しよう」を広島経済大学フットボールパークにて本学学生を対象に開催した。

当日は、広島県の障がい者のサッカーチーム「アフィーレ広島」の選手 6 名に来場いただき、本プロジェ

クトメンバーを含め本学学生 10 名が参加した。当日は、下肢または上肢に切断障がいを持った選手により行われる「アンプティサッカー」について、アフィーレ広島の選手から直接指導していただきながら実際にプレーを体験した。その際に、技術指導やルール説明のほか、アンプティサッカーの歴史についてもお話しいただいたことで競技についての理解がさらに深まった。

このアンプティサッカーはハードな動きが多く障がいレベルのクラス分けがなかったりとプレーは難しいが、選手交代などの回数制限がなかったり男女ミックスで出場できたりすることができるなど幅広い人が楽しめるようにルールが工夫されていることを学んだ。参加した学生からは、「障がい者という肩書きだけで無意識に近寄りがたいという認識があったが、一緒にプレーをすることでとても身近に感じることができた。」「障がい者は体が不自由というイメージがあったが、選手の方々は体力も技術も優れたアスリートだった。」などの声があった。

今回のイベントを通して、参加者に障がい者の方々への理解を深め、障がい者スポーツを身近に感じてもらうための交流の場を作ることができた。今後は、より多くの方々に障がい者スポーツを身近に感じてもらうためにも、このような機会を増やしていきたい。

| 【課題】 | 【改善策】 |
|---|---|
| プロジェクト発足後、初めてのイベント準備に手惑い、チラシ作成が遅れたことで、広報や十分な勧誘活動ができなかった。結果としてプロジェクトメンバー以外の本学学生 12 名参加という目標を達成できなかった。これには事前に計画した 7 月下旬開催予定日は猛暑による熱中症の懸念があり、急遽 10 月の上旬へ変更したことも挙げられる。イベント開催当日は、参加者や選手も楽しく活動してくれたことで盛り上がったが、時間が足りず予定した活動すべてを実施することができなかった。以上のことから、開催時期と当日のスケジュールの見直しが課題となる。 | チラシを作成する場合は遅くても 3 か月前から取り掛かり、最低でもイベント 1 か月前からイベント参加者を募る。イベント企画段階では、天候や気温に問題がある時期(6 月、8 月、9 月など)は避ける。また、不測の事態によりイベントができない場合を想定して予備日を取り入れる必要がある。そして、イベント当日は、時間にゆとりを持ったタイムスケジュールを計画し、終了時間を厳守する。 |

| 活動目標②「主催イベントを通して、障がい者・障がい者スポーツ、またスペシャルオリンピックスへの興味・関心を持ってもらう。そして、スペシャルオリンピックスに携わる学生ボランティアの参加に繋げる。」 | 目標達成度 |
|---|---|
| | 中程度 |

【成果】

主催イベント「一緒に障がい者スポーツをしよう」でのアンプティーサッカーの体験を通して、障がい者や障がい者スポーツに興味を持ってもらい、2022 年 11 月 4 日(金)～6 日(日)に広島県で開催する「2022 年第 8 回スペシャルオリンピックス日本夏季ナショナルゲーム・広島」に携わる学生ボランティアを増やすことを目指した活動を行った。

選手と直接関わり一緒に楽しんでもらうということを意識しイベントを行ったため、イベントに参加した学生からは、「楽しくアンプティサッカーを知ることができた」「様々な障がい者スポーツを体験してみたい」などの声があり、興味・関心を持ってもらうことに繋がったのではないかと考える。

また、イベント終了後には、参加者に対して 11 月に広島で開催されるスペシャルオリンピックス日本夏季ナショナルゲームについての説明を行った。本来であれば、本イベントは 8 月に開催し、ボランティア募集も行う予定だったが、熱中症の危険性を考慮し、開催時期をずらしたことでボランティア募集期間中の実施はできなかった。しかし、イベントを通して、スペシャルオリンピックスについて知らなかった人にも、開催周知を行うことができたことは本イベントの成果であると感じる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| スペシャルオリンピックス開催周知はしたものの、ボランティア募集が主催イベントまでに終了していたため、ボランティアの直接的な呼びかけができなかった。 | スペシャルオリンピックスでは、1 週間に 1 度、2 時間ほど、コーチと共にスポーツを楽しみ、一定の期間（約 2 か月）のトレーニングの後、その成果を競技会、大会で発表している。<br>スペシャルオリンピックスの事務局の方から、「コーチボランティアが足りていない」というお話を聞き、私たちがボランティアとして参加したり、参加に繋げるために宣伝したりなどの、活動を行う必要があると感じた。具体的に、まずスペシャルオリンピックスの存在を知ってもらう必要があるため、スペシャルオリンピックスについての勉強会を開いたり、プロジェクトの Instagram で紹介したり、スペシャルオリンピックスの認知度を高める。また、ボランティア参加に繋げるために、日頃から Instagram で情報発信をし、主催イベント開催時にはスペシャルオリンピックスの宣伝、ボランティア参加の呼びかけなどを積極的に行う。 |

| 活動目標③「スペシャルオリンピックスの運営に関わることで、障がいへの学びや理解を深める」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 中程度 |

【成果】

本学の石田記念体育館とスポーツセンター（多目的グランド）が会場として行われた「2022 年第 8 回スペシャルオリンピック日本夏季ナショナルゲーム・広島」のバドミントン競技、フライングディスク競技にボランティアとして携わることで障がい者に対する学びや理解を深めた。本学学生 85 名（プロジェクトメンバー21 名、一般学生 64 名）がボランティアスタッフとして参加した。

ボランティアの内容としては、総合案内係、選手やチームスタッフから会場に関する質問への対応担当である SID（スポーツインフォメーションデスク）、アスリート（障害のある選手）の誘導（お弁当やドリンクの受け渡し・身の回りの世話）の担当である DAL（デリケーション・アシスタント・リエゾン）のほか各県の選手団につきスタッフのサポートや試合移動の連絡などの業務を行った。

当日は選手やその関係者を含め約 100 名の方々が本学会場を訪れたが、ボランティアや大会スタッフとしての経験がない方が多かったこともあり、始めは連絡事項や確認事項の共有がうまくできず、スムーズに案内をすることができなかったが、無線インカムを持ったジョブリーダーや大会会場責任者である教職員が中心となって連携を図り、各係が行っている仕事状況を試合のタイムテーブルと照らし合わせることで、徐々にスムーズな運営をすることができるようになった。無事に 2 日間のイベントを終えることができた。

ボランティアとして参加していた一般学生からは、「障がい者スポーツ、障がい者に対しての考えが変わった」「アスリートのプレーを見ていて面白かったので次は自分が障がい者スポーツを体験してみたい」という声を聞くことができた。また、ボランティアに参加した学生の中には、選手やコーチ、スタッフの方と親しくなり、写真撮影やお土産をいただいたメンバーもいた。そのメンバーは「自分から壁を作らず、積極的に話しかけることが大切だと感じた。」と話していた。

スペシャルオリンピックスの運営に携わったことで、障がい者についての関わり方を実践的に学ぶことができ、積極的にコミュニケーションをとることが大切であるということを再認識できた。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| ボランティア参加者に対しての指示が少なく、各役職で仕事量の差もあり、何をして良いかわからない人が多かった。<br>今後同じような機会があれば、大会スケジュール冊子や役職ごとのマニュアルを作成し、ボランティア参加者全員もしくはジョブリーダーが事前に把握しておく必要があると感じた。またプロジェクトメンバーの多くが、ボランティアや大会運営の経験がなかったため、プロジェクトとして、その他の学生ボランティアを引っ張っていくことができなかった。 | プロジェクトとして参加する場合は、スペシャルオリンピックス広島など運営団体や関係団体と連携を取り、プレイベントに参加し、イベントでの役割や動きをシミュレーションし、周知徹底することで問題点や改善点を事前に予想することが可能となる。また、他団体主催のイベントに参加する場合も、必要に応じてプロジェクト独自で、スペシャルオリンピックスの魅力を発信できるような冊子の作成やボランティア募集の呼びかけなどの取り組みを行う。 |

| 活動目標④「若い世代の学生に、障がい者スポーツへの興味を持ってもらい、継続したイベント・ボランティア参加に繋げる」 | 目標達成度 |
| --- | --- |
| | 低い |

【成果】

主催イベント「一緒に障がい者スポーツをしよう」や「2022 年第 8 回スペシャルオリンピック日本夏季ナショナルゲーム・広島」の運営サポートを通して、若い世代の方々に障がい者スポーツに興味を持っていただき、継続的にイベントやボランティアに参加してもらうことで、誰もが理解し合い、支え合える共生社会の実現を目指した。

「一緒に障がい者スポーツをしよう」で行ったアンプティサッカーの体験中では、参加者らが、選手にプレーのコツを質問したり、選手の義足を運びながら義足について質問をしたりという場面もみられた。また、イベント終了後の参加者アンケートでは、「意外とハードで楽しかった。」「楽しくアンプティーサッカーを知ることができた。」などのコメントがあり、目標であった障がい者スポーツへの興味を持ってもらうことができた。

スペシャルオリンピックスのナショナルゲームという全国レベルの大会では、プロジェクトメンバーだけでなく主に本学学生をはじめとする若い世代に、障がい者の方に対する考えや学び得てもらうことができた。プロジェクトメンバーそれぞれが、総合案内や SID（スポーツインフォメーションデスク）という選手・スタッフの質問への対応、お弁当やドリンクの受け渡しの仕事、DAL（デリケーション・アシスタント・リエゾン）、各地区選手団につきスタッフのサポートや試合移動の連絡などの自分の業務を、主体的に考え活動し、障がい者スポーツボランティアへも興味を持ってかかわることができた。

一方で、これらのプロジェクトの活動として行ったボランティア活動や主催イベントは、メンバー全員が初めての試みであり、次回、また次年度への継続した参加につなげる計画が検討できていなかったため、参加者に今後のイベント情報やボランティア募集についての具体的な提示をすることができなかったことが反省として挙げられる。

| 【課題】 | 【改善策】 |
| --- | --- |
| 主催イベント・スペシャルオリンピックスともに、継続的なイベント・ボランティア参加の呼びかけをリーダーから行ったが、具体的な提示ができなかった。これは私たち自身が、イベント・ボランティア情報を得ていなかったことが課題として挙げられる。 | 様々な種類のスポーツでイベントを主催し、それぞれの競技からより障がい者スポーツに興味を持ってもらう。今後は、体験をもとにアスリートの方達と連携を取り、主催がイベント情報を発信できるほどの情報収集を行う事が重要である。こうすることで日常的な募集の呼びかけができ、興味を持っている方達の目に留まるようになるので継続したイ |

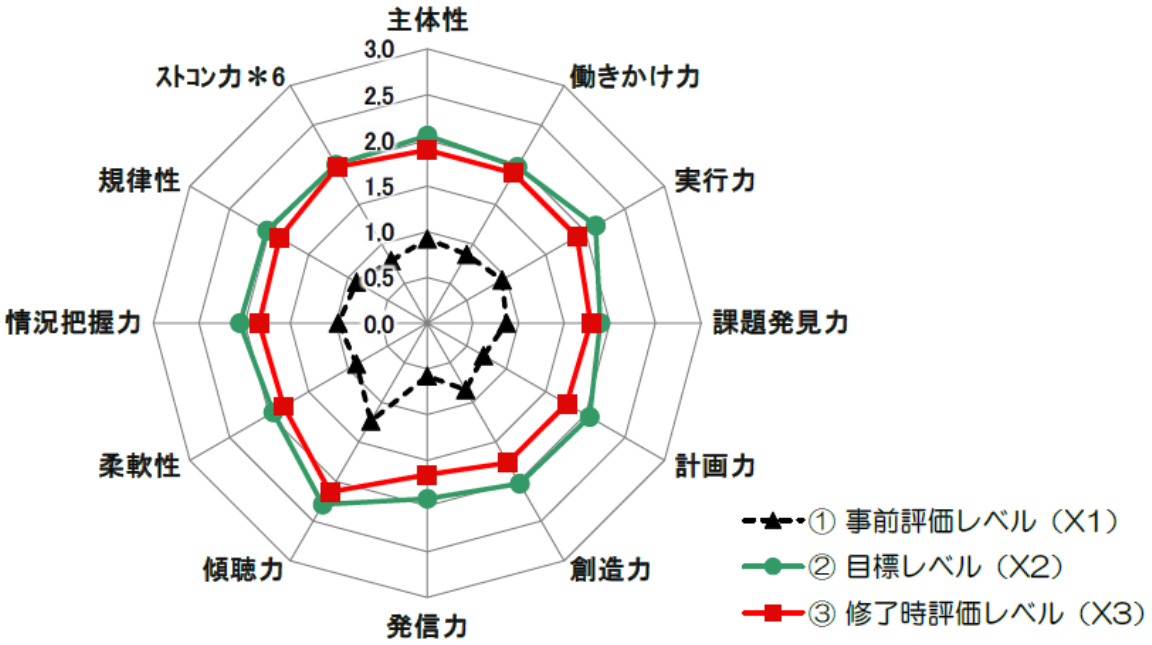
| | |
|---|---|
| | ベント参加につながると考える。 |

| ３．受賞・新聞記事掲載等 | | |
|---|---|---|
| 年月日 | 交付団体名<br>掲載紙・報道番組名 | 受賞名<br>掲載・報道タイトル |
| 特記事項なし | | |

| ４．プロジェクト活動評価　（４段階評価：Ａ．優れている　Ｂ．普通　Ｃ．やや劣る　Ｄ．劣る） | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 評価項目 | | リーダーによる自己評価 | | | |
| 総合計 | | A | B | C | D |
| 1 | 計画していた活動が実行でき、成果はあったか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 2 | 予算執行額は適当であったか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 3 | チームとして活動に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 4 | 産学官民などと共に取り組んだか | 4 | ③ | 2 | 1 |
| 5 | 活動の対象に影響を与えたか | 4 | 3 | ② | 1 |
| 小　計 | | 0 | 9 | 4 | 0 |
| 総合計（20 点中） | | 13　点 | | | |

※該当する番号に〇をして、小計と総合計を入力してください

５．メンバーの成長度合　※メンバー全員の「社会人基礎力」成長度合の平均値をグラフ化したもの




＊1「社会人基礎力」とは、経済産業省が定義した 12 の能力要素から構成されており、職場や地域社会の中で多数の人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力である

＊2「ストレスコントロール力」を「ｽﾄｺﾝ力」と表記