

広島経済大学 興動館プロジェクト

2025 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	17
カフェ運営プロジェクト	22

公認 A プロジェクト

スポーツ推進プロジェクト	29
--------------	----

公認 B プロジェクト

カンボジア国際交流プロジェクト	35
コミュニティ FM 放送局運営プロジェクト	42
地域発信プロジェクト	50

準公認プロジェクト

中高生の夢・笑顔実現!!プロジェクト	55
若旅促進プロジェクト	62
災害を知り未来へつなごうプロジェクト	69
広島ハワイ文化交流プロジェクト	74
動物のかけがえのない命を守ろうプロジェクト	81
祇園から食品ロスなくそうプロジェクト	88
スポーツを通じた共生社会実現プロジェクト	93
子ども達の未来をつくろうプロジェクト	100
広島海と川の豊かさを守ろうプロジェクト	105

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	インドネシア国際貢献プロジェクト	
	主催		
設立年月日	2006年4月1日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	IICPKDK		
Youtube	インドネシア国際貢献プロジェクト		
コーディネーター名	山手 貴弘	リーダー名	佐郷 稔高
メンバー数	23名（2025年12月31日現在）	会計責任者	野津 朝
プロジェクトの 企画背景	<p>平成 17 年にプロジェクトが発足し、姉妹校であるガジャ・マダ大学とともに平成 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途が立った平成 25 年度からは、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。</p> <p>ジョグジャカルタ特別州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。</p> <p>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。</p>		
プロジェクトの 活動趣旨	<p>インドネシアの国の生活水準について調査を進めていく中で、インドネシアの名目 GDP は世界 16 位、個人は 116 位というデータを発見した。このことから、国としては豊かではあるものの、富裕層とそれ以外の国民間で大きな格差が生じていることが分かった。</p> <p>プロジェクト発足当時から連携している現地企業「LAWE 社」は、インドネシアの伝統的な手織りの織物を保護することを目的としている企業である。LAWE 社は地域住民に対し、織物の織り方およびその織物を使った商品の作り方や販売方法を教えている。それにより、地域住民の生活や子ども達の教育環境などを改善することで伝統的な手織りの織物を保護する活動を行っている。</p> <p>そこで、ガジャ・マダ大学の学生および LAW E 社と協力し、現在の支援対象であるスンベルアルム村の住民に技術支援をして、テヌンの織手（生産者）のサポートを</p>		

	行っていく体制を築く。これらを通して、「伝統工芸品を使ったビジネスモデル」の確立を目指していく。		
プロジェクトの活動目的	「伝統工芸品を使ったビジネスモデル」を確立し、生活水準の向上と伝統継承を行う。		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) スンベルアルム村におけるテヌンビジネスを促進させるための土台が整う。</p> <p>①若手のテヌン生産者および製作者へのアンケート調査で「テヌンを使った商品販売による売上増の取り組みへの意欲が高まった」と回答する割合が80%以上になる。(関連する事業④、⑤)</p> <p>②テヌン生産者および製作者へのアンケート調査で「本プロジェクトの活動について理解できた」と回答する割合が80%以上になる。(関連する事業⑤)</p> <p>③地域を巻き込んだビジネスモデルの枠組みを作るための現状と課題が整理できる。(関連する事業④、⑤)</p> <p>(2) スンベルアルム村の小学生がテヌンの伝統と現状を理解できる。</p> <p>①スンベルアルム村の小学生を対象としたテヌンの伝統理解度アンケート調査で「テヌンの伝統や価値が理解できた」と回答する割合が80%以上になる。(関連する事業⑤)</p> <p>②スンベルアルム村の小学生を対象としたテヌンの現状理解度アンケート調査で「テヌン生産者の後継者問題について理解できた」と回答する割合が80%以上になる。(関連する事業⑤)</p> <p>(3) スンベルアルム村への支援金が確保できる。</p> <p>①商品の委託先を3つ増やすことができる。(関連する事業③)</p> <p>②新商品を2つ増やすことができる。(関連する事業①、③)</p> <p>③年間売上を29万円以上にする。※前年比15.37%UP(関連する事業②、③)</p>		
目標を達成するために行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	新商品開発	通年
	②	販売促進活動	通年
	③	販売活動	通年
	④	調査・提案活動	通年
	⑤	現地渡航	8～9月

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(1) スンベルアルム村におけるテヌンビジネスを促進させるための土台が整う。	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①若手のテヌン生産者および製作者へのアンケート調査で「テヌンを使った商品販売による売上増の取り組みへの意欲が高まった」と回答する割合が 80%以上になる。	△
②テヌン生産者および製作者へのアンケート調査で「本プロジェクトの活動について理解できた」と回答する割合が 80%以上になる。	○
③地域を巻き込んだビジネスモデルの枠組みを作るための現状と課題が整理できる。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、インドネシアへの渡航中に、支援先の村であるスンベルアルム村に住んでいる若手を含むテヌン生産者および製作者を対象として本プロジェクトが目指していることを理解してもらったり、テヌンを使った商品販売を共に行うことへの意欲を高めることで、村人だけで自立したビジネスを行ってもらおう土台を整えることを目指した。また、安定して商品を販売できるようにするために、まずはテヌンを生産している地域内にテヌンに愛着を持ってもらい、持続的な消費につなげることを考えた。そのためにスンベルアルム村の村長と課題を整理することも目指した。</p> <p>今年度は、8月28日から9月11日にかけて、インドネシア共和国のジョグジャカルタ特別州で渡航活動を行った。しかし、8月30日からインドネシア全域で大規模なデモが発生したことにより、姉妹校であるガジャ・マダ大学が9月1日から授業をオンラインで行うこととなった。本プロジェクトも安全確保のため9月1日から3日まで活動を中止した。そのため、渡航前に準備していた計画を変更しながら活動を行った。</p> <p>テヌンを使った商品販売を共に行うことへの意欲を高めることで、村人だけで自立したビジネスを行ってもらおう土台を整えるために、渡航期間中の9月7日、支援先の村であるスンベルアルム村にあるパケルアルム社の従業員とそれ以外の村人を対象とした説明会を実施した。このイベントは、本プロジェクトの活動を理解してもらい、テヌンを使った商品販売による売上増の取り組みに参加する意欲を高めることを目指した。この説明会には大人17名、中高生6名の計23名と近所の子も達が参加した。内容は、本プロジェクト活動の紹介、現状の販売活動による売上と今後の目標のプレゼンテーションに加え、小さな子ども達を対象とした日本の子ども達が行っている遊び(だるまさんが転んだと紙飛行機飛ばし)を実施した。その後、プレゼンテーションを聞いた従業員とそれ以外の村人から意見をいただき、意見交換会を実施した。</p> <p>安定して商品を販売できるようにするために、スンベルアルム村の村長にテヌンを使ったパケルアルム社の商品を購入してもらい、村にある小学校に入学する新入生へ入学記念品としてプレゼントしてもらうことで、売上の確保と子ども達にテヌンに触れてもらう機会を作ることを目指して、その課題は何かを確認する予定だった。しかし、デモにより急遽訪問予定がキャンセルとなり、スケジュールの再調整が上手くいかなかったため、ジョグジャカルタ市内にある企業へ定期的な購入を目指した交渉に切り替えた。そのため9月9日にジョグジャカルタ市内にあるMMUGMホテルにて、本プロジェクトが現地での活動でレンタカーや宿泊手続きの依頼を行っている現地企業のニスラマ社とMMUGMホテルのマネージャーに対して、商品を定期的に購入してもらうための交渉を行った。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「高い」となった。 具体的指標の達成状況は以下の通り。</p>	

①若手のテヌン生産者および製作者へのアンケート調査で「テヌンを使った商品販売による売上増の取り組みへの意欲が高まった」と回答する割合が80%以上になる。

今回の説明会では、テヌンを使った商品販売の売り上げ増に関する取り組みへの意欲と本プロジェクト活動の理解を確認するアンケートを行い、23件の回答を得た。アンケートの設問「テヌンを使った商品販売による売上増の取り組みへの意欲が高まったか」では、87%（23人中20人）が「高まった」と回答し、テヌンを使った商品販売による売上増の取り組みへ参加する意欲が高まる結果となった。しかしながら、説明会に参加した従業員は17名全員が高齢であり、若手のテヌン生産者が参加していなかった。また、意見交換会では「興味があるが仕事が忙しくて、販売活動に関わる時間が無い」という声があり、意欲は高められたものの、活動に参加するまでには至らなかった。

そのため次年度は、若手の生産者がなぜ参加しないのか本人に直接ヒアリングをすることで、テヌンに対しての想いを確認し、その対応策を検討する。

②テヌン生産者および製作者へのアンケート調査で「本プロジェクトの活動について理解できた」と回答する割合が80%以上になる。

アンケートの設問「本プロジェクトの活動について理解できたか」では、91%（23人中21人）が「理解できた」と回答し、本プロジェクトの活動について理解してもらえた。

③地域を巻き込んだビジネスモデルの枠組みを作るための現状と課題が整理できる。

現在のパケルアルム社は高齢者が生産と販売を行っており、会社単体では企業に商品の営業をかけることができないことを受け、本プロジェクトが交渉した結果、ニスラマ社とMMUGMホテルから定期的な購入に対して前向きな返事を得ることができた。しかし、購入を検討する条件として、パケルアルム社の商品と値段が記載されたカタログの作成を提示されたため、次回の渡航までにカタログを完成させることになった。

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) スンベルアルム村の小学生がテヌンの伝統と現状を理解できる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
① スンベルアルム村の小学生を対象としたテヌンの伝統理解度アンケート調査で「テヌンの伝統や価値が理解できた」と回答する割合が 80%以上になる。	○
② スンベルアルム村の小学生を対象としたテヌンの現状理解度アンケート調査で「テヌン生産者の後継者問題について理解できた」と回答する割合が 80%以上になる。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>昨年度の渡航活動で、スンベルアルム村の小学校ではテヌンについての授業が無く、子ども達がテヌンの歴史や価値を理解していないことが分かった。そのため、年間目標を達成するために、本プロジェクトが今までの活動で得た知識を活かし、テヌンについて授業を行うことでテヌンに誇りや愛着を持つ子ども達を増やすことを目指した。</p> <p>9月4日にスンベルアルム村で小学1～3年生および6年生の計53人にテヌンの授業を実施した。本来は事前に小学校を訪問し、授業実施日の調整や学年ごとの人数などを聞いた上で内容を定める予定だったが、デモによる活動中止の影響で打ち合わせができなかった。活動再開後、日程調整のために訪問したその日にしか授業できる機会が無いとの回答だったので、急遽実施することとなった。この授業は、本プロジェクトメンバーが作成した教材を使ってテヌンの模様の意味や種類、テヌンの作り方、後継者が少なくなっている問題についてクイズ形式で行った。最後に、テヌンについて日常的に触れてもらい、愛着を持ってもらうことを目指して、全校児童78名全員にテヌンを使用して作成したペンケースをプレゼントした。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>① スンベルアルム村の小学生を対象としたテヌンの伝統理解度アンケート調査で「テヌンの伝統や価値が理解できた」と回答する割合が 80%以上になる。</p> <p>授業の最後に、理解度テストやアンケートを書いてもらい、1年生21名を除く32件の回答を得た。アンケートの設問「テヌンの伝統や価値が理解できたか」に対して「とても理解した」「少し理解した」と回答した割合が93.8% (32人中30人)となった。その他にも「テヌンについてもっと知りたいと思った」「様々なテヌンについて知ることができて楽しかった」「柄によって意味が違うことは知らなかった」「楽しく知識を深めることができた」という感想があった。加えて、小学校の校長に交渉した結果、今回の授業で作成した教材を小学校の壁に掲示してくれることとなり、普段の学校生活でもテヌンについて知る機会を作ることができた。</p> <p>② スンベルアルム村の小学生を対象としたテヌンの現状理解度アンケート調査で「テヌン生産者の後継者問題について理解できた」と回答する割合が 80%以上になる。</p> <p>アンケートの設問「テヌン生産者の後継者問題について理解できたか」に対して「とても理解した」「少し理解した」と回答した割合が62.5% (32人中20人)となった。しかし、準備していた授業内容が高学年向けだったため、低学年の子ども達には理解してもらえなかった。これを受けて次年度は、イラストなどの絵を使った教材を作成し、どの学年でも理解してもらええるような工夫をする。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(3) スンベルアルム村への支援金が確保できる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①商品の委託先を3つ増やすことができる。	◎
②新商品を2つ増やすことができる。	×
③年間売上を29万円以上にする。※前年比15.37%UP	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、今年度は年間の売上を29万円以上として販売活動を行った。また、委託販売先を3つ、新商品を2種類増やすことを目指した。</p> <p>今年度の販売活動により、年間売上は243,744円であった。</p> <p>手売り販売では、広島インドネシア協会の会合で3回販売し、合計33,650円。祇園フェスタで8,200円。フラワーフェスティバルで4,700円。あさマルシェで14,600円。広島経済大学同窓会で20,650円。広島国際フェスタで15,400円。祇園・興動祭で22,300円。山本ふれあい祭りで17,900円。株式会社ヤクルト山陽主催のイベントで12,000円。CITY SCAPE! -2025-で13,700円。興動館へペンケース納品で30,000円の売上があり、合計236,150円の売上を得た。</p> <p>委託販売では、「SAKKA ZAKKA」4,614円。「森のアトリエ」2,980円の売上があり、合計7,594円の売上を得た。</p> <p>新商品については、4種類の商品(ブックカバー、コースター、キーホルダー(うさぎ、いるか))のサンプルを作成した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①商品の委託先を3つ増やすことができる。</p> <p>10月から「株式会社ヤクルト山陽」が扱うメルカリ SHOPSにてオンライン販売を開始し、11月から広島経済大学の「セブンイレブン広島経済大学店」、12月から広島駅周辺にある東南アジアの商品を中心に販売している小売店「広島ハラルフード」で委託販売を開始することができ、今年度は新たに3つの委託販売先を増やすことができた。なお、従来の委託販売先である「森のアトリエ」が営業を終了したため、委託先は今年度増やした委託販売先を加えて4店舗となった。</p> <p>②新商品を2つ増やすことができる。</p> <p>新商品については、渡航時にサンプルを作り、帰国後に商品アンケートを取ることで改善し、次年度の渡航前に発注する事を目指した。今回作った商品サンプルは10代から30代女性と50代男性をターゲットとし、パケルアルム社に発注してブックカバーとコースターの商品サンプルを製作した。また、LAWE社には新しい種類のキーホルダー(うさぎ、いるか)の製作を依頼し、サンプルを作成した。しかしながら、両社ともコミュニケーション不足により、発注した商品の寸法が異なるなど、事前の打ち合わせとは違う仕様だった為、帰国後の商品アンケートを実施する事が出来なかった。そのため、新商品としてラインナップすることができなかった。</p> <p>これを受けて次年度は、文章で新商品の説明を行うのではなく、商品の寸法が記載された設計図や同じサイズの商品を送ることで言葉によるミスコミュニケーションを減らす。</p> <p>③年間売上を29万円以上にする。※前年比15.37%UP</p> <p>今年度の年間売上は、243,744円であり、目指していた売上の84%の達成率だった。手売り販売では昨年度より2回多い年間13回行い、販売合計は236,150円だった。委託販売では「SAKKA ZAKKA」</p>	

「森のアトリエ」の2店舗で売上があり、合計は7,594円であった。くわえて今年度は、販売時に統一されていなかった販売のやり方についてマニュアルを作成し、誰でも同じレベルで販売活動ができるよう工夫した。しかし、手売り販売時にマニュアル通りの声掛けができなかったり、新しい委託販売先が決定するのが遅くて売上が無かったことで目標が達成できなかった。

このことを受けて次年度は、販売時に積極的に声掛けを行うなど、販売マニュアルの改善や販売研修を行う。また、委託販売先での売上が増やすための打ち合わせを各委託販売先の担当者で行う。

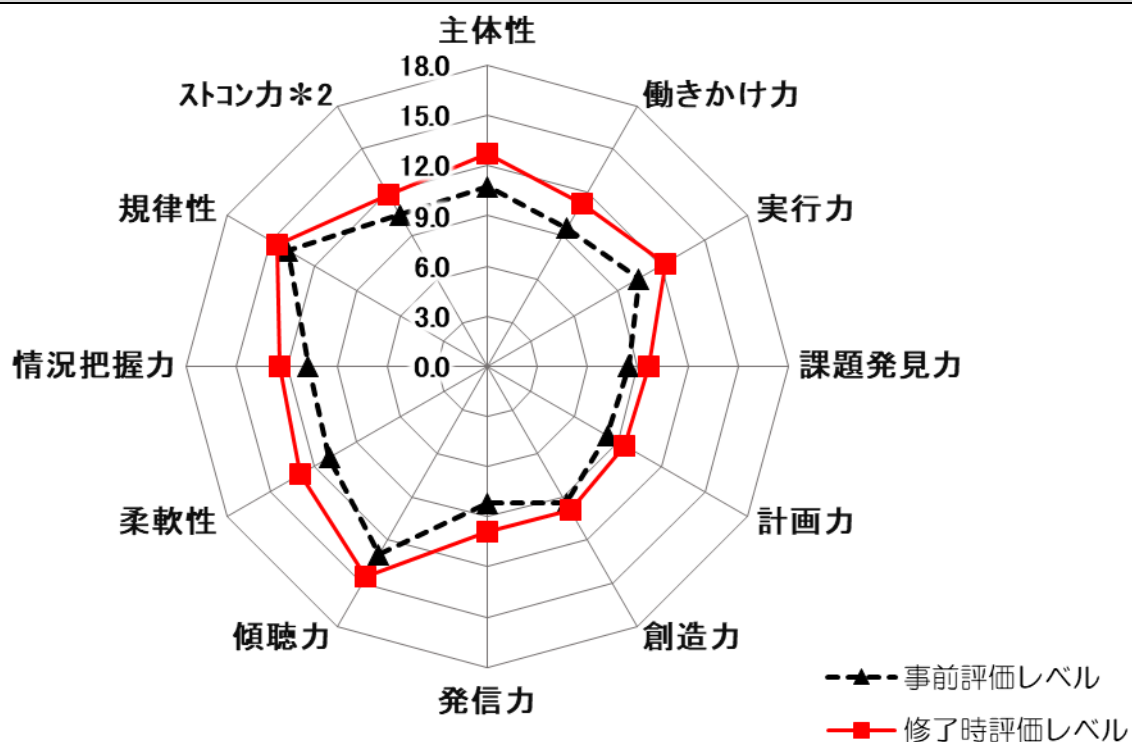
3. 受賞・新聞記事掲載等

年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年9月8日	KRJOGJA（インドネシアの新聞社）	MAHASISWA UNIVERSITAS EKONOMI HIROSHIMA Dorong Generasi Muda Lestarikan Tenun

4. プロジェクト活動評価（4段階評価：A. 優れている B. やや優れている 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	9	0	0
総合計（20点中）		17点			

5. メンバーの成長度合 ※メンバー全員の「社会人基礎力」※1 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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

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	2006年4月1日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	pocket1623		
コーディネーター名	友松 修・西國 真一	リーダー名	曾我 心咲
メンバー数	11名（2025年12月31日現在）	会計責任者	西東 靖葉
プロジェクトの企画背景	<p>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、立ち上げられたのが本プロジェクトである。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>子ども達が巻き込まれる事件ゼロと交通事故件数ゼロが理想である。</p> <p>犯罪の面では安佐南区の治安情報の事件種別分布グラフによると、事件のうち20.8%が不審者情報や声掛けである。（株式会社ガッコム調べ）</p> <p>事故の面では、令和5年から令和6年の間で安佐南区の事故件数は4,766件から4,403件に減っているものの、歩行者の死者数が12%増えている。</p> <p>また、子どもの交通事故の約3割が横断中で、発生時間帯は下校時間にもあたる16時から18時が最も多い。</p> <p>子どもには、1つのものに注意が向くとまわりのものが目に入らなくなることや、大人の真似をする傾向があること等の行動特性がある。そのため、まずは大人が基本的なルールやマナーを守り、子ども達に手本を見せることが重要である。（広島県警察調べ）</p> <p>この不審者・事故の多い現状に着目し、防犯・交通安全の二つの面に着目して活動していきたい。</p> <p>子ども達に防犯・交通安全意識を高めてもらうためには、防犯・交通安全教室を開く必要がある。私たちは、安佐南警察署の協力により下校ルートにおける危険な場所の情報を提供していただいていることや、10年以上防犯と交通安全のために活動している実績があり、近辺の小学校や幼稚園とのつながりもある。さらに、広島経済大学の施設である興動館やフットボールパークも使用することができる。これらを駆使して、下校中の安全を守るためボランティアの活動をしたり、小学生や未就学児を対象とした防犯・交通安全教室を行ったりすることができる。これらの活動を行い、子ども達に正しい防犯・交通安全の知識を持ってもらい防犯・交通安全ゼロを達成したい。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>地域の学校、家庭、団体と連携し、私達学生にできる防犯・交通安全活動について考え実行することで、子どもの巻き込まれる事件や交通事故がなくなる「子ども達が安心して暮らせる町づくり」を目的とする。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 祇園小学校の子ども達が事故や事件にあうことなく、安全に下校できる。</p> <p>①年間76日間(現在のプロジェクトメンバーの人数を考慮したうえで、祇園小学校の休みと大学の長期休みを除いた週3回計算)祇園小学校前に立ち子どもの安全</p>		

	<p>を確保する。(関連する事業①)</p> <p>②他団体(広島県立祇園北高校など)と連携した下校見守りの仕組みができる。 (関連する事業①、②)</p> <p>③イベントと下校安全サポートを通して子ども達との信頼関係を築き上げ、「何かあったときに声をかけることができる」と回答する、イベントに参加した子ども達の割合が100%になる。(関連する事業①、③、④、⑤、⑦)</p> <p>(2) 祇園周辺地域の子ども達及びその保護者(親子)の防犯及び交通安全に関する知識と意識が向上する。</p> <p>①イベントに参加した子ども達の防犯及び交通安全の理解度が100%になる。 (関連する事業③、④、⑤、⑥、⑦、⑧)</p> <p>②イベントに参加した子ども達が防犯及び交通安全について学んだ知識を活用して「行動したい」と回答する割合が100%になる。 (関連する事業③、④、⑤、⑥、⑦、⑧)</p> <p>③イベントに参加した保護者が「自分の子どもに対する防犯及び交通安全の意識が高まった」と回答する割合が100%になる。(関連する事業④)</p>		
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	No,	事業名	実施時期
	①	祇園小学校下校安全サポート	通年
	②	下校安全サポートつながるコラボ企画	通年(4月、5月)
	③	スポーツ大会(交通安全教室)	5月
	④	親子参加型イベント(交通安全教室・防犯教室)	6月
	⑤	夏休み宿題お手伝いイベント(防犯教室)	8月
	⑥	春日野交通安全教室(交通安全教室)	10月
	⑦	クリスマス会(防犯教室)	12月
	⑧	未就学児防犯イベント(防犯教室)	2026年2月

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い(100-80%)、中程度(79%-30%)、低い(29%以下)	目標達成度
(1) 祇園小学校の子ども達が事故や事件にあうことなく、安全に下校できる	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①年間 76 日間(現在のプロジェクトメンバーの人数を考慮したうえで、祇園小学校の休みと大学の長期休みを除いた週 3 回計算) 祇園小学校前に立ち子どもの安全を確保する。	◎
②他団体(広島県立祇園北高校など)と連携した下校見守りの仕組みができる。	◎
③イベントと下校安全サポートを通して子ども達との信頼関係を築き上げ、「何かあったときに声をかけることができる」と回答する、イベントに参加した子ども達の割合が 100%になる。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、私たちが定期的に小学校周辺を見回ることや本プロジェクトが主催するイベントで子ども達と顔見知りになり、何か起きた時に声をかけてもらえるような信頼関係を気付くことを目指した。また、交通事故が発生する最も多い時間が、児童の下校時間である 16 時から 18 時の間であるから、本プロジェクトだけでなく、地域の方と一緒に子ども達を守れるような流れを作ることを目指した。</p> <p>そのため、今年度は子ども達が安全に下校できるように、広島市立祇園小学校前の道路を始めとして、横断歩道や見通しの悪い場所といった危ないところを見守る「下校安全サポート」を実施し、計 76 回活動を行った。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「高い」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①年間 76 日間(現在のプロジェクトメンバーの人数を考慮したうえで、祇園小学校の休みと大学の長期休みを除いた週 3 回計算) 祇園小学校前に立ち子どもの安全を確保する。</p> <p>今年度は、夏休みなどの長期休暇期間を除き、計 76 日間「下校安全サポート」を行うことが出来、事件・事故の発生はなかった。また、今年度から、活動を行った回数やその日の出来事をまとめる日誌を活用したため、活動回数が増えていくごとに、サポート中に起きた危険な出来事や見通しが悪い場所などがプロジェクト内で共有できたため、より子ども達に安全な対応の声掛けができるようになった。その声掛けが増えることにより、児童や地域の人々からのあいさつが増えた。しかしながら、学生が積極的に注意掛けや横断旗を使って自転車や児童に対して停止を求める動作をしたが、スピードの早い自転車が飛び出して来たり、道路に飛び出したりする子どもがいた。これを受けて、次年度は、より多くの子ども達に交通安全に対する意識を持ってもらうために、私たちがいなくても下校時の安全確保に向けた取り組みを広く周知できるような看板を作るなど検討する。</p> <p>②他団体(広島県立祇園北高校など)と連携した下校見守りの仕組みができる。</p> <p>今年度は、新たに「広島県立祇園北高校硬式野球部」、「広成建設株式会社」と連携が開始した。祇園北高校硬式野球部と広成建設株式会社においては定期的な下校安全サポートの実施について流れができた。しかしながら、祇園北高校硬式野球部の方との連携を企画した当初は週に 1 回を目標にしていたが、お互いの予定や雨天により、月に一回ほどの活動となった。これを受けて次年度は、硬式野球部以外の部活との連携を模索したり、雨天の場合やその他の天候などの実施基準を決める。なお、今年度は安佐南警察署から下校安全サポートに必要な横断旗の提供をしてもらえるなどのサポートをいただく</p>	

ことができた。

- ③イベントと下校安全サポートを通して子ども達との信頼関係を築き上げ、「何かあったときに声をかけることができる」と回答する、イベントに参加した子ども達の割合が100%になる。

アンケートの設問「何かあったときに声をかけることができる」では「できる」と回答した割合が100%だった。また、下校安全サポートでは、回数が増えていくごとに、児童や地域の人々からのあいさつが増え、イベントに参加してくれた子ども達もよく声をかけてくれるようになったことで関係性を構築することができた。また、子ども達からは「車が止まってくれるし、いつも見守ってくれてうれしい」という声や、保護者からは「おかげで安心できます」と感謝の声もいただいた。しかしながら、今年度は昨年度と比べて参加者数が少ない結果となってしまったことから、多くの子ども達との信頼関係を築くことはできなかった。これを受けて次年度からは、子ども達が参加したくなるような企画内容で開催するよう検討したり、子ども会や児童館にも相談してアドバイスをもらう。

年間目標 達成度の判断目安 高い(100-80%)、中程度(79%-30%)、低い(29%以下)	目標達成度
(2) 祇園周辺地域の子ども達及びその保護者(親子)の防犯及び交通安全に関する知識と意識が向上する。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
① イベントに参加した子ども達の防犯及び交通安全の理解度が100%になる。	○
② イベントに参加した子ども達が防犯及び交通安全について学んだ知識を活用して「行動したい」と回答する割合が100%になる。	◎
③ イベントに参加した保護者が「自分の子どもに対する防犯及び交通安全の意識が高まった」と回答する割合が100%になる。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、子ども達の防犯及び交通安全に関する知識と意識を向上させるだけでなく、その学びを行動できるようにすることで、子ども達自身で未然に事故や事件を防げるようになってもらうことを目指した。また、保護者からも子どもの意識が向上していることを確認してもらうことで、子どもの防犯と交通安全に対する意識に変化があったかどうかを把握することを目指して、スポーツ大会や夏休み宿題お手伝いイベントなど、子ども達が興味を持ちやすいテーマでイベントを開催し、その中で防犯や交通安全について伝えるイベントを6つ開催した。</p> <p>5月17日に興動館で「広島市立祇園小学校」の1から3年生の児童を対象として、プロジェクトメンバーと子ども達が一緒にスポーツをすることで交流しつつ、実際の状況を模擬した体験型の交通安全教室を含めた「スポーツ大会」を開催した。なお当日は雨だったため、スポーツではなく興動館内で行える活動に変更し、伝言ゲームやフルーツバスケットなどのレクリエーションを中心に子ども達とコミュニケーションをとった。このイベントには20名が参加した。</p> <p>6月21日にフットボールパークで「広島市立祇園小学校」の1から3年生の児童を対象として、親子と積極的にコミュニケーションをとり、ボール運びリレーや玉入れなどの運動を通じて関係を深めることを目指しつつ、「安佐南警察署」に講師として協力していただき、子どもと保護者に分かれて、それぞれに交通安全教室を行う「親子参加型イベント」を開催し、8組の親子(計16名)が参加した。</p> <p>8月10日に興動館で「広島市立祇園小学校」の1から3年生の児童を対象として、夏休みの宿題の完成をお手伝いしたり、プラ板作りや魚釣りなど工作したり遊べるコーナーを設けて楽しんでもらいつつ、本プロジェクトオリジナルの戦隊「ケイダイジャー」による防犯をテーマにした劇を見てもらって防犯の意識を高める「夏休み宿題お手伝いイベント」を実施し、10名が参加した。</p> <p>10月26日に広島市立春日野小学校において子ども会主催の「第19回春日野まつり」に参加した。このお祭りでは春日野小学校の児童を対象として、曲がり角や踏切、横断歩道、信号の無い交差点など、交通事故の起きやすい状況を再現した体験型の「春日野交通安全教室(交通安全教室)」を開催した。この企画には71名の参加があった。</p> <p>12月14日に興動館で「広島市立祇園小学校」の1から6年生の児童を対象として、進化じゃんけん、ばくだんゲームなどのレクリエーションを通して信頼関係を深めるとともに、「ケイダイジャー」による防犯標語「いかのおすし」に関する劇を行うことで、子ども達の防犯についての理解を深める防犯教室を行う「クリスマス会」を開催し、67名が参加した。</p> <p>2026年2月7日に「りじょう認定こども園」にて、年中と年長の幼稚園児を対象としてじゃんけん列車や猛獣狩りなどのレクリエーションと「ケイダイジャー」による防犯標語「いかのおすし」に関する劇を行うことで、防犯についての意識を高める「未就学児防犯イベント(防犯教室)」を開催し、21名の参加があった。</p>	

この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「中程度」となった。
具体的指標の達成状況は以下の通り。

①イベントに参加した子ども達の防犯及び交通安全の理解度が100%になる。

今年度の活動で交通安全及び防犯の理解度を図る〇×クイズを実施し、合計197件の回答を得た。クイズの結果、94%（197名中185名）が正答する結果となった。しかしながら、同じ内容で出題したために、通学路に「信号」や「曲がり角」が少ない地域の場合、クイズの内容が子ども達にうまく伝わらないことがあり、実感してもらいにくい内容になってしまった。そのため次年度からは、対象者の住んでいる地域に身近な題材で企画を立てることで理解してもらいやすい内容にし、より理解を深める。

②イベントに参加した子ども達が防犯及び交通安全について学んだ知識を活用して「行動したい」と回答する割合が100%になる。

アンケートの設問「学んだことをこれからできるか」では、「できる」と回答した割合が98%（197名中193名）となった。

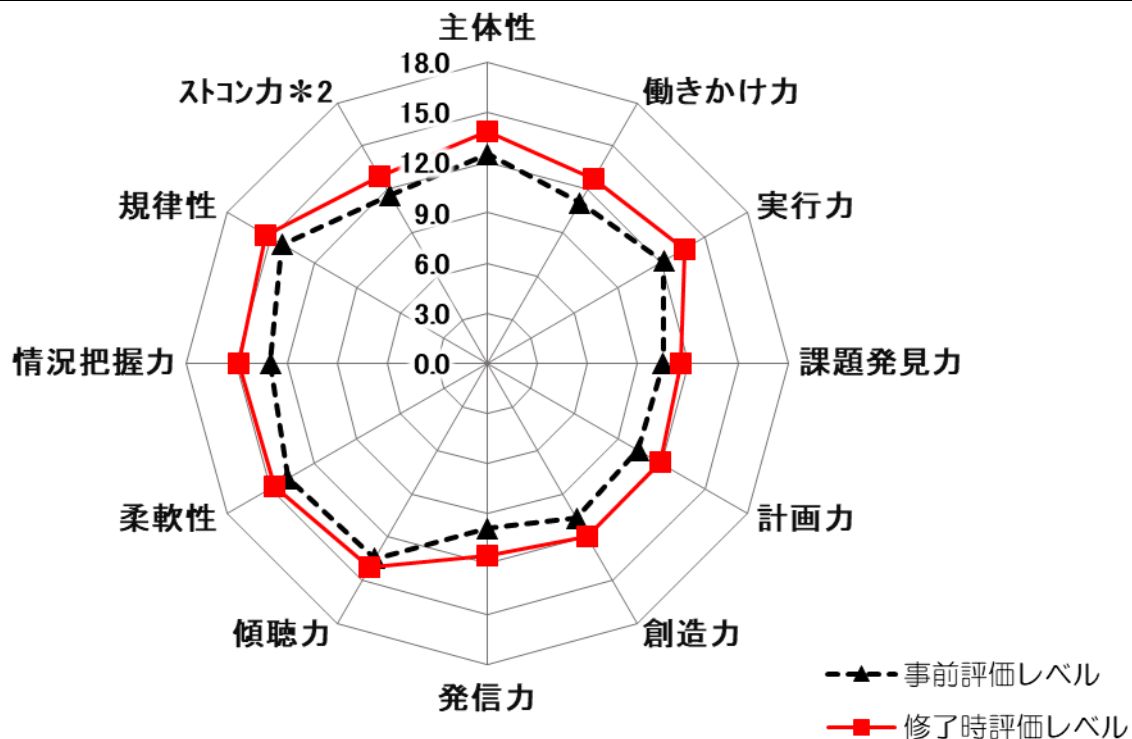
③イベントに参加した保護者が「自分の子どもに対する防犯及び交通安全の意識が高まった」と回答する割合が100%になる。

「親子参加型イベント」において、参加した保護者を対象に実施したアンケートでは6件の回答を得た。アンケートの設問「お子様の交通安全に対する意識に変化が生じたと感じますか」に対し、「変化した」と回答した方が5名であり、83.3%の達成率となった。しかしながら、イベントの参加者数が当初予定していた定員の40名（親子20組）に比べ16名（8組）と40%少なかった。また、イベント終了後にWebでアンケート調査を行ったため、保護者全員からアンケートの回収ができなかった。これにより、アンケートの結果に信憑性のない結果となってしまった。そのため次年度からは、定員を充足できる企画内容にすることに加え、イベント中に回答してもらう時間を設けたり、回答者と気軽にコミュニケーションが取れる環境を整え、何気ない会話の中から意見を引き出せたりできるよう工夫する。

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
通年掲載	広島市教育委員会	みんなで守ろうこどもの安全 「学生や民間企業等による取組」
2025年6月13日	安佐南警察署 RCC テレビ イマナマ!	感謝状 児童を守り続けた学生たちに感謝状
2025年6月24日	安佐南警察署 中国新聞 朝刊	感謝状 児童見守り 15年広がる共感の輪
2025年6月号	広島県警察本部生活安全総務課 減らそう犯罪通信	注目! まちの防犯ボランティア

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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		16	3	0	0
総合計 (20点中)		19点			

5. メンバーの成長度合 ※メンバー全員の「社会人基礎力」※1 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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	武田山まちづくりプロジェクト	
	主催		
設立年月日	2006年4月1日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	mt.takeda		
コーディネーター名	土田 晃輔	リーダー名	桐原 健吾
メンバー数	4名(2025年12月31日現在)	会計責任者	松本 徳園
プロジェクトの 企画背景	<p>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、私たちの生活にな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。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ててきた。現在、安佐南区、祇園・山本地区は、広島市のベッタタウンとして単身、核家族世帯が増加傾向（安佐南区祇園・山本は単身世帯数 4,669、核家族世帯 3,983 [R2 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。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 8 月豪雨による広島市の土砂災害、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。たけだの里を中心に、災害に強い森のモデルと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。</p>		
プロジェクトの 活動趣旨	<p>森林資源は木材などの目に見えるものだけではない。水の循環を担い、酸素の供給もしている。森林資源は私たちの生活と密接に関わっているのだ。そこで、武田山も安佐南区の森林資源として守っていかなければいけない。しかし、日本の森林面積は昭和 51 年で 2,527 万 ha なのに対し令和 5 年で 2,502 万 ha と増減がほとんどない。このデータから、日本の森林はほとんど手入れされておらず、日本の森林保全に対する意識の低さがうかがえる。森林伐採は悪いことだと思われがちだが、樹齢の長い木が残り続けることで二酸化炭素の吸収量が減り、山の機能が十分に機能なくなるため手入れとしての伐採は必要不可欠である。そこで我々はたけだの里で山の魅力や自然を体感できる森林教育などのイベントを行うことで自然と自分達の生活が密接に関わっていることを知ってもらう。そして、森林資源について理解を深めることで森林保全の大切さを理解してもらい、住民自らが武田山の森林を守る意識を持ってもらうことで将来的な環境破壊を防ぐ。そして、たけだの里での森林教育の際に参加者同士をつなげ、希薄になりつつある住民同士のつながりを作るきっかけを作る。また、平成 26 年 8 月豪雨による広島市の土砂災害で広島経済大学のある安佐南区は甚大な被害を受けた。これを受け、地域住民に山の手入れについて関心を持ってもらうだけでなく、災害に強いまちづくりを進めていく必要がある。広島土砂災害の恐ろしさを知らない地域住民に 5K チームと協力し、土砂災害を体感した人たちの思いをつなげる</p>		

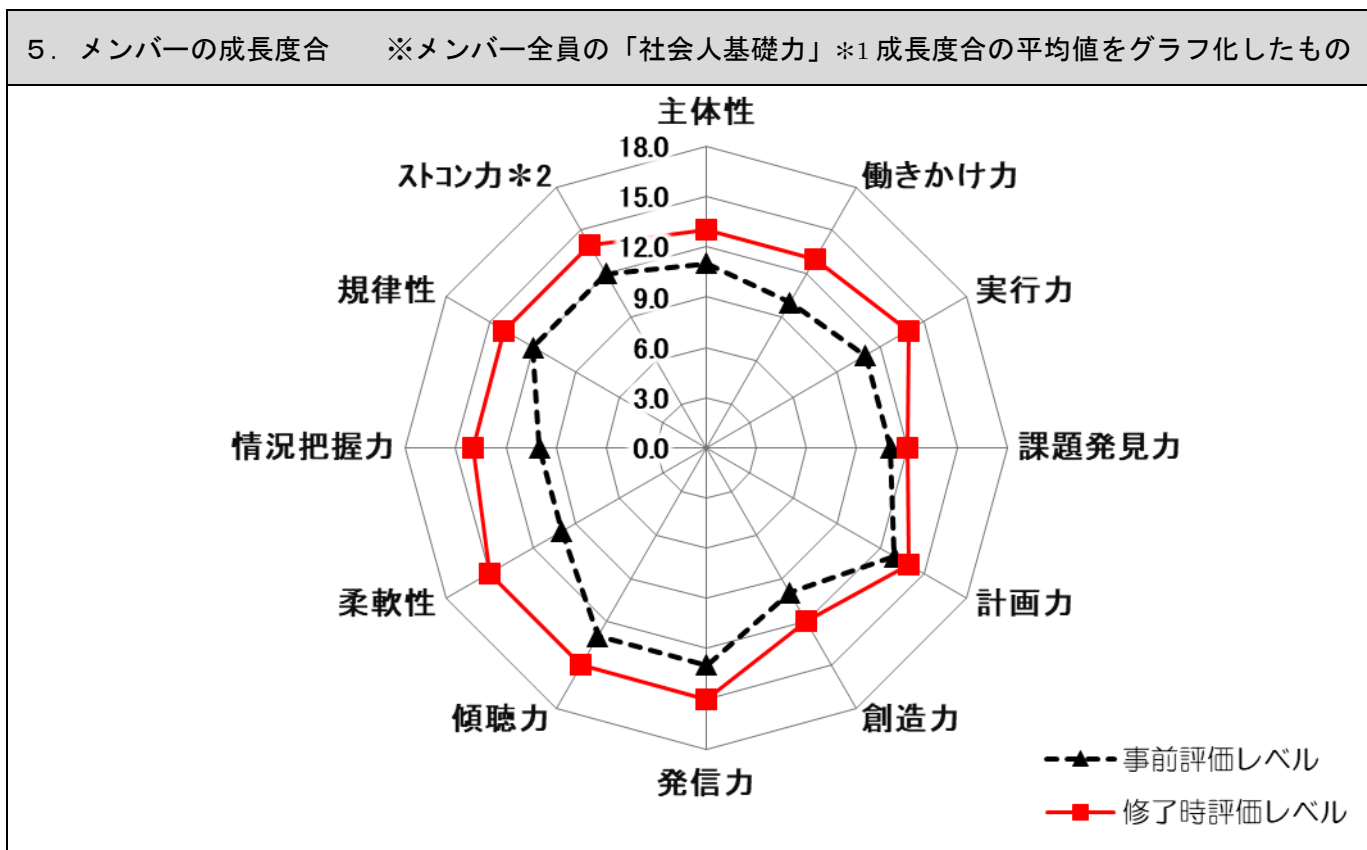
	必要がある。		
プロジェクトの活動目的	武田山を活用した体験活動を通じて森林資源や森林保全の大切さについて知ると同時に住民自らが森林保全活動に参加することで土砂災害に強いまちづくりを目指す。		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 祇園周辺地域の親子が自ら武田山に触れるきっかけを作ることができる。</p> <p>①山の自然や武田山の歴史について知ることができた参加者が100%になる。(関連する事業①)</p> <p>②武田山に魅力を感じた参加者が100%になる。(関連する事業①)</p> <p>(2) 祇園地区住民の防災意識が高まる。</p> <p>①平成26年8月豪雨による広島市の土砂災害の実態を知った参加者が100%になる。(関連する事業②)</p> <p>②自分の地域の避難場所を知った参加者が100%になる。(関連する事業②)</p>		
目標を達成するために行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	GO! マウンテン	11月
	②	鎮魂のキャンドルナイト	8月

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(1) 祇園周辺地域の親子が自ら武田山に触れるきっかけを作ることができる。	低い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①山の自然や武田山の歴史について知ることができた参加者が 100%になる。	×
②武田山に魅力を感じた参加者が 100%になる。	×
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、実際に普段山に触れていない親子を対象として武田山をフィールドとしたイベントを実施し、武田山の歴史や植生を学びながら登山したり、森林資源を使った遊びを体験したりすることで山に関心を持ち、自ら山に関わってもらうきっかけとなることを目指した。</p> <p>そのために 11 月 29 日、広島市安佐南区にある「祇園町商工会」の協力のもと「広島市立祇園小学校」と「広島市立山本小学校」に通う児童と保護者を対象として武田山の体験イベント「Go! マウンテン」を実施した。このイベントでは、鎌倉時代から続く守護大名である武田氏の歴史や伝承に加え、自生する植物などの植生を伝えることで武田山の理解を深めながら頂上を目指して登山することと、登山の後に本プロジェクトが日頃から整備している「たけだの里」で武田山の間伐材を使ったミニ表札づくりを親子に体験してもらう内容とした。しかしながら、日本全国の山で熊の出没例が相次ぎ、広島県でも熊の目撃例があったことから敬遠され、対象としていた親子の参加が無い結果となった。参加者は集まらなかったが、本プロジェクトメンバーや本学学生、祇園町商工会の職員とともにイベントを実施した。</p> <p>年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「低い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①山の自然や武田山の歴史について知ることができた参加者が 100%になる。</p> <p>②武田山に魅力を感じた参加者が 100%になる。</p> <p>今年度はイベントに親子の参加が無かったため、指標を達成することはできなかったが、参加した本学学生から「知らなかった歴史や伝承を教えてもらったことで、ただの裏山としての存在ではなく、この地域で大切にされている山であることが知れた。」や「初めての登山で疲れたものの、とても気持ちよかった。また、頂上まで続く登山道の整備をされている方がおられるから安全に登山できるのだと知った。」などの声があった。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) 祇園地区住民の防災意識が高まる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①平成 26 年 8 月豪雨による広島市の土砂災害の実態を知った参加者が 100%になる。	△
②自分の地域の避難場所を知った参加者が 100%になる。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、地域住民の方々へ平成 26 年 8 月に起きた豪雨災害で被害に遭われた方たちの想いを繋ぐことで災害を自分事にしてもらうことを目指した。また、この地域の避難場所を知ってもらい、災害発生時に自分の身は自分で守るという防災意識を高めることも目指した。</p> <p>そのために 8 月 20 日、祇園学区社会福祉協議会や山本地区で活動をされている「やまもと LMO まちづくり委員会」、安佐南区社会福祉協議会所属の「防災・災害ボランティア活動支援チーム広島 5K チーム」「子育てサークル応援グループ MaMa ぼっけ」の協力のもと、祇園や山本地区に住む住民を対象として、平成 26 年 8 月に起きた豪雨災害で亡くなられた方のことを思って手を合わせるイベント「鎮魂のキャンドルナイト」を実施した。このイベントでは、災害当時のパネル展示や武田山の竹を使った竹短冊に願いを書く工作、防災クイズに加え、平成 26 年 8 月豪雨による土砂災害が基となって作成された紙芝居「なっちゃんのランドセル」を参加者で読む朗読会を実施した。加えて、イベントの最後には、全員で土砂災害の犠牲になった方を想って黙とうをする追悼式を行った。このイベントには 20 名の参加があった。</p> <p>年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①平成 26 年 8 月豪雨による広島市の土砂災害の実態を知った参加者が 100%になる。</p> <p>②自分の地域の避難場所を知った参加者が 100%になる。</p> <p>今年度の活動でアンケートを取り、4 件の回答を得た。</p> <p>広島市の土砂災害の実態について問う設問「パネル展や紙芝居について印象が残る内容だったか」に対して、「そう思う」と回答した割合が 100%だった。また、「広島市土砂災害の実態について理解が深まる内容だったか」という問いに対しては、「大変そう思う」「そう思う」と回答した割合が 100%だった。</p> <p>地域の避難場所について問う設問「避難の大切さや、地域の避難場所について理解が深まる内容だったか」という問いに対して、「大変そう思う」「そう思う」と回答した割合が 100%だった。</p> <p>また、参加者から「毎年本当にありがとうございます。」「来年もよろしくお願いします。」など、開催に感謝する声もあった。</p> <p>しかしながら、このイベントでは来場者 100 名を目指していたものの、メンバーの数が少ないことからイベント準備に時間がかかり、広報チラシの作成が遅れたことで案内が遅れ、当日の参加者は 20 名と目標を大きく下回る結果になった。加えて、QR コードの読み取りによる WEB アンケートにしたため、周知が行き届かなかったことで回答数が 4 件と少なく、アンケート結果の信憑性に欠けるものとなった。</p> <p>これらを受けて、次回は他団体に協力をお願いするなどで人数不足を補い、余裕をもって準備や広報活動ができるようにする。また、WEB アンケートだけではなく、来場者全員に紙媒体のアンケートを配るなどで回答件数を増やすなどを検討する。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 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. やや優れている 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			



※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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	カフェ運営プロジェクト	
	主催		
設立年月日	2006年4月1日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	huecafetime		
X (旧 Twitter)	@HUE CaféTime		
コーディネーター名	餅川 正雄、石田 真英	リーダー名	伊藤 咲良
メンバー数	17名 (2025年12月31日現在)	会計責任者	二井 悠利
プロジェクトの 企画背景	<p>カフェ運営プロジェクトは学生だけでカフェ運営を通し、マネジメントを学ぶプロジェクトである。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、お越しいただいたお客様に、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く。経営を通して、経営者としての自覚を持ちながら、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する。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して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く。</p>		
プロジェクトの 活動趣旨	<p>令和4年度（2022年度）広島市市民意識調査によると、安佐南区では、住民同士のつながりについて弱いと感じている人は69%。また、地域のコミュニティ活動については参加していない住民が半分を占める。これらの数値は令和元年から変化が小さく、コロナ禍からのコミュニケーション不足が回復できていないと考えられる。このことから地域活動の担い手不足・地域の助け合いの意識低下が社会課題として挙げられ、地域住民のコミュニケーションの場としてカフェを運営することは課題解決につながると思われる。HUE Café Time はイオンモール広島祇園からも近く、学生・職員だけでなく、地域の人たちも利用しやすい立地である。地域住民のコミュニケーションの場としてカフェを運営することは課題解決につながる。HUE Café Time が食事というコミュニケーションツールを用いて地域に存在することで、地域住民が集い、交流し、地域の人たちがつながりを感じられる場になることを目指す。主に、子育てをしている親子が安心して過ごせるイベントや企画を実行し、親子をターゲットとしたコミュニティカフェを運営する。</p>		
プロジェクトの 活動目的	<p>活動目的 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～」 カフェ運営を通して地域の問題解決にアプローチすることで、地域の人たちのつながりができるカフェを目指す。</p>		
プロジェクトの 年間目標と具体的 指標	<p>(1) 子育て世代が安心して過ごせる憩いの場にするための土台ができる。 ①通常営業で年間20組の親子が来店する。（関連する事業④、⑤、⑥、⑦） ②親子を対象としたイベントを3種類開催する。（関連する事業④、⑤、⑥、⑦） ③イベントに参加した親子の交流ができたと感じた人を80%以上にする。 （関連する事業④、⑤、⑥、⑦） (2) 年間売上1,134,838円を達成する。</p>		

	① 通常営業で1日10人以上のお客様にご来店いただく。(関連する事業①、③) ② 通常営業で年間売上338,778円を達成する。(関連する事業①、③) ③ イベント営業で年間売上796,060円を達成する。(関連する事業②)		
目標を達成するために行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	通常営業	通年
	②	イベント営業	通年
	③	期間限定メニューの開発	通年
	④	親子向けの環境作り	通年
	⑤	自分だけのキラキラ石けんを作ろう	8月
	⑥	ミニ夏祭り	8月
	⑦	クリスマス会	未実施

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い(100-80%)、中程度(79%-30%)、低い(29%以下)	目標達成度
(1) 子育て世代が安心して過ごせる憩いの場にするための土台ができる。	低い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎(100-90%・できた)、○(89-70%・ややできた) △(69-50%・あまりできなかった)、×(49%以下・できなかった)	指標達成度
①通常営業で年間20組の親子が来店する。	×
②親子を対象としたイベントを3種類開催する。	△
③イベントに参加した親子の交流ができたと感じた人を80%以上にする。	×
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>安佐南区では転勤族の方が多く住んでおり、子育て世代の中にはつながりができず孤独を感じているという現状がある。そのため本プロジェクトが主催するカフェのイベントを通して交流する機会を設けることで安心して生活できるきっかけになってもらうことを目指した。そのため今年度は、親子に来店してもらい、安心できる時間を過ごしてもらえるカフェの土台をつくることを年間目標とした。そのため、子どもがカフェでの時間を楽しく過ごしてもらうためのキッズスペースの充実や親子を対象としたイベントを実施することでHUE Café Timeを認知していただき、月平均2組から3組の親子にご来店いただくことを目指した。</p> <p>8月24日にHUE Café Timeで広島市立祇園小学校の1、2年生を対象とし、せっけんに色を付けて自分だけのせっけんを作る「自分だけのキラキラせっけんをつくろう」を実施した。また、保護者同士の交流の機会を設けるためにテーブルごとに自己紹介をしてもらい会話のきっかけを作った。このイベントには10組の親子が参加した。</p> <p>8月30日にHUE Café Timeで「子ども達の未来を作ろうプロジェクト」と合同で広島市立祇園小学校の1、2年生を対象として、射的や輪投げ、マグネット釣りに加えて、屋台などの「ミニ夏祭りイベント」を開催した。カフェ運営プロジェクトは屋台としてワッフル、ジュース、から揚げ、ミニチュロス、ポテトフライ、フルーツポンチを提供し、50組の親子が参加した。</p> <p>12月には、幼児向けのおもちゃをカフェ内のキッズスペースに設置するとともに「安佐南区役所地域支え合い課」の職員とキッズスペースの充実に向けた打ち合わせを行った。翌年1月には、「安佐南区常設型オープンスペース運営協議会」が運営する子育て世帯を対象としたオープンスペース「オアシスあさみなみ」を訪問し、子育て世帯の方6名にカフェを利用する際に求めることなどをヒアリングした。</p> <p>なお、12月に実施する予定だった「クリスマス会」は実施できなかった。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「低い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①通常営業で年間20組の親子が来店する。</p> <p>今年度の活動の結果、親子の来店は2組に留まり、20組の来店につなげることはできなかった。この理由は、通常営業やイベント営業の運営に注力したため、プロジェクト内で今年度目指している親子向けのカフェを作ることを十分に共有できていなかったことや、プロジェクト内での役割があいまいで、誰が広報を行うかはっきり決めていなかったため、親子に向けた広報活動を十分に行うことができなかったことが挙げられる。このことを受けて次年度は、毎月初めの会議で申請書の読み合わせと具体的指標の進捗状況を共有することで、途中で参加したメンバーにも目的を共有する。加えて、広報担当メンバーを決め、広報マニュアルを作成し、誰でも広報にかかわることができるようにする。</p>	

②親子を対象としたイベントを3種類開催する。

今年度は2種類のイベントを開催した。しかしながら、12月に計画していたクリスマス会は、この時期に当初予定していたイベント営業（大学祭、祇園・興動祭）に加え、急遽追加で2件のイベント営業が入ったことでクリスマス会の担当メンバーに負荷がかかり、準備が遅れたことで外部協力団体と連携ができず、開催できなかった。このことを受けて次年度は、予定通りのイベント開催に向けて、一人のメンバーに準備を任せるとはせず、必ず複数メンバーが担当し、計画的に準備を進めていく。また、外部協力団体とも連絡を密にして、実施に向けた活動を行う。

③イベントに参加した親子の交流ができたと感じた人を80%以上にする。

「自分だけのキラキラせっけんをつくろう」終了後にアンケートを実施し、10件の回答を得た。アンケート設問「イベントで保護者同士の会話のきっかけはありましたか」に対して「あった」と回答した参加者が100%だった。また「本イベントを通して保護者同士のつながりができたと感じましたか」という設問に対して「感じた」「少し感じた」と回答した参加者が90%だった。その他にも「普段交流する機会がないためこのようなイベントを通してつながりを作る良い機会となった」といったコメントがあった。しかしながら、「ミニ夏祭り」では、主催が子ども達の未来をつくろうプロジェクトだったため、本プロジェクトの目指す交流とは異なる趣旨でイベントが開催されたことや10月と11月にイベント営業が重なり、準備ができなかったことで「クリスマス会」が開催できなかったことにより、イベントに参加してくれた保護者同士の交流を促すことができなかった。これらのことから、具体的指標が達成できたとは言えない結果となった。このことを受けて次年度は、プロジェクト内で達成すべき目標を都度確認することで計画通りイベントを開催するようにする。

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) 年間売上 1,134,838 円を達成する。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①通常営業で 1 日 10 人以上のお客様にご来店いただく。	△
②通常営業で年間売上 338,778 円を達成する。	△
③イベント営業で年間売上 796,060 円を達成する。	○
<p>(総括) (できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>今年度の年間売上は昨年度の平均来客数、客単価、営業日数をもとに設定を行い、イベント営業の売上は昨年度の実績と今年度予定されているイベントをもとに設定を行った。この目標を達成するため、通常営業とイベント営業に加え、期間限定メニューを開発し販売した。</p> <p>通常営業では、年間を通じて合計 277 人のお客様にご来店いただき、平均来客数が 5.0 人となった。また、合計 212,750 円を売上げた。</p> <p>イベント営業では、学内での弁当販売や地域のイベントに参加しての販売、演奏会などの貸し切り営業を年間 18 回行い、合計 705,320 円を売上げた。</p> <p>また、期間限定メニューを開発し、冬季限定ココア、クリスマス限定メニューとしてシチュー、クリームパスタ、ココアカップケーキの開発を行った。その他にも、11 月 16 日に興動館で開催された「第 20 回 祇園・興動祭」において、当日限定メニューのキッズプレートを提供した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①通常営業で 1 日 10 人以上のお客様にご来店いただく。</p> <p>今年度の 1 日あたりの平均来客数は 5.0 人という結果になった。今年度は 5 月 12 日から営業を開始した。前期は月曜日と木曜日の週二日 12 時から 17 時で営業を行い、19 日間の営業で合計 148 人のお客様にご来店いただいた。夏休みは月曜日と火曜日の週二日 12 時から 17 時 30 分で営業を行い、9 日間の営業で合計 31 人のお客様にご来店いただいた。後期は月曜日と水曜日の週二日 12 時から 17 時 30 分で営業を行い、27 日間の営業で合計 98 人のお客様にご来店いただいた。そのため、平均来客数が 5.0 人という結果となり、具体的指標は達成できなかった。</p> <p>この理由は、カフェの通常営業日について、ショップカードの配布など広報ができておらず、いつ営業しているか知ってもらえなかったことや、サービスデーを設けるなどの利用していただくための工夫ができていないことなどが挙げられる。</p> <p>このことを受け次年度は、夏休み期間でも営業をしていることをInstagramや紙媒体のチラシを用いて宣伝を行う。また、認知度を向上させるために地域イベントなどに来店した際にショップカードの配布を行う。そのほかにも通常営業に関するチラシを作成し、近隣の施設にご協力いただきチラシを設置し、認知度あげる。</p> <p>②通常営業で年間売上 338,778 円を達成する。</p> <p>今年度の通常営業での売上は 212,750 円だった。今年度前期は 19 日間の営業で 106,600 円の売上だった。また、夏休みに 9 日間の営業を行い 28,900 円の売上だった。後期は 27 日間の営業で 77,250 円の売上だった。そのため、今年度の通常営業では合計 212,750 円の売上となり、62.7%の達成率となった。その他にも「祇園・興動祭」にて接客、メニュー、価格、提供速度などに関するアンケートを行い、結果をメンバー内で共有した。しかしながら、具体的指標に対して 126,028 円下回る結果となった。この理由は、通常営業に関するチラシ等の作成ができなかったため、カフェの認知度不足や期間限定メニ</p>	

ューの開発が冬中心になっていたため、夏休み等の来店を向上させる取り組みが不十分だった。その他にも SNS 割引やスタンプカードの作成ができていないため、新規顧客の獲得、リピート率を向上させることができなかった。このことを受けて次年度は、夏休み期間の売上が低いため、夏休みに来店していただけるように宣伝を強化するとともに、新規顧客獲得のための SNS 割引や、リピート率を向上させるためにスタンプカードの作成を行う。また、通常営業に関するチラシの作成を定期的に行い、近隣施設などに設置する。

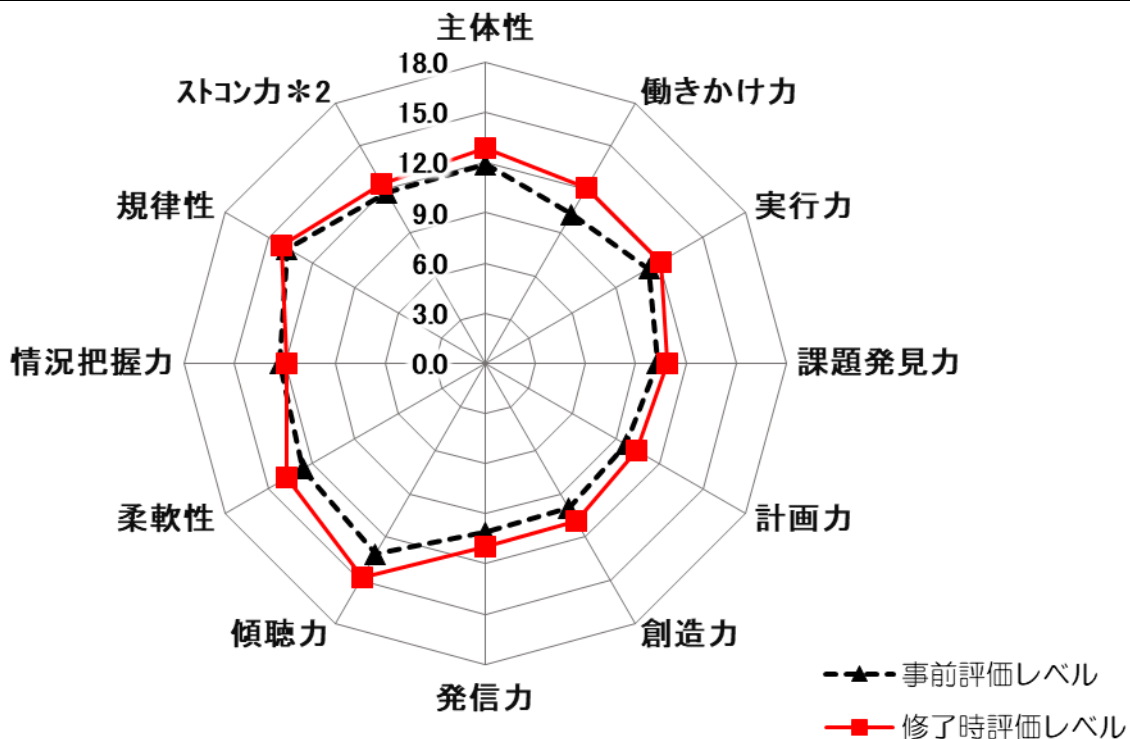
③ イベント営業で年間売上 796,060 円を達成する。

今年度のイベント営業での売り上げは 705,320 円だった。今年度のイベント営業では、学内で弁当販売を年間で 4 回行い売上は 31,120 円だった。後期の弁当販売ではアンケートを実施し、アンケート結果をもとに次回の弁当販売で販売する商品を決定するなど、より売上を挙げるための活動を行った。また、他団体の貸し切りでは、地域の演奏会の会場として場を 6 回提供し、売上は 153,200 円だった。その他にも、雑貨イベント 7,450 円、陶芸教室 19,600 円、フェアウェルパーティー 138,000 円、地域発信プロジェクト新人歓迎会 50,000 円の売上だった。イベントへの出店ではフラワーフェスティバル 94,800 円、経大祭 56,850 円、祇園・興動祭 76,200 円、その他地域イベントでは 59,950 円の売上であった。今年度のイベント営業では合計 705,320 円の売上となり、88.6%の達成率となり、具体的指標に対して 90,740 円下回った。この理由は、貸し切りとして予約される方は、過去の利用経験のある方のみとなっており、広報不足による新規利用者がいないことが挙げられる。また、地域イベントに出店した際、ほかの店舗と比べてメニュー表や POP が見えにくいいため、何を販売しているかが一目で判断が付きにくかったことや SNS での宣伝が不十分だったことも挙げられる。このことを受けて次年度は、新規利用者を得るために、主な対象者である子育て世代の方が集まる子育てオープンスペースや産婦人科、保健センター、MaMa ぽっけなどの子育て支援団体、保育園へ行き、直接利用できる方法やサービス内容を記したチラシを配布することで、少人数でもイベントとして利用できることを宣伝し、新規顧客を獲得する。また、より目につきやすいメニュー表や POP 作りについて、メンバー内で共有し意見をもとに修正する。また、イベント出店する際には必ず事前に SNS で宣伝を行う。

3. 受賞・新聞記事掲載等 56,860		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 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. やや優れている 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	0	8	1
総合計 (20 点中)		9 点			

5. メンバーの成長度合 ※メンバー全員の「社会人基礎力」※1 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「ストロンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	スポーツ推進プロジェクト	
	公認 A		
設立年月日	2006年7月12日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	17_flp		
コーディネーター名	足立 知久	リーダー名	山口 慶典
メンバー数	66名（2025年12月31日現在）	会計責任者	新光 花音
プロジェクトの企画背景	<p>広島県は広島東洋カープ、サンフレッチェ広島、広島サンダース、広島メイプルレッズ、安芸高田わくながハンドボールクラブ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多県である。しかし、観客動員の面から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スポーツチームに対する興味・関心の低迷は顕著である。その様な中、私たち大学生が大学生からの視点から地元の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コミュニケーションの形を模索していく。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。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>私たちにとって社会課題は、国民のスポーツ離れである。近年、運動不足が深刻な問題となっている。運動不足になることで、肥満などの生活習慣病や運動能力の低下、高齢者の寝たきりなどにつながりやすい。その影響もあり、我が国の2023年度の国民医療費は47.3兆円で過去最高を記録している。WHOは1日60分以上、元気に体を動かすことを推奨していることに加え、厚生労働省の「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023」にも、習慣的な身体活動は死亡や疾患発症のリスクを低減し、健康増進に効果的であることが示されている。運動を習慣化している人たちの主な理由は「子どもの頃からスポーツをしている」が大半を占めており、子どものころから運動する習慣を身につけることが重要である。</p> <p>このような社会課題の解決に向けて、私たちは官民一体の「スポーツ推進」を実践する。地域行政、学校、スポーツ団体、大学生、他県にはないトップス広島という強みを生かし、運動をあまりする機会のない子どもに気軽に体を動かす機会を提供し、運動を習慣化するきっかけをつくるため、並行して実態調査を行う。さらに、すでにスポーツをしている参加者には、普段試合に出場する機会のない参加者に試合の場を提供することで、スポーツ離れを防ぎ継続的にスポーツに取り組む環境づくりを行い、スポーツが「やりたい」「観たい」「関わりたい」「挑戦したい」人を増やす。また、広島スポーツ（主にトップス広島加盟チーム）の認知度の向上を目指す。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>大学生が子ども達と広島のスポーツチームをつなぎ、スポーツ推進を図ることで、広島のスポーツ界の振興、発展に貢献していく。</p>		

<p>プロジェクトの 年間目標と具体的 指標</p>	<p>(1) 運動習慣を身につけるためのきっかけをつくる。 ❶体を動かすことに興味関心が高まったと感じたイベント参加者の割合が 100%になる。(関連する事業③、⑤) ❷今後運動を始めたいと感じたイベント参加者の割合が 100%になる。(関連する事業③、⑤)</p> <p>(2) 今後も競技スポーツを継続するきっかけをつくる。 ❶取り組んでいるスポーツに対しモチベーションが上がった参加者の割合が 100%になる。(関連する事業②、④、⑦、⑧)</p> <p>(3) 広島のスポートチームに興味・関心を持つ参加者が増える。 ❶広島のスポートチームに興味・関心を持つ参加者の割合が 100%になる。(関連する事業①、②、③、④、⑤、⑥、⑧)</p>		
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	<p>No,</p>	<p>事業名</p>	<p>実施時期</p>
	<p>①</p>	<p>トップスニュース広島</p>	<p>通年</p>
	<p>②</p>	<p>第 9 回 FLP カップ (サッカー)</p>	<p>4 月</p>
	<p>③</p>	<p>フラワーフェスティバル</p>	<p>5 月</p>
	<p>④</p>	<p>ドラゴンフライズバスケットボール教室</p>	<p>6 月</p>
	<p>⑤</p>	<p>スポーツでつながる！ 祇園チャレンジフェスタ 2025</p>	<p>10 月</p>
	<p>⑥</p>	<p>サンフレッチェ広島レジーナ応援イベント</p>	<p>11 月</p>
	<p>⑦</p>	<p>第 1 回 FLP カップ (野球)</p>	<p>11 月</p>
	<p>⑧</p>	<p>第 1 回 FLP カップ (バスケットボール)</p>	<p>未実施</p>

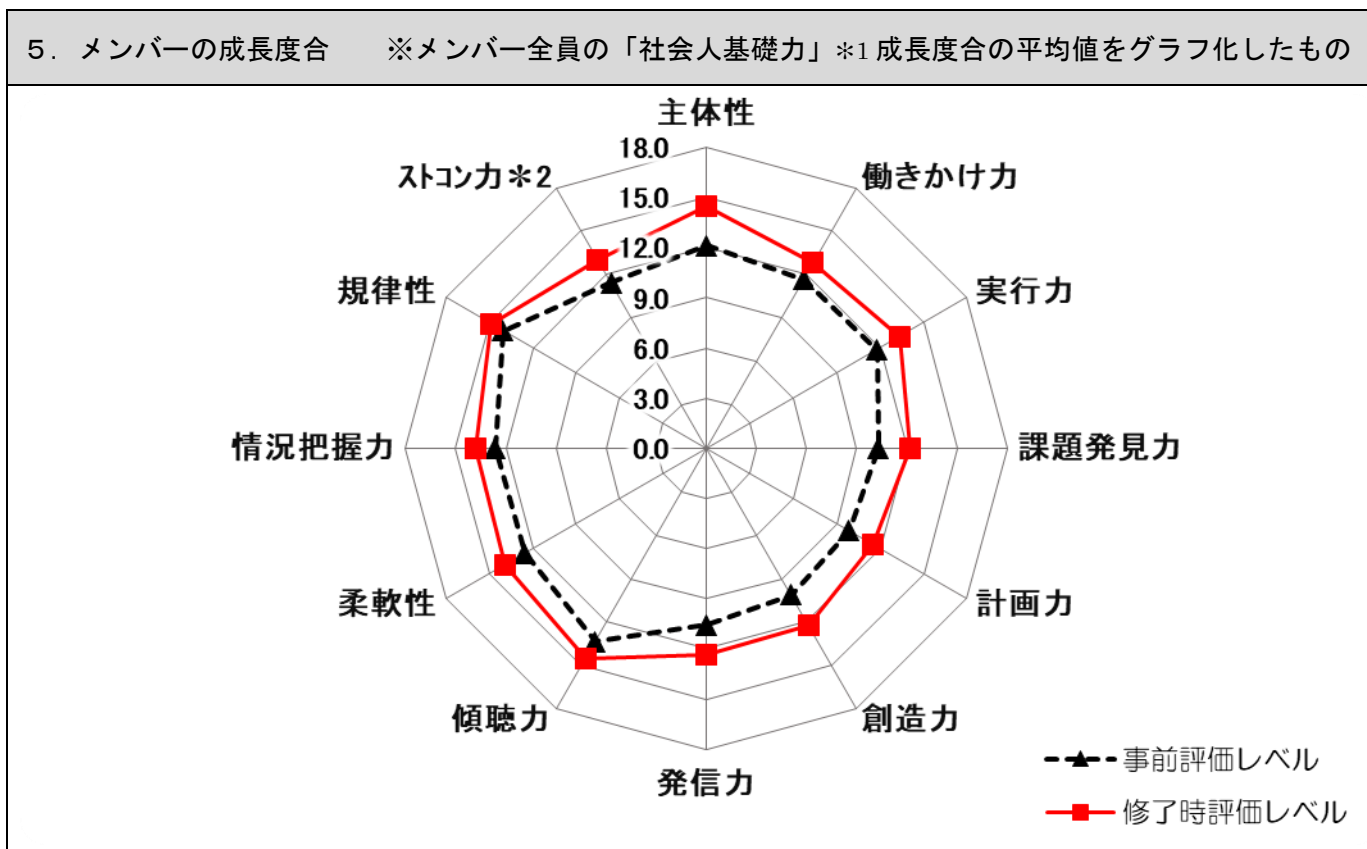
2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) 運動習慣を身につけるためのきっかけをつくる。	高い
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
①体を動かすことに興味関心が高まったと感じたイベント参加者の割合が 100%になる。	○
②今後運動を始めたいと感じたイベント参加者の割合が 100%になる。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、運動をして楽しんでもらうことで新たに運動を始めってもらうきっかけを提供する。その中でスポーツの楽しさに気づき、運動習慣を身につけるきっかけになってもらうことを目指して、2つのイベントを開催した。</p> <p>5月3日から5日までの3日間、広島市内で開催されたフラワーフェスティバルで、女子ハンドボールチームの「イズミメイプルレッズ広島」の協力のもと「イズミメイプルレッズ広島応援イベント」を実施した。このイベントでは、選手が実際に使用しているボールを使って的あてを行い、的の得点に応じてイズミメイプルレッズ広島の景品を渡した。このイベントには1,206人が参加した。</p> <p>10月4日、広島イオンモール祇園で、「安佐南区保健センター」と共催し「スポーツでつながる！ 祇園チャレンジフェスタ 2025」を実施した。このイベントでは、けんけんパ、ミニボーリング、お手玉を使った運動体験、健康スポーツに関するクイズ型スタンプラリーを行った。また、大人の来場者には血管年齢と肥満度をチェックするシステムを使って、健康チェックを行った。このイベントには125人が参加した。</p> <p>年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「高い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①体を動かすことに興味関心が高まったと感じたイベントの参加者の割合が 100%になる。</p> <p>今年度の活動ごとにアンケートを取り、161件(イズミメイプルレッズ広島応援イベント 55件、スポーツでつながる！ 祇園チャレンジフェスタ 2025 イベント 106件)の回答を得た。</p> <p>アンケートの設問「体を動かすことことに興味関心が高まったか」では「とても高まった」「高まった」と回答した参加者は、91.1%であった。これらのイベントを通じ参加者に体を動かすことへの興味関心を高めることができた。しかしながら、参加者の中には球技が苦手な参加者がおり、誰もが安全かつ気軽に楽しめる体験イベントを実施してほしいとの声があった。そのため次年度は、誰でも楽しめる運動を体験してもらうことで、より幅広い参加者に運動するきっかけを提供する。</p> <p>②今後運動を始めたいと感じたイベントの参加者の割合が 100%になる。</p> <p>アンケートの設問「今後運動を始めたいという意欲に変化が生じたか」では「とても生じた」「生じた」と回答した参加者は、90.0%であった。これらのイベントを通じ、参加者に今後運動を始めたいと思ってもらうことができた。しかしながら、一部の参加者から「どんな運動から始めたらいいのかわからない」「継続する自信がない」などの声が上がった。そのため次年度は、イベント開催時に、今後始める運動としてオススメなスポーツを紹介したり、少しずつでも毎日やるという意識を持つようなイベント内容を考える。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) 今後も競技スポーツを継続するきっかけをつくる。	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①取り組んでいるスポーツに対しモチベーションが上がった参加者の割合が100%になる。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、スポーツをしているが普段試合に出場する機会のない小学生を対象として試合の場を提供することで、継続的にスポーツに取り組むモチベーションを上げてスポーツ離れを防ぎ、スポーツをもっと「やりたい」「観たい」「関わりたい」「挑戦したい」としてもらおうことを目指した。そのため今年度は4つのイベントを計画し、うち3つ開催した。</p> <p>4月19日に広島経済大学フットボールパークで「第9回FLPカップ」を行った。このイベントは、試合出場機会が少ない小学校低学年を対象に、サッカーの楽しさを改めて感じてもらい今後もスポーツを続けたいとってもらえることを目的に開催し、安佐南区のスポーツ少年団6チーム95人が参加した。今回は新たな試みとして、子ども達だけでメンバー交代を行うなどの子ども主体で試合を行った。また、このイベントでは「株式会社サンフレッチェ広島」の協力のもと、アンバサダーの森崎 浩司氏にお越しいただき、ドリブルリレーなどの企画でイベントを盛り上げてもらった。</p> <p>6月28日に広島経済大学石田記念体育館で「株式会社ドラゴンフライズ」の協力のもと「ドラゴンフライズバスケットボール教室」を行った。ゲストとして寺嶋 良選手にも来ていただいた。このイベントは、チームの認知度向上とバスケットボールの楽しさを知ってもらい今後も続けたいとってもらえることを目的に開催し、広島県内の親子27組54人が参加した。</p> <p>11月30日に沼田運動広場にて少年野球大会の「FLPカップ(野球)」を開催した。このイベントは、試合出場機会が少ない小学校5年生以下を対象に、野球の楽しさを改めて感じてもらい今後もスポーツを続けたいとってもらえることを目的に開催し、広島県内のスポーツ少年団6チーム72人参加のもと、2ブロック総当たりで試合を行った。</p> <p>なお、今年度実施を予定していた「FLPカップ(バスケ)」については開催場所の日程調整が上手くいかなかったため、開催できなかった。</p> <p>年間目標に紐づいた具体的指標①の結果から、目標達成度は「高い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①取り組んでいるスポーツに対しモチベーションが上がった参加者の割合が100%になる。</p> <p>今年度の活動ごとにアンケートを取り、221件(第9回FLPカップ95件、ドラゴンフライズバスケットボール教室54件、FLPカップ(野球)72件)の回答を得た。</p> <p>FLPカップ(サッカー)で実施したアンケート(95件)の設問「これからもサッカーを続けたいと思いましたが?」では「そう思う」「少しそう思う」と回答した参加者は、91.1%であった。また、子ども達から「すごく楽しかった!」「シュートが入って嬉しかった!」などという声もあった。加えて、保護者や指導者の方からも「来年も参加してもらいたい」というお言葉をいただいた。ドラゴンフライズバスケットボール教室とFLPカップ(野球)で行ったアンケート(合計126件)の設問「スポーツに対するモチベーションに変化が生じたか?」では「とても生じた」「生じた」と回答した参加者は94.5%であった。参加者からは「楽しかった!」「またこのようなイベントを実施してほしい」「野球がもっと好きになった。」などという声をいただいた。このような結果から、スポーツに対するモチベーションを上げてもらった。しかし、FLPカップ(バスケ)が開催できなかったことから、次年度は早い段階から場所の確保とメンバー間での共有を行い、計画通り実施できるようにする。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(3) 広島のスポートチームに興味・関心を持つ参加者が増える。	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
① 広島のスポートチームに興味・関心を持つ参加者の割合が 100%になる。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、広島のスポートチームに触れるきっかけを提供することで、興味・関心を持ってもらうことを目指した。今年度は広島トップススポーツ 10 種目 12 チームで構成される「NPO 法人トップス広島」を紹介する広報誌「トップスニュース」の記事作成と 6 つのイベントを計画し、うち 5 つ開催した。</p> <p>「トップスニュース」では、トップス広島加盟チームの選手に取材を行い、3 か月に 1 回記事を作成した。記事の最後にアンケートを掲載し、3 件の回答があった。</p> <p>11 月 16 日に広島イオンモール祇園で「株式会社サンフレッチェ広島」の協力のもと「サンフレッチェ広島レジーナ応援イベント」を行った。このイベントでは、キックターゲットとクイズラリーを行い、サンフレッチェ広島レジーナの選手のサインや試合のチケットを景品として実施した。このイベントには 426 人の参加があり、217 件のアンケートに回答してもらった。</p> <p>その他、4 月 19 日の「第 9 回 FLP カップ」、5 月 3 日から 5 日までの 3 日間フラワーフェスティバルで行った「イズミメイプルレッズ広島応援イベント」、6 月 28 日の「ドラゴンフライズバスケットボール教室」、10 月 4 日の「スポーツでつながる！ 祇園チャレンジフェスタ 2025」においても広島のスポートチームの PR を行った。</p> <p>なお、今年度実施を予定していた「FLP カップ (バスケ)」については、開催場所の日程調整が上手くいかなかったため、開催できなかった。</p> <p>年間目標に紐づいた具体的指標①の結果から、目標達成度は「高い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>① 広島のスポートチームに興味・関心を持つ参加者の割合が 100%になる。</p> <p>今年度の活動ごとにアンケートを取り、530 件 (第 9 回 FLP カップ 95 件、イズミメイプルレッズ広島応援イベント 55 件、ドラゴンフライズバスケットボール教室 54 件、スポーツでつながる！ 祇園チャレンジフェスタ 2025 イベント 106 件、サンフレッチェ広島レジーナ応援イベント 217 件、トップスニュース広島 3 件) の回答を得た。</p> <p>アンケートの設問「広島のスポートチームの興味関心に変化が生まれましたか？」では「とても生じた」「生じた」と回答した参加者は 90.4%であった。これらのイベントにより、多くの参加者に広島のスポートチームに興味・関心を持ってもらえた。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年9月18日	中国新聞	【広島経済大】スポーツフェス、運営協力 子どもに楽しさを伝える
2025年10月9日	中国新聞	運動の魅力 児童ら体感 安佐南区 広島経済大生が催し

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価：A. 優れている B. やや優れている 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	3	2	0
総合計 (20点中)		17点			



※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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	カンボジア国際交流プロジェクト	
	公認 B		
設立年月日	2008 年 12 月 15 日	活動期間	2025 年 4 月 1 日～2025 年 12 月 31 日
Instagram	hue_cambodia hue_cambodia_en		
コーディネーター名	柏谷 紘計、兼吉 晴美、 上 禅世	リーダー名	高井 早代
メンバー数	41 名（2025 年 12 月 31 日現在）	会計責任者	吉迫 秀人
プロジェクトの 企画背景	<p>カンボジア国際交流プロジェクトの 1 期生である平成 19 年度の学生が、元本学教員川村氏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。カンボジアの人たちの笑顔の無い映像や写真を見たことや、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たちの力で少しでも良くすることが出来ないか、役に立てることはないかと考え、1 期生は、プロジェクトを立ち上げる事となった。様々な問題がある中で、次世代を担う子どもたちの教育面に着目して、副読本を作成することを決意した。</p>		
プロジェクトの 活動趣旨	<p>1975 年から 1979 年までのおよそ 4 年間にわたるポル・ポト政権のカンボジア支配により、およそ 170 万人のカンボジア人が殺害された。当時の政権下では、知的な職業人が政敵とされ、近年の政府の推測によると、教員の 75%、大学生の 96%、小学生・中学生の 67%が犠牲となり、教育人材だけでなく、教材をはじめ多くの学校設備が破棄された。その影響は 40 年以上たった今なお続いており、教員の不足、教育の質の低さなどがある。</p> <p>具体的に、カンボジアの教員 1 人当たり小学校の児童は 41.7 人で、世界で 10 番目に多い。世界の平均値が 24 人であることから教員不足であると言える。教員数の不足からくる問題は多岐にわたる。教員 1 人当たりの児童数が多いために、午前と午後の二部制を導入したり、日本の小学校と比べて科目数が少なかったりと十分な教育が行き届いていない。授業スタイルの暗記中心であることが多く、ディスカッションの授業（自分で考える授業）が少ないのが現状である。この問題点は、受け身の学習活動となりやすく、いろいろな意見を通して新しい学びや、協力して問題を解決していく経験が得られない。</p> <p>上記の通りカンボジアはさまざまな教育問題がある中で、本プロジェクトは教育の質の低さに着目した。過去に制作した『低学年用副読本 SAKURA』や現在制作中の『第二版副読本 AOGIRI』、そして衛生教育マニュアル本を通じた授業を展開することで、教育の質の向上に貢献できると考える。また、『第二版副読本 AOGIRI』において被爆地・広島の子が戦後の復興過程を記し、教育していくことに意義があると考えている。</p>		
プロジェクトの 活動目的	<p>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、教育の質向上を目指す。また、広島の戦後復興プロセスを参考にしてもらい自国を発展させるための志を抱くことのできる環境にする。</p>		

<p>プロジェクトの 年間目標と具体的 指標</p>	<p>(1) 第二版副読本『AOGIRI』の電気分野、医療分野、車分野を完成させる。 ①教材（電気分野・医療分野・車分野）の内容が理解できたと回答する授業に参加した子ども達の割合が90%以上になる。（関連する事業①、⑤） ②授業に参加した子ども達の学習正答率が100%になる。（関連する事業①、⑤） ③広島戦後復興物語からの学びを自分の言葉として表現できる、授業に参加した子ども達の割合が80%以上になる。（関連する事業①、⑤）</p> <p>(2) カンボジアのごみ問題に対する子ども達の意識が高まる。 ①ごみ教育を推進するための衛生教材（子ども向け教材・教員向けマニュアル）を完成させるための課題が整理できる。（関連する事業②、⑤） ②子ども向け教材を通し、ごみに関する知識が身についたと回答する子ども達の割合が100%になる。（関連する事業②、⑤） ③訪問した小学校の教員が教材とマニュアルを今後授業で活用したいと回答する割合が80%以上になる。（関連する事業②、⑤）</p> <p>(3) 私達のプロジェクトに協力して下さる仲間（企業、団体、学生）との連携が強化される。 ①2026年度より、AOGIRIをカンボジア全土に普及させるため、協賛、助成金としてご協力いただくための準備（提案資料作成・企業団体のリストアップ）が整う。（関連する事業③） ②2026年度より、パニアッサストラ大学と共同で教育支援を行うための新たなしくみができる。（関連する事業④、⑤）</p>		
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	<p>No,</p>	<p>事業名</p>	<p>実施時期</p>
	<p>①</p>	<p>電気分野、医療分野、車分野の完成</p>	<p>通年</p>
	<p>②</p>	<p>カンボジアのごみ問題に関する活動</p>	<p>通年</p>
	<p>③</p>	<p>日本国内に向けての活動</p>	<p>通年</p>
	<p>④</p>	<p>パニアッサストラ大学との共同授業</p>	<p>未実施</p>
	<p>⑤</p>	<p>夏渡航</p>	<p>未実施</p>

2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) 第二版副読本『AOGIRI』の電気分野、医療分野、車分野を完成させる。	低い
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
①教材 (電気分野・医療分野・車分野) の内容が理解できたと回答する授業に参加した子ども達の割合が 90%以上になる。	△
②授業に参加した子ども達の学習正答率が 100%になる。	×
③広島戦後復興物語からの学びを自分の言葉として表現できる、授業に参加した子ども達の割合が 80%以上になる。	×
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>副読本を通して、自ら工夫して課題解決する知識を身につけ、自国の発展に役立て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。この副読本は、被爆後の広島の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取材し、それぞれの物語をまとめたものである。過去に内戦や大量虐殺などの歴史があるカンボジアの子ども達が、AOGIRI を使用した授業を通して、自ら物事を考え、行動できる力を身につけるとともに、自国発展への意志や想いを持つことを狙いとしている。自ら工夫して課題解決する知識を身につけるための方法として、AOGIRI では、文部科学省の学習指導要領の「豊かな創造性を備え、持続可能な社会の造り手となることが期待される児童に、”生きる力”を育むこと」を参考とし、「①知る (知識)」「②考える・表す (思考、判断、表現)」「③一歩踏み出す (主体性)」の 3 つのステップを通し、広島戦後復興のプロセスから学びを得る内容としている。「①知る (知識)」では、原子爆弾によって広島に起こった事実を学校・ガス・電気・水道・車・商業・医療の 7 分野を物語形式で学ぶ。なお、7 分野のうち、ガス、水道、学校、商業は 2024 年度までに完成した。「②考える・表す (思考、判断、表現)」では、各分野において選択式の学習問題を設け、物語の中から答えを探し出し理解する力を養う。また、広島の復興物語を読んで学んだことを自分の言葉で表現する設問を設けている。この設問では、各分野において、広島の復興に必要な意志や力を考えてもらい表現することを通し、自分で考え、表現する力を養う。「③一歩踏み出す (主体性)」では、大まかめのページを 3 つ設け、副読本での学びを活かし、自分がこれからできることを考え、動き出すきっかけをつくる。これらを通し、自ら工夫して課題解決する知識を身につけ、自国の発展に役立ててもらう内容である。</p> <p>年間目標を達成するために、国内では、車分野、電気分野、医療分野それぞれの関係者に対し、被爆後の広島の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取材した。渡航前には、取材内容をもとに教材を仮完成させることを目指した。また、カンボジアへの現地渡航時には、仮完成させた分野がカンボジアの子どもたちにとって理解できる内容になっているか、学びを自分の言葉として表現できるかを確認することを目指した。</p> <p>国内活動では、7 月 25 日に車分野のモデルとした「マツダ株式会社」について情報を収集するため、メールにて取材を行い、8 月 18 日には電気分野のモデルとした「中国電力株式会社」についての情報を収集するため、訪問しインタビューを行った。その結果、電気分野と車分野は仮完成に至ったものの、医療分野は関係者との調整がうまく進まず、仮完成に至らなかった。</p> <p>カンボジア現地の活動では、2025 年 5 月に発生したタイとカンボジアの軍事衝突により、渡航活動は中止となった。そのため、カンボジアの子ども達を対象にした授業が実施できなかったことで学びに関する成果を得ることはできなかった。</p>	

この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「低い」となった。

具体的指標の達成状況については以下の通り。

①教材（電気分野・医療分野・車分野）の内容が理解できたと回答する授業に参加した子ども達の割合が90%以上になる。

②授業に参加した子ども達の学習正答率が100%になる。

③広島戦後復興物語からの学びを自分の言葉として表現できる、授業に参加した子ども達の割合が80%以上になる。

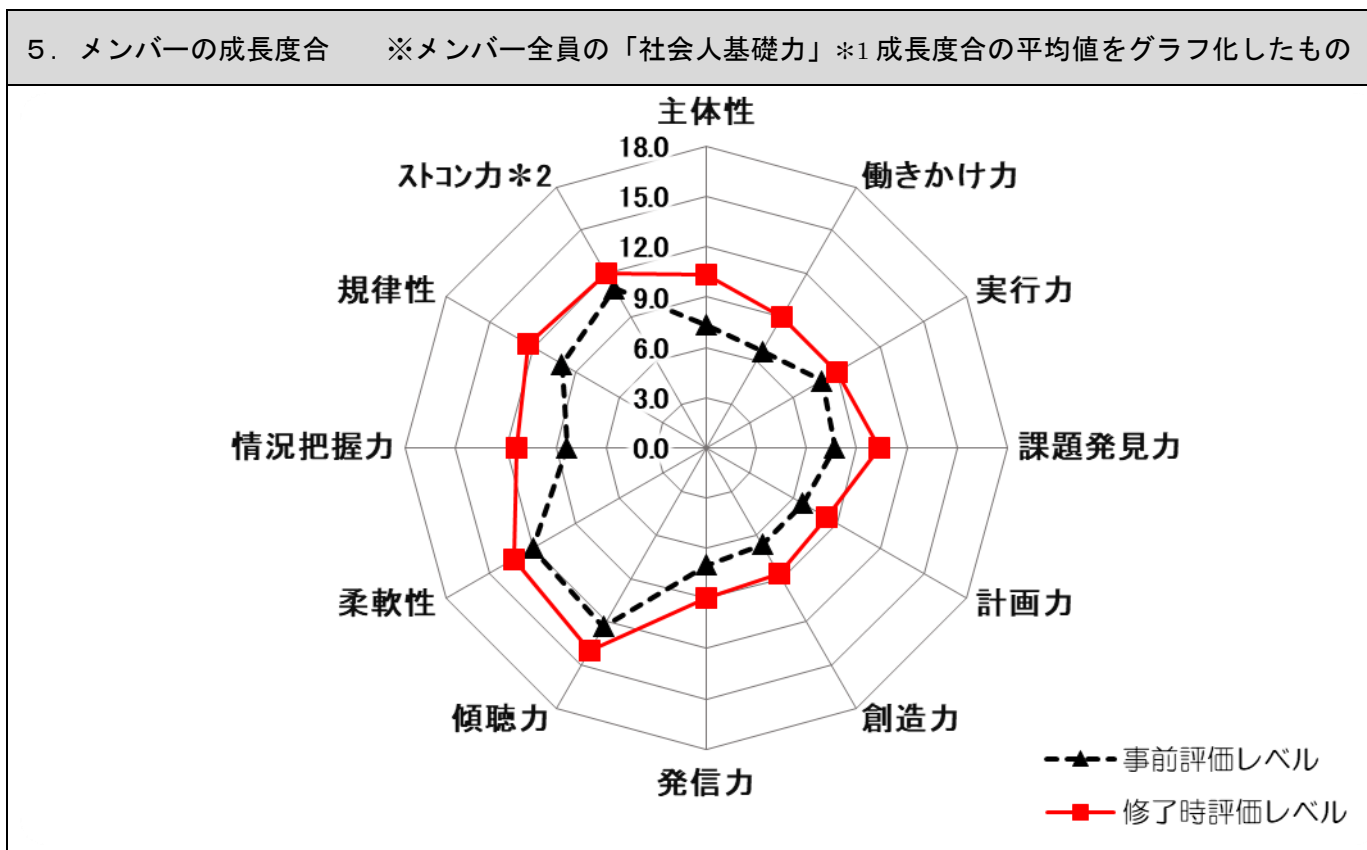
今年度は渡航が中止になったことにより、第二版副読本『AOGIRI』の学校・ガス・電気・水道・車・商業・医療の7分野の未完成だった3分野（電気・医療・車）のうち、電気と車分野を仮完成させるまでの活動になった。そのため次年度は、残りの医療分野を仮完成させて、渡航活動で授業を行い理解度や学習正答率、学びを自分の言葉として表現できるかを確認する。

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) カンボジアのごみ問題に対する子ども達の意識が高まる。	低い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①ごみ教育を推進するための衛生教材 (子ども向け教材・教員向けマニュアル) を完成させるための課題が整理できる。	△
②子ども向け教材を通し、ごみに関する知識が身についたと回答する子ども達の割合が100%になる。	×
③訪問した小学校の教員が教材とマニュアルを今後授業で活用したいと回答する割合が80%以上になる。	×
<p>【総括】 (できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>カンボジアでは、ごみ教育が課題となっている。子ども達が健康に学校に通うためには、衛生環境の向上だけでなく、子ども達自身にもごみについて正しい知識を持つことが重要です。そこで、本プロジェクトが現地へ行かなくても、子ども達が正しいごみ処理の知識を身につけられるよう、子ども向けの「ごみ教育推進教材」の製作や教員向けの「マニュアル」製作に取り組んでいる。そのため、年間目標を達成するために日本国内においては、現在製作中のごみ教育推進教材を完成させ、現地においてはごみ教育推進教材を使用した授業を行うことで理解度を確認するとともに現地の小学校教員に活用してもらうための打ち合わせをすることを目指した。</p> <p>日本国内では、ごみ教育推進教材を仮完成させた後、7月10日、「広島市役所環境局環境政策課」に、製作中のごみ教育推進教材について記載内容に間違いがないかの確認や改善点についてメールにて意見をいただき、子ども向けのごみ教育推進教材が完成した。また、本学に留学中のカンボジア人留学生に協力してもらい、クメール語版の教材を完成させた。</p> <p>しかしながら、渡航が中止になったことにより、カンボジア国内で計画していた製作したごみ教育推進教材を授業で使用することができなかった。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「低い」となった。具体的指標の達成状況については以下の通り。</p> <p>①ごみ教育を推進するための衛生教材 (子ども向け教材・教員向けマニュアル) を完成させるための課題が整理できる。</p> <p>②子ども向け教材を通し、ごみに関する知識が身についたと回答する子ども達の割合が100%になる。</p> <p>③訪問した小学校の教員が教材とマニュアルを今後授業で活用したいと回答する割合が80%以上になる。</p> <p>今年度は渡航が中止になったことにより、日本国内でごみ教育推進教材を完成させるまでの活動になった。教員向けのマニュアルについては、日本の小学校で使用されている教員用の資料を収集するまではできたが、担当メンバー間の作業日程の調整ができず完成できなかった。そのため次年度は、渡航までに教員向けのマニュアルを完成させるとともに、渡航活動で子ども向けのごみ教育推進教材を用いた授業で子どもの理解度を確認しつつ、教員向けマニュアルの活用について現地の教員と打ち合わせを行う。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(3) 私達のプロジェクトに協力してくださる仲間 (企業、団体、学生) との連携が強化される。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①2026 年度より、AOGIRI をカンボジア全土に普及させるため、協賛、助成金としてご協力いただくための準備 (提案資料作成・企業団体のリストアップ) が整う。	◎
②2026 年度より、パニアッサストラ大学と共同で教育支援を行うための新たなしくみができる。	△
<p>【総括】 (できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、第二版副読本『AOGIRI』の発行に向けて日本の企業や団体から資金援助の協力依頼や現地で私たちがいない間も活動を引き継いでもらうための仕組みづくりを目指した。</p> <p>協賛、助成金をご協力いただく取り組みとして、6月10日、本プロジェクトの活動に共感いただいた「丸紅株式会社中国支社」からごみ教育推進教材のデータ作成費用として10万円の協賛金をいただくことができた。また、11月14日「広島南ロータリークラブ」を訪問し、本プロジェクトの衛生教育活動をプレゼンテーションした。その結果、ごみ教育推進教材のデータ作成に必要な残りの費用について協賛していただくことが決定した。さらに、2026年2月20日「広島南ロータリークラブ」にて、本プロジェクトの衛生教育活動に対し協賛金授与式があり、19万400円の協賛金をいただいた。</p> <p>パニアッサストラ大学と共同で教育支援を行うための新たなしくみづくりの活動では、5月26日と7月14日にオンラインにてパニアッサストラ大学の学生と会議を行い、現地での活動について打ち合わせを行った。しかしながら、渡航が中止になったことにより、現地の姉妹校であるパニアッサストラ大学の学生と対面で打ち合わせを実施することができなかった。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「高い」となった。具体的指標の達成状況については以下の通り。</p> <p>①2026 年度より、AOGIRI をカンボジア全土に普及させるため、協賛、助成金としてご協力いただくための準備 (提案資料作成・企業団体のリストアップ) が整う。</p> <p>今年度は、協賛、助成金の支援をお願いする提案資料の作成だけでなく、ごみ教育推進教材のデータ作成費用である19万400円の協賛金を得ることができた。また、「広島南ロータリークラブ」以外にも支援をお願いする企業団体のリストとして「アヲハタ株式会社」「株式会社アンデルセン」「オタフクソース株式会社」「大和ハウス工業株式会社」「中国電力株式会社」「日本たばこ産業株式会社」「広島ガス北部販売株式会社」「マツダ株式会社」「山崎製パン株式会社」の9社をリストアップした。しかしながら、リストアップするまでに時間がかかり、訪問するまでには至らなかった。これを受けて次年度は、リストアップした企業を訪問するよう計画していく。</p> <p>②2026 年度より、パニアッサストラ大学と共同で教育支援を行うための新たなしくみができる。</p> <p>オンライン会議では、私たちの活動紹介や渡航時にパニアッサストラ大学で大学生を対象に行っている本プロジェクト活動及び日本文化を紹介するサクラフェスティバルの開催内容、現地の小学校で共に授業をしたいことに加え、日本に帰国している間の活動を引き継いでもらいたい旨の共同活動について提案を行った。共同活動については、現地学生の交通費などの課題が挙げられたため、今後も打ち合わせを継続することとなった。これにより、定期的なオンライン会議を行う体制をつくることができた。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 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. やや優れている 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	12	0	0
総合計 (20点中)		16点			



※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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	コミュニティ FM 放送局運営プロジェクト	
	公認 B		
設立年月日	2013 年 6 月 3 日	活動期間	2025 年 4 月 1 日～2025 年 12 月 31 日
Instagram	fm_ham79.0mhz		
X (旧 Twitter)	@FMHAMSTAR		
コーディネーター名	溝下 博	リーダー名	近藤 咲良
メンバー数	32 名 (2025 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	吉本 郁弥
プロジェクトの企画背景	<p>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り、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着けることが出来る。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大学生ならではの番組を制作し、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。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>現在、安佐南区では地域コミュニティの低下が問題になっている。広島市の HP の「安佐南区の現況と課題について」「安佐南区まちづくりアクションプラン」の 2 つの資料によると、地域団体の担い手不足や地域の助け合いの意識の低下、世代を越えた交流がないといった地域におけるコミュニティ意識の希薄化が要因だと考えられる。上記の資料のアンケート結果によると、子育て相談ダイヤルや健康を目的としたイベントを開催しているのにも関わらず、子育てを相談できる人が周りにいない、身近に健康づくりに取り組める場所がない等と回答する割合が高い。その要因の 1 つとして、安佐南区で地域コミュニティを活性化させる取り組みが行われているがその情報が知られていない、情報を取り入れる機会がないといったことが挙げられる。</p> <p>そこで、地域住民が助け合って安心・安全な地域コミュニティを創るために、他大学に類を見ない本格的なラジオコードを用い、安佐南区の身近な情報（主に公的機関）を発信し、地域の方の交流を深めることで、地域活性化に向けたきっかけを作る。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>安佐南区の身近な地域情報を発信し、安佐南区のコミュニティ活性化のきっかけ作りの 1 つの存在として「地域に愛され信頼される放送局」になり、安佐南区の地域住民の方が助け合って安心・安全な地域コミュニティを築けるようになる。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 祇園を中心とした安佐南区の住民が FM ハムスターの存在を知る。</p> <p>① FM ハムスターのポスターまたはポストカードを置かせてもらえる安佐南区の公共施設や地域団体、商業施設を 10 件確保する。(関連する事業①、②)</p> <p>② イベントに参加した際、ポストカードを合計 1,000 枚以上配布する。(関連する事業①、③)</p> <p>③ 安佐南区のイベントに協力し、イベント参加者 250 人に FM ハムスターの存在を伝える。(関連する事業①、③)</p> <p>(2) 祇園を中心とした安佐南区の住民のニーズに合わせた情報を届ける。</p> <p>① 安佐南区の住民がラジオで取り上げてほしい内容について、500 件の情報が集まる。(関連する事業①、④)</p>		

	<p>②安佐南区の住民のニーズに合わせた番組が1つ作成できる。 (関連する事業①、④)</p> <p>(3) 安佐南区に密着した放送内容が増える。</p> <p>①娯楽番組に年9回地域の方にゲスト出演してもらい、地域に密着した情報を発信する。(関連する事業①、⑤)</p> <p>②地域に密着した放送内容になっていると回答する番組評価者(10人)の割合が100%になる。(関連する事業①)</p>		
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	No,	事業名	実施時期
	①	FM ハムスター運営	通年
	②	広報物設置による認知度向上	通年
	③	イベント参加による認知度向上	通年
	④	地域の声を聴くアンケートとニーズに合わせた新規番組作成	通年
	⑤	娯楽番組へのゲスト出演	通年

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(1) 祇園を中心とした安佐南区の住民が FM ハムスターの存在を知る。	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
① FM ハムスターのポスターまたはポストカードを置かせてもらえる安佐南区の公共施設や地域団体、商業施設を 10 件確保する。	◎
② イベントに参加した際、ポストカードを合計 1,000 枚以上配布する。	○
③ 安佐南区のイベントに協力し、イベント参加者 250 人に FM ハムスターの存在を伝える。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、安佐南区の公共施設や地域団体へ、ポスターの掲示やポストカードの設置を行った。また、安佐南区で開催されるイベントに司会等で参加し、ポストカードの配布をすることで「FM ハムスター」を知ってもらうことを目指した。そのため今年度は、安佐南区内にある 11 か所の公共施設と 1 か所の店舗計 12 か所にポスターの掲示やポストカードを設置してもらった。また、地域のイベントにも積極的に参加し、8 件のイベントで 750 枚のポストカード配布と併せて、ステージでの司会進行を行い、「FM ハムスター」を PR した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「高い」となった。具体的指標の達成状況については以下の通り。</p> <p>① FM ハムスターのポスターまたはポストカードを置かせてもらえる安佐南区の公共施設や地域団体、商業施設を 10 件確保する。</p> <p>今年度は、11 か所の公共施設と 1 か所の店舗計 12 か所にポスターの掲示とポストカードを設置していただくことができた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広島市祇園・長東地域包括支援センター ポスター1枚、ポストカード 50 枚 ・ 祇園西公民館 ポストカード 50 枚 ・ 祇園公民館 ポストカード 50 枚 ・ 東野公民館 ポストカード 50 枚 ・ 佐東公民館 ポストカード 50 枚 ・ 安東公民館 ポストカード 50 枚 ・ 安公民館 ポストカード 50 枚 ・ 古市公民館 ポストカード 50 枚 ・ 戸山公民館 ポストカード 50 枚 ・ 大塚公民館 ポストカード 50 枚 ・ 沼田公民館 ポストカード 50 枚 ・ JaPan 屋 ポストカード 50 枚 <p>② イベントに参加した際、ポストカードを合計 1,000 枚以上配布する。</p> <p>今年度は、安佐南区で開催されるイベントで 750 枚のポストカードを配布し、75%の目標達成率となった。しかしながら、各番組にゲスト出演された方にポストカードの配布をしなかったことや、本プロジェクトが参加したイベントが少なかったことに加え、当初配布を予定していたイベントでの配布が当日の準備資料の確認不足により持参できず、実施できなかったことにより、目標を達成することはできなかった。このことを受けて次年度は、プロジェクトの統一した取り組みとしてポストカード配布の徹底や公民館や区役所などへイベント情報の調査しに行く時間を確保する。また、イベントで目指すゴールを全体共有し、準備資料の不足などの問題点を指摘し合えるようにする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ふれあいフェスタ祇園 100 枚 	

・ 防災フェス	100 枚
・ あさマルシェ	100 枚
・ 安神社	50 枚
・ TOMOS FES	100 枚
・ 中筋秋まつり	50 枚
・ 祇園・興動祭	150 枚
・ やまもとふれあい祭り	100 枚

③安佐南区のイベントに協力し、イベント参加者 250 人に FM ハムスターの存在を伝える。

今年度は、従来参加していたイベントに加えて、新たに安神社祭り、TOMOS FES、中筋秋まつりに参加し、ポストカードを配布することができた。また、11 月 22 日に実施された音楽交流会においてステージでの司会を担当した。これにより、250 人に FM ハムスターの存在を伝えることができた。また、安神社祭り、TOMOS FES、中筋秋まつりの運営をした地域団体の方々とのつながりも生まれた。

年間目標 達成度の判断目安 高い(100-80%)、中程度(79%-30%)、低い(29%以下)	目標達成度
(2) 祇園を中心とした安佐南区の住民のニーズに合わせた情報を届ける。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎(100-90%・できた)、○(89-70%・ややできた) △(69-50%・あまりできなかった)、×(49%以下・できなかった)	指標達成度
①安佐南区の住民がラジオで取り上げてほしい内容について、500件の情報が集まる。	○
②安佐南区の住民のニーズに合わせた番組が1つ作成できる。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、地域のイベントに参加し、ラジオで取り上げてほしい内容を回答してもらいシールアンケートを実施することでニーズを把握し、新番組を制作することを目指した。制作してほしい分野を9つ(音楽、スポーツ、グルメ、地域イベント、バラエティ、子育て・福祉、防災・防犯、レジャー、ニュース)に分け、年代ごとに調査を行うことでよりニーズを把握できるようにした。その結果、今年度は幅広いジャンルの音楽を紹介する「HUE MUSIC BOX」という音楽番組を制作した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況については以下の通り。</p> <p>①安佐南区の住民がラジオで取り上げてほしい内容について、500件の情報が集まる。</p> <p>今年度参加した地域のイベントでシールアンケートを実施し、507件のアンケート回答を得た。 総票数 507票(10代 242票、20代 60票、30代 68票、40代以上 137票)</p> <p>10代 (1位:音楽 45.5%、2位:スポーツ 21.1%、3位:グルメ 9.5%) 20代 (1位:音楽 45.0%、2位:グルメ 20.0%、3位:地域イベント 11.6%) 30代 (1位:音楽 35.2%、2位:地域イベント 16.1%、3位:子育て・福祉 14.7%) 40代以上 (1位:地域イベント 21.1%、2位:グルメ&音楽 17.5%、3位:ニュース 8.7%)</p> <p>この結果から、音楽のニーズが一番多いことが分かった。また、30代40代は地域イベント情報の関心が高いことも分かった。しかしながら、参加したイベントの来場者に10代が多いことや、10代に話しかけやすいことから、10代の票数が突出してしまった。このことを受けて次年度は、各イベントにおいて、運営側の住民にもアンケートを行い、幅広い世代の情報を収集する。</p> <p>②安佐南区の住民のニーズに合わせた番組が1つ作成できる。</p> <p>アンケートで要望が多かった音楽を受け、幅広い世代やジャンルの音楽を紹介する「HUE MUSIC BOX」という音楽番組を制作し、12月1日から放送を開始した。加えて、2024年度から始まった安佐南区社会福祉協議会と連携した番組がきっかけとなり、今年度は山本 LMO まちづくり委員会と連携した番組「ぶろじえくと わい」が始まり、より地域に根差したラジオ局に近づいた。また、高校生がラジオに出演する番組「ハイスクール☆ステーション」も始まり、コミュニティ FM 放送局として地域に貢献できる番組が増えている。しかしながら、今回のアンケートで収集できたニーズは「音楽」のみであったため、どのような種類の音楽が聴きたいのかニーズが把握できていない。このことを受けて次年度は、どのような音楽のジャンルを求めているのか、より踏み込んだアンケートを取ることを検討する。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(3) 安佐南区に密着した放送内容が増える。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
① 娯楽番組に年 9 回地域の方にゲスト出演してもらい、地域に密着した情報を発信する。	○
② 地域に密着した放送内容になっていると回答する番組評価者 (10 人) の割合が 100% になる。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、まだ地域の方に出演していただいたことがない娯楽番組にゲストとして出演をしていただくことでより地域に根差した番組内容になることや、地域の方に放送内容を評価していただくことで番組内容の改善も目指した。</p> <p>そのため、今年度は娯楽番組である 3 番組にゲストとして出演していただいた。また、11 団体 14 人に放送内容の評価をしていただいた。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況については以下の通り。</p> <p>① 娯楽番組に年 9 回地域の方にゲスト出演してもらい、地域に密着した情報を発信する。</p> <p>今年度は 3 番組に合計 10 回出演していただくことができた。これにより、地域に密着した情報を発信することができた。しかしながら、当初の予定では、もっと多くの娯楽番組の中でゲストを呼ぶ予定だったが、番組内容に近い活動をされているゲストの選考に時間がかかり、放送に間に合わなかったり、調整不足で出演を断られるなどがあり、計画通りとはいかなかった。このことを受けて次年度は、番組内容と趣旨を再度見直し、地域色を出す番組や趣味に特化した番組の割合を再検討する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 魁！ハムスタースポーツ <ul style="list-style-type: none"> 放送日時:7 月 21 日 16 時 30 分～17 時 出演団体 :サンフレッチェ広島レジーナ (広島市) ・ はむっと！いただきます <ul style="list-style-type: none"> 放送日時:4 月 25 日 16 時～16 時 30 分 出演団体:ジラフクレープ広島祇園店 (祇園) 放送日時:5 月 23 日 16 時～16 時 30 分 出演団体:ARCOLIS (緑井) 放送日時:6 月 25 日 16 時～16 時 30 分 出演団体:HUE Café time (祇園) 放送日時:7 月 30 日 16 時～16 時 30 分 出演団体:あおい食堂 (広島市) 放送日時:9 月 24 日 16 時～16 時 30 分 出演団体:カレーと珈琲とおやつ mitomuya (緑井) 	

放送日時:10月29日16時～16時30分

出演団体:スギタベーカリー（山本）

放送日時:11月26日16時～16時30分

出演団体:JaPan 屋（祇園）

放送日時:12月24日16時～16時30分

出演団体:珈琲茶館 庵知来（祇園）

・@MAKE HEALTHY!!

放送日時:11月3日11時10分～11時30分

出演団体:みくまり農園（三原市）

②地域に密着した放送内容になっていると回答する番組評価者（10人）の割合が100%になる。

今年度は11団体14人にオリジナルの番組「はむっといただきます」「知っとこ！安佐南！」の放送内容を評価してもらったアンケート調査を実施した。

アンケートの設問「番組内容は地域に密着した番組になっていますか」では「大変そう思う」「そう思う」が100%だった。また「番組内容は地域の役に立つ内容になっていると思いますか」では「大変そう思う」「そう思う」が100%となり、達成できた。しかしながら、通常放送で手一杯となり、放送内容評価の依頼を始めるのが遅れてしまった。このことを受けて次年度は、計画的に取り掛かる。

番組を評価していただいた団体は以下の通り

- ・やまもと LMO まちづくり委員会
- ・祇園町商工会
- ・安佐南区民文化センター
- ・NEXCO 西日本中国支社
- ・安佐南区役所区政調整課
- ・山本連合睦会
- ・ダイドードリンコ(株)
- ・祇園公民館
- ・祇園・長束地域包括支援センター
- ・広島市まんが図書館
- ・安佐南警察署生活安全課

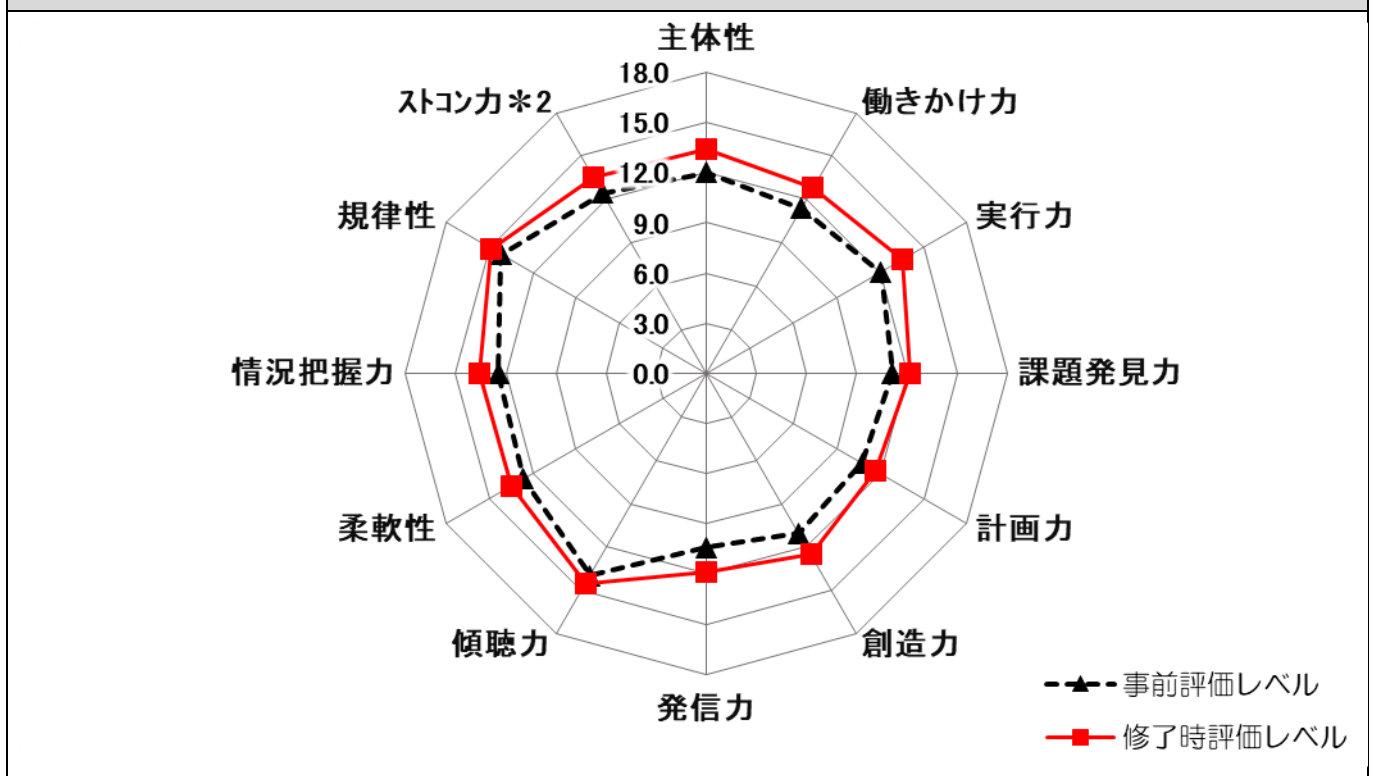
3. 受賞・新聞記事掲載等

年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年8月20日	中国新聞	高校生の夢 ラジオに乗せて
2025年10月5日	中国新聞	学内 FM 時報 CM を放送
2026年3月2日	中国新聞	広島経済大学の学生グループ運営「FM ハムスター」に感謝状、安佐南署 防犯や事故防止情報発信

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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			

5. メンバーの成長度合 ※メンバー全員の「社会人基礎力」*1 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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	地域発信プロジェクト	
	公認 B		
設立年月日	2018年11月19日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	@regionp_hue		
X (旧 Twitter)	@regionp_hue		
コーディネーター名	堀江 浩司、星加 哲	リーダー名	大津 陽生
メンバー数	37名 (2025年12月31日現在)	会計責任者	瀬戸 颯真、閑田 理加
プロジェクトの企画背景	<p>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。そこで、私たち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。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>私たちの理想は、旧祇園地区（長束・長東西・山本・山本新町・祇園・西原・東原）にシンボルとなるような特産品があることで旧祇園地区の知名度が広まり、地域外からの特産品の消費が多い状態である。しかし、祇園町商工会の話によると特産品がシンボルといえるほど明確に PR されていないという意見があった。そこで、私たちが祇園・興動祭で地域の特産品や知名度についてのアンケートを行った結果、8割の人が「特産品を知らない」という声があった。さらには、地元企業から「学生目線での商品開発をして欲しい」、「地元で愛される商品の開発をして欲しい」という声や、地元生産者から「特産品をより多くの人に届けたい」という声があった。</p> <p>そこで、私たちは特産品の広報活動や地元の企業や団体と連携し特産品を使用した新たな商品の開発を行う。その上で、旧祇園地区内に特産品が根付いていないという事実を解決するため、まずは旧祇園地区内を対象として活動を行い、地域に特産品を定着させる。その後、地域外への活動を行い地域外からの消費が多い状態を作っていく。その結果、旧祇園地区にシンボルとなるような特産品があり旧祇園地区の知名度が広まり、地域外からの消費が多い状態を作る。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>安佐南区、特に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。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 安佐南区特に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魅力を発信する。</p> <p>①安佐南区の特産品に関するパンフレットが完成する。(関連する事業①)</p> <p>②旧祇園地区の特産品と特産品を使用した商品の現状 (リピート率・認知度・新商品案)を調査する。(関連する事業②)</p> <p>(2) 安佐南区にある特産品を根付かせるためのきっかけができる。</p> <p>①本プロジェクトの商品が製造元で購入できるようになる。(関連する事業③)</p>		

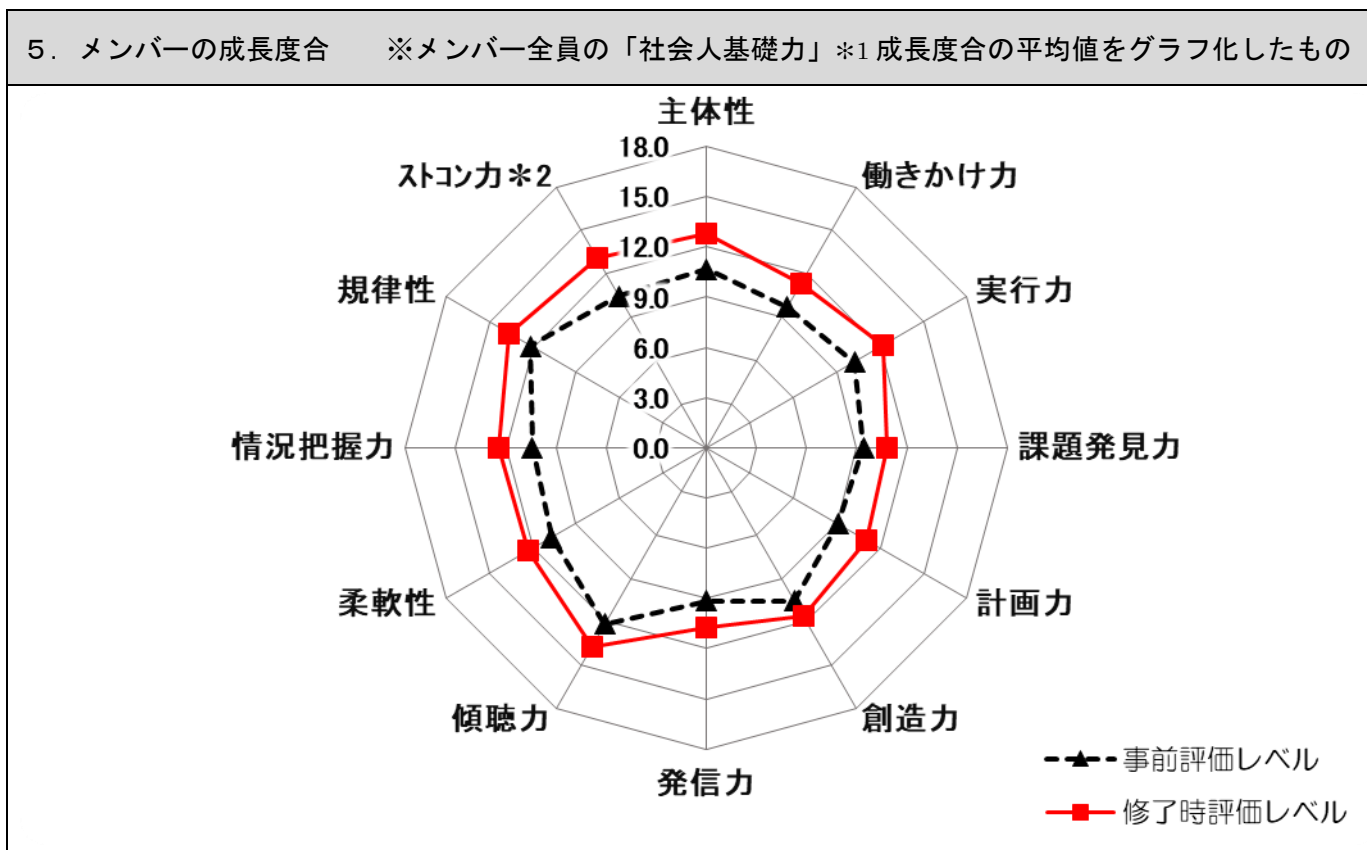
	② 祇園パセリを使った新商品を共同開発する企業を、2社新規開拓する。 (関連する事業④)		
目標を達成するために 行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	パンフレットの作成	通年
	②	イベント参加による広報活動	通年
	③	常設化による取り組み	通年
	④	商品企画	通年

2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) 安佐南区特に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魅力を発信する。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
①安佐南区の特産品に関するパンフレットが完成する。	◎
②旧祇園地区の特産品と特産品を使用した商品の現状 (リピート率・認知度・新商品案)を調査する。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、安佐南区の特産品に関するパンフレットを作成し、そのパンフレットを通じて安佐南区の住民に特産品を知ってもらい、購入するきっかけをつくる。また、自分たちが取り扱っている旧祇園地区の特産品や、それを使用した商品のリピート率・認知度などの現状を把握することで、課題や強みを明確にし、魅力発信の情報にするとともに今後の効果的な販売促進や新商品開発の方向性を検討することを目指した。そのため、今年度は安佐南区の特産品を本プロジェクトが開発した商品で使用されている祇園パセリに絞り、祇園パセリの魅力を伝えるパンフレット作成を行った。また、近隣の商業施設や地域イベントでアンケート調査を行うことで、旧祇園地区の特産品に関する認知度を計ることとした。</p> <p>9月16日に祇園パセリを使用した料理を提供する飲食店への取材と、祇園パセリ農家に行った取材の情報を盛り込んでパンフレットの作成を進め、12月5日に完成した。このパンフレットには、祇園パセリの特徴や生産者の祇園パセリに対する想い、祇園パセリを使用したメニューとそれを提供する飲食店の紹介、祇園パセリを使用したおすすめの家庭料理を掲載した。</p> <p>また、「イオンモール広島祇園」にて5月24日、25日、6月7日、8日の計4日間と6月1日に開催された地域のイベントである「あさマルシェ」においてアンケート調査を行い、合計175件の回答を得た。</p> <p>年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①安佐南区の特産品に関するパンフレットが完成する。</p> <p>12月5日に完成した祇園パセリに関するパンフレットは、パセリの生産者からも高い評価をいただいております。今後商談時の資料として活用していただくこととなった。また「祇園町農事研究会パセリ部会」にもパンフレットの配布協力をしてもらえることになった。</p> <p>②旧祇園地区の特産品と特産品を使用した商品の現状 (リピート率・認知度・新商品案)を調査する。</p> <p>アンケートの集計結果について特産品の認知度は、広島菜が65%、祇園パセリが45%、おたふく春菊が10%、空宙トマト7%であった。また、新商品案はパスタ系が24%、お菓子系が14%、調味料系が39%、その他が32%となった。これらの結果から、祇園地区周辺における特産品の認知度、次年度以降開発すべき新商品のアイデアを得ることができ、祇園パセリクッキーとパセリ饅頭の開発が始まった。しかしながら、リピート率については、アンケートの設問の表現を間違ったことで調査できなかった。また、アンケート収集の必要性を理解していないプロジェクトメンバーがいたことや、回答に時間のかかる内容となっていたことで回答率が下がるなど、目標としていたアンケート数を大きく下回ってしまった。このことを受けて次年度は、まずはプロジェクトメンバーにアンケートの必要性や取る目的を理解してもらうための会議や、アンケート内容の見直しを行うことで回答してもらいやすいアンケートを作成する。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い(100-80%)、中程度(79%-30%)、低い(29%以下)	目標達成度
(2) 安佐南区にある特産品を根付かせるためのきっかけができる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎(100-90%・できた)、○(89-70%・ややできた) △(69-50%・あまりできなかった)、×(49%以下・できなかった)	指標達成度
①本プロジェクトの商品が製造元で購入できるようになる。	△
②祇園パセリを使った新商品を共同開発する企業を、2社新規開拓する。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、本プロジェクトが開発した商品(ピザパン、はちみつ&クリームチーズクロワッサン、パセリベーグル)をイベント以外で購入できるようにすることと、祇園パセリを使った新商品を共同開発してくれる企業を新たに2社見つけることを目指した。</p> <p>今年度は、本プロジェクトが開発した商品を製造してくれている各企業「上野園芸」「スギタベーカリー」(ピザパン)、「JaPan 屋」「広島市農業振興協議会祇園町農事研究会パセリ部会」(パセリベーグル)と打ち合わせを行った。</p> <p>また、アンケート調査で得た情報を基に、祇園地区で商品の実現可能性が高いお菓子系の新商品として、祇園パセリを使ったパセリクッキーとパセリ饅頭を考案した。クッキーについては、祇園地区のお菓子店である「パティスリーノーム」にて、試作品作成の協力を得ることができた。また、饅頭については、川内地区の和菓子屋「ツネモト」に試作品作成の協力を得ることができた。</p> <p>年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①本プロジェクトの商品が製造元で購入できるようになる。</p> <p>今年度は2つの商品について、関係する企業と打ち合わせをすることができた。しかしながら、打ち合わせの回数が一度しか取れず、製造元で購入できるまでには至らなかった。また、ピザパンにおいては材料である空宙トマトも収穫できる時期、数量に限りがあることから、実現可能性が低いと判断する結果となった。このことを受けて次年度は、残る商品であるパセリベーグルやはちみつ&クリームチーズクロワッサンに注力して実現できるように打ち合わせを重ねていく。</p> <p>② 祇園パセリを使った新商品を共同開発する企業を、2社新規開拓する。</p> <p>今年度は祇園パセリを使った新商品について新たに「パティスリーノーム」と「ツネモト」の2社に協力を得ることができた。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年5月6日	中国新聞	ベーグルに祇園パセリ 経大生、特産発信

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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			



※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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

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	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	giver_dream		
X (旧 Twitter)	@giver_dream		
コーディネーター名	石田 真英	リーダー名	天玉 美優
メンバー数	15名 (2025年12月31日現在)	会計責任者	濱崎 悠
プロジェクトの企画背景	<p>広島県教育委員会によると、県内の令和5年度における不登校児童生徒数は10,764人（うち、小学校3,380人、中学校5,362人、高等学校2,022人）であり、7割を中高生が占めている。この数字は年々増加しており、コロナ禍を機に急増している。不登校の原因は、いじめ・学級崩壊などがあり、家庭環境など多くの要因が挙げられる。小学校、中学校、高等学校の不登校生徒はどれも増加傾向にある。</p> <p>プロジェクトを立ち上げた卒業生である西本壮志氏は、小中学校で不登校を経験、高校を中退した。しかし、「多くの人に支えられ生きている」と気づいたとき、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プロジェクトを立ち上げた。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>広島県の令和5年度における不登校児童生徒数は10,764人であり、その約7割が中高生を占めている。文部科学省が実施した「令和2年度不登校児童生徒の実態調査」では、不登校のきっかけは学校生活や家庭環境・心身の不調などの特定のきっかけに偏らず、多岐にわたるとされ、保護者による「子どものかわり」では普段の接触を増やす・子どもの気持ちを理解しようと努力するなど、かわりを多く持っているという結果が出ている。相談支援体制も拡大しつつあり、各学校にスクールカウンセラーやスクールソーシャルワーカーを設置し、一人ひとりに寄り添った取り組みが行われている。</p> <p>そこで本プロジェクトでは、地域の中学校・フリースクール・生徒の保護者とのつながりなど、これまでの経験を活かし、学校訪問やイベント活動・不登校指導生徒に寄り添った取り組みを実施し、対象者が将来の自分を思い描き、夢や目標に向かっていくきっかけを提供する。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>不登校児童生徒たちが、私たちが企画・運営するイベントや訪問事業でかわること、さまざまな価値観を学び、広い視野・人とのつながりを持つ大切さを学んでもらう。また、心のよりどころとなるような存在となる。不登校児童生徒たちが前向きな気持ちを持ち続け、自分の将来について思い描くだけでなく、自分の力で未来を切り開き、夢や目標に向かって行動してもらうことを目的とする。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 広島市立祇園中学校のふれあい広場に訪問し不登校生徒と関わりを持つことで生徒との信頼関係を構築する。</p> <p>①年間の訪問活動を通じて、私たちプロジェクトメンバーと1回でも関わった生徒からふれあい広場訪問事業終了時にアンケートにて80%以上の生徒から「また交流したい」との回答を得る。(関連する事業①)</p> <p>②ミニイベントを実施するたびにアンケートを</p>		

	<p>参加した生徒にとり、ミニイベントに参加した生徒全員が「また参加したい」と回答する。(関連する事業①)</p> <p>③昨年度までに関わったことのない3名以上の生徒と関わる。(関連する事業①)</p> <p>(2) 学校などの日常生活では体験できないようなイベントを企画・実施し、不登校児童生徒が前向きな気持ちを持つ。</p> <p>①不登校児童生徒を支援している団体(ふれあい教室(安佐南)や広島市安佐南区社会福祉協議会)のイベントに参加し、チラシやSNSを活用して不登校児童生徒とその保護者に広報し、3名以上の不登校児童生徒が本プロジェクトが主催するイベントに参加する。(関連する事業②、③)</p> <p>②イベント時に参加した不登校児童生徒にアンケートを実施し、参加者の全員が「また参加したい」と回答をする。(関連する事業②、③)</p>		
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	No,	事業名	実施時期
	①	祇園中学校「ふれあい広場」訪問事業	通年
	②	不登校児童生徒を支援する団体との関係構築	通年
	③	世界に一つだけの作品を作ろう!陶芸体験	11月

2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) 広島市立祇園中学校のふれあい広場に訪問し不登校生徒と関わりを持つことで生徒との信頼関係を構築する。	高い
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
①年間の訪問活動を通じて、私たちプロジェクトメンバーと1回でも関わった生徒からふれあい広場訪問事業終了時にアンケートにて80%以上の生徒から「また交流したい」との回答を得る。	◎
②ミニイベントを実施するたびにアンケートを参加した生徒にとり、ミニイベントに参加した生徒全員が「また参加したい」と回答する。	◎
③昨年度までに関わったことのない3名以上の生徒と関わる。	◎
<p>【総括】 (できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>本プロジェクトの目的である「自分の力で未来を切り開き、夢や目標に向かって行動してもらおう」ためには、まず本プロジェクトメンバーと不登校生徒が信頼関係で結ばれることが大切である。そのため、年間目標を達成するために、教室から足が遠のいている生徒に年齢が近いプロジェクトメンバーが交流する機会を通して、話しやすい関係性・信頼関係づくりを目指して「広島市立祇園中学校」に設置されている「ふれあいひろば」へ継続的に訪問を行った。今年度は34回訪問し、昨年度よりも11回増えた。今年度は、多くの生徒と関わり信頼関係を構築するために、普段の活動でかかわったことのない生徒が参加しやすい雰囲気を作るためにミニイベントを4回行った。</p> <p>5月に2日間「クッキングシートと透明にテープでシールを作ってみよう!」、7月に2日間「お菓子の袋でポーチを作ってみよう!」、9月に3日間「樹脂粘土で遊ぼう!」、12月に4日間「消しゴムハンコを使って年賀状を書こう!」の工作イベントを行い、その日の活動終了時にアンケートを実施した。参加人数は5月のミニイベントでは2人、7月は3人、9月は2人、12月は3人が参加した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標の達成度は「高い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①年間の訪問活動を通じて、私たちプロジェクトメンバーと1回でも関わった生徒からふれあい広場訪問事業終了時にアンケートにて80%以上の生徒から「また交流したい」との回答を得る。</p> <p>関わったことのある生徒のみにアンケートを実施し私たちの活動に対する満足度、継続・改善していく点などを評価するために12月にアンケートを実施し、関わったことのある生徒6名のうち、3名から回答を得た。アンケートの設問「また交流する機会があれば交流したいと思いますか」では「とても思う」「思う」と回答した生徒の割合は100%となった。</p> <p>②ミニイベントを実施するたびにアンケートを参加した生徒にとり、ミニイベントに参加した生徒全員が「また参加したい」と回答する。</p> <p>今年度の活動でアンケートを実施し、10件の回答を得た。アンケートの設問「次のミニイベントへの期待度を教えてください」では「とても期待している」との回答が100%だった。いずれのイベントでも「とても楽しかった」「今回も楽しかったから次回も参加したい」といった感想があった。</p> <p>③昨年度までに関わったことのない3名以上の生徒と関わる。</p> <p>今年度は、昨年度ふれあいひろば訪問活動時に関わったことのない生徒3名と関わるためにミニイベントなどを行い、誰でも関りやすい雰囲気を作ることで、新たに生徒4名と関わることができた。うち1名は11月30日に興動館で行った「世界に一つだけの作品を作ろう!陶芸体験」へ応募してくれ</p>	

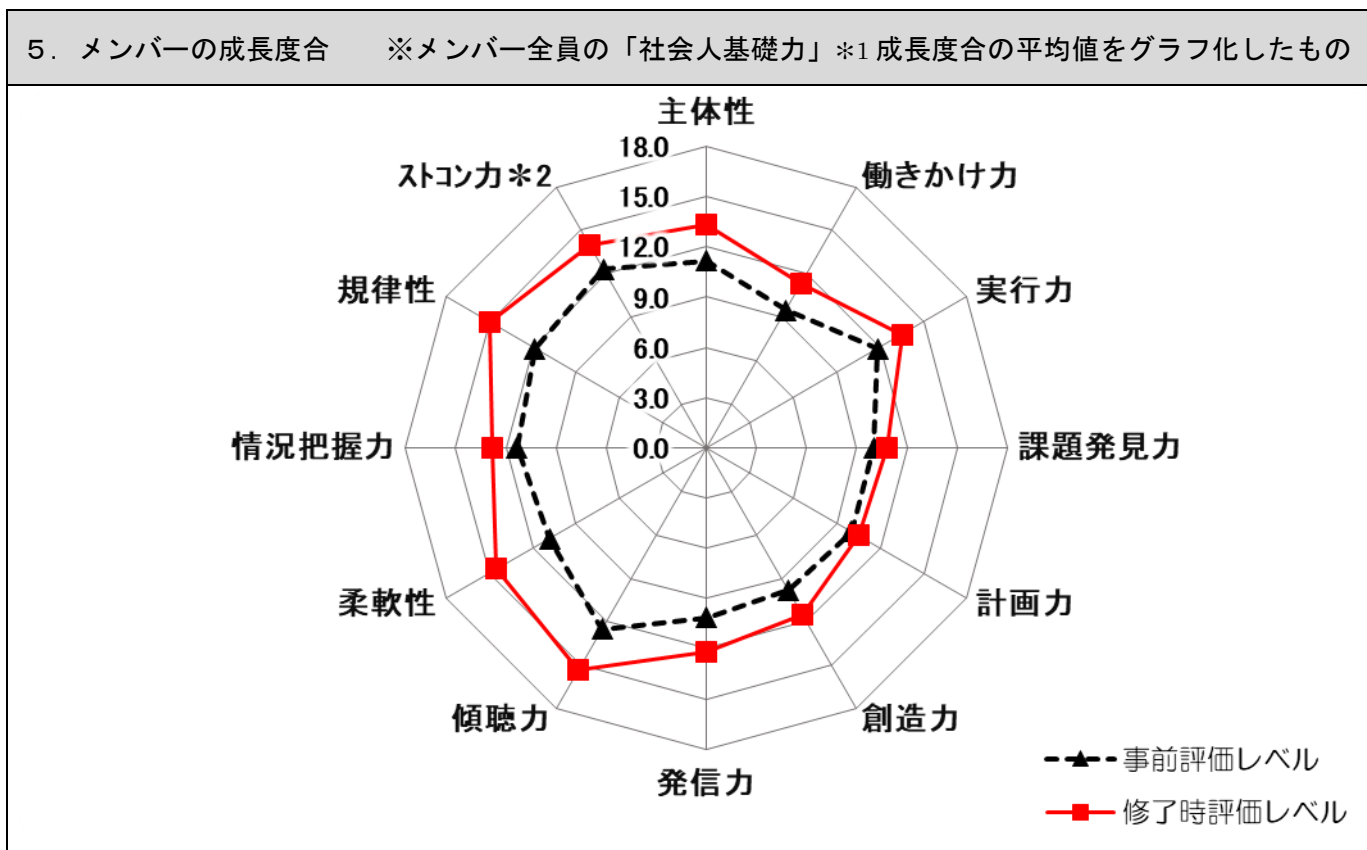
た。しかしながら、1度参加してくれてもその1度きりで参加が終わり継続的に交流することができない生徒がいる。そのため、来年度は関わったことのない生徒が1度きりの参加で終わらないように1度関わったことがある生徒が教室内にいれば積極的に声を掛けたり、ボードゲームでの交流だけでなく勉強を教えることで生徒たちとの関係性を積み上げていく。

年間目標 達成度の判断目安 高い(100-80%)、中程度(79%-30%)、低い(29%以下)	目標達成度
(2) 学校などの日常生活では体験できないようなイベントを企画・実施し、不登校児童生徒が前向きな気持ちを持つ。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎(100-90%・できた)、○(89-70%・ややできた) △(69-50%・あまりできなかった)、×(49%以下・できなかった)	指標達成度
①不登校児童生徒を支援している団体(ふれあい教室(安佐南)や広島市安佐南区社会福祉協議会)のイベントに参加し、チラシやSNSを活用して不登校児童生徒とその保護者に広報し、3名以上の不登校児童生徒が本プロジェクトが主催するイベントに参加する。	○
②イベント時に参加した不登校児童生徒にアンケートを実施し、参加者の全員が「また参加したい」と回答をする。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>本プロジェクトの目的である「夢や目標に向かって行動してもらう」ために日常生活では体験できないようなイベントを通じて前向きな気持ちや達成感を得て次に進むきっかけを作るため目標を設定した。昨年度は関係団体を通じた広報などができず2回のイベントで参加者は1名であったため、今年度は3名以上に参加してもらうことを目指した。そのために、不登校児童生徒を支援している団体のイベントに参加したり、チラシを発送するなどの広報を行うことを計画した。</p> <p>11月30日と12月7日の2日間、興動館で不登校児童生徒を対象にした「世界に一つだけの作品を作ろう!陶芸体験」を「広島市教育委員会」による後援のもと、広島市の小中学校18校へ計152部のイベント案内チラシを発送し、各学校でふれあいひろばなどの別室に通っている生徒へ配布もしくは別室に掲示していただいたほか、SNS上でも広報を行った。また、安佐南区役所にも広報に協力してもらった。この活動の結果、9名の応募があり、当日は8名が参加した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標の達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①不登校児童生徒を支援している団体(ふれあい教室(安佐南)や広島市安佐南区社会福祉協議会)のイベントに参加し、チラシやSNSを活用して不登校児童生徒とその保護者に広報し、3名以上の不登校児童生徒が本プロジェクトが主催するイベントに参加する。</p> <p>11月に実施した主催イベント「世界に一つだけの作品を作ろう!陶芸体験」では9名の応募があった。しかしながら、今年度から、ふれあいひろばでのミニイベントの回数を増やしたことで多忙となり、不登校児童生徒を支援している団体へのあいさつやイベントなどに参加することができず、他団体とつながることができなかった。今後継続的に参加者を確保するために、広島市教育委員会等の関係団体へ2回以上訪問するなど、他団体とのつながりを深める。</p> <p>②イベント時に参加した不登校児童生徒にアンケートを実施し、参加者の全員が「また参加したい」と回答をする。</p> <p>今年度は不登校児童および生徒を対象として、「世界に一つだけの作品を作ろう!陶芸体験」を企画した。</p> <p>イベント1日目は陶芸体験とイベント終了後にアンケートを行い、1日目は8件の回答を得た。アンケートの設問「前向きな気持ちになれたと思いますか」という問いに「とても思う」「思う」と回答した参加者が8名中7名であった。また、参加者や保護者から「楽しく作ることができた」、「今後のイベントにも参加したい」といった感想があった。2日目はレクリエーションによる交流とイベント終了後にアンケートを行い、2日目は7件の回答を得た。アンケートの設問「来年のイベントにも参加したいと思いますか」という問いに「とても思う」「思う」と回答した参加者が7名中6名だった。参加者から「とても楽しかった」、「2日目があったからよかった」などの感想があった。しかしながら、参加者</p>	

を小学生から中学生と広い年齢層を対象に行ったため、小学生の児童に対してわかりやすく説明することができず「難しかった」や「楽しめない内容があった」との感想があった。そのため、来年度は参加者全員が前向きな気持ちを持てるように小学生と中学生それぞれが楽しめ前向きな気持ちを持てるようにする。

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 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. やや優れている 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			



※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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	若旅促進プロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2011年8月10日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	wakatabikdk		
コーディネーター名	加藤 博和・矢田部 樹	リーダー名	増原 哉汰
メンバー数	18名（2025年12月31日現在）	会計責任者	増原 哉汰
プロジェクトの 企画背景	<p>私たちは、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。</p>		
プロジェクトの 活動趣旨	<p>私たちは、深刻化していた若者の旅行離れを解消することを目的として活動していた。しかし、株式会社JTB総合研究所の「2020年4～12月性年代別旅行実施率」の調査によると20代の若者が全体の約30%と最も旅行に行っており、旅行離れはもはや深刻な状況ではないと言える。そこで、私たちは地方創生に重点を置き、旅行を通じて地方の魅力を発信し、人口誘致を図る。</p> <p>総務省の2024年「住民基本台帳人口移動報告」によると、東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）に加えて、山梨県、大阪府、福岡県では転入超過の状態であったが、その他の道府県では転出超過の状態となっていた。広島県の転出超過は10,711人となり、この人数は、4年連続ワースト1位となっている。また、2番目に転出超過の多い愛知県の7,292人と比較しても、約3,500人の差がある。中でも、20代の転出超過が最も多く、若年層の人口流出が顕著であることがわかる。さらに、各地方ごとの転出超過の平均値を算出したところ、中国地方が4,898人で最も多く、2番目に多い東北地方の4,498人と比較しても400人の差があった。そこで、私たちは委託された事業（JR西日本カレッジなど）で培った知見を活かし、旅を通じて地域の魅力を伝えることで地域課題の解決を図り、地方創生に貢献したいと考えた。</p>		
プロジェクトの 活動目的	<p>旅を通して、地域の魅力を知ってもらうことで対象地域の交流人口や関係人口、定住人口の増加を目指し、地方創生に貢献する。</p>		
プロジェクト 年間目標と具体的 指標	<p>(1) 広島県のオンリーワン・ナンバーワン企業を活かした就活ツアーを開催し、定住人口と関係人口増へ寄与する。</p> <p>① ツアー参加者を2回でのべ50人以上集める。（関連する事業①）</p>		

	<p>② 参加者に事後アンケートを実施し、訪れた企業に就職したいと回答する学生の割合を90%以上にする。(関連する事業①)</p> <p>③ 対象地域に魅力を感じたと回答する学生の割合を80%以上にする。(関連する事業①)</p> <p>(2) 鳥取県日野郡の交流人口を増加させるきっかけが出来る。</p> <p>① 鳥取県日野郡の課題解決に向けて、現地住民の声を20人以上から聞き、ニーズを把握する。(関連する事業②)</p> <p>② 鳥取県日野郡の交流人口を増加させるため、ニーズに沿った提案を行う。(関連する事業②)</p> <p>③ 提案内容に対して現地住民から意見を聞き、とても参考になったと回答する人を80%以上にする。(関連する事業②)</p>		
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	No,	事業名	実施時期
	①	若旅就活ツアー	通年
	②	日野郡の魅力発見	通年

2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) 広島県のオンリーワン・ナンバーワン企業を活かした就活ツアーを開催し、定住人口と関係人口増へ寄与する。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
① ツアー参加者を2回でのべ50人以上集める。	△
② 参加者に事後アンケートを実施し、訪れた企業に就職したいと回答する学生の割合を90%以上にする。	×
③ 対象地域に魅力を感じたと回答する学生の割合を80%以上にする。	◎
<p>(総括) (できたこと・出来なかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、定住人口と関係人口を増やすためには、対象地域の魅力を感じてもらうことが必要だと考えた。そのため昨年度に引き続き、福山市に焦点を当て「観光」と「就活」を掛け合わせたツアーで、福山市の地域や企業の魅力を若者に知ってもらうことで、福山市内の就職希望者を増やし、定住人口、関係人口の増加に寄与することを目指した「若旅就活ツアー」を企画した。今年度は、対象を昨年度の興動館プロジェクトに在籍する学生から広島経済大学の学生へと広げ、のべ50名以上を集めることで対象地域の魅力を多くの人に知ってもらうことを目指した。</p> <p>今年度2回開催した「若旅就活ツアー」は、8月26日に「株式会社JTB」の協力で「第1回若旅就活ツアー」を開催し、「福山の観光について知る」というテーマのもと、「株式会社シギヤ精機製作所」と観光地である鞆の浦を訪問し、14名の参加者があった。</p> <p>2回目は、9月11日に「株式会社エイチ・アイ・エス」の協力で「第2回若旅就活ツアー」を開催し、「福山の暮らしを知る」というテーマのもと、「株式会社エフピコ」、「ホーコス株式会社」、および福山市中心市街地を訪れ、17名の参加者があった。</p> <p>両日とも、バスによる移動時間を有効活用し「福山市産業振興課」の職員の方から福山市の魅力を紹介してもらった。また、訪問した企業に勤めている社員の方から、福山市で実際に生活してみて感じた魅力などを説明してもらうことで福山市に住むことのイメージを膨らませてもらった。</p> <p>この事業に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から目標達成度は「中程度」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>① ツアー参加者を2回で合計50人以上集める。</p> <p>計2回の「若旅就活ツアー」で合計31名の参加者を集めることが出来た。しかしながら、4月からの企業の選定及び訪問アポイントメントを進めたが、企業側への配慮として幅広い日程掲示が出来ていなかったことによって日程調整が進まず、選定企業の確定が大幅に遅れてしまった。そのため、広報活動の開始が遅れたことにより、目標の50人が達成できなかった。これを受けて次年度は、今年度よりも多くの企業をあらかじめ選定しておき、訪問できなかった場合でも速やかに別の企業へ提案できるようにする。また、本学のキャリアセンターやゼミと連携し、周知を徹底する。</p> <p>② 参加者に事後アンケートを実施し、訪れた企業に就職を検討したいと回答する学生の割合を90%以上にする。</p> <p>それぞれのツアーで事前と事後のアンケートを取り、合計31件のアンケート回答を得た。</p> <p>ツアー前の事前アンケートでは、「訪問企業への就職を検討しているか」という質問に対し、「検討している」が5%という回答だったのに対し、ツアー後の事後アンケートでは「検討している」が20%に増加した。加えて、ツアー参加者から「広島経済大学から就職された方のお話を直接聞けて、就職活動</p>	

のビジョンがイメージできた」などといった声があり、参加者に訪問した企業の魅力を伝えることができた。しかしながら、当初は事前に企業を訪問して直接打ち合わせを行う予定だったが、企業選定の遅れに伴うスケジュールの遅れによりそれが難しくなり、オンライン会議での打ち合わせに変更した。これにより、企業との打ち合わせを十分に行えなかったことから、就職において参加者の関心が高い項目を伝えることが出来ず、事後アンケートの回答で「どちらともいえない」という回答が多くなる結果となった。このため、設定した 90%以上という数値目標には達しなかった。これを受けて次年度は、訪問企業を早く確定させることで、企業との打ち合わせの回数を増やす。その打ち合わせで集めた情報を共有し、ツアー当日に学生が求める情報を提供してもらえようとする。また、事後アンケートで「どちらともいえない」といった中間的な選択肢を見直すことでより明確な意思を把握できるようにするなど、アンケートの内容も見直す。

③対象地域に魅力を感じたと回答する学生の割合を 80%以上にする。

アンケートの設問「福山市の魅力は感じられたか」という質問では、「とても魅力を感じた」「魅力を感じた」と回答する学生が 100%となり、参加者全員が福山市に魅力を感じる結果となった。また、「福山市に住んでみたいか」の設問では「住みたいと思う」と回答した参加者が事前アンケートでは 5%だったのが、事後アンケートでは 49%に増加した。ツアーの感想では、「福山には小さい時からよく遊びに来ていて知っていたが、新たな魅力を見つけることができた。」「今まで知らなかった福山の魅力や、企業の魅力に気づけてとても楽しく勉強になった。」「鞆の浦も企業も、直接見ることで知れる魅力があるなと思った。」といった声があり、参加者に福山市の魅力を伝えることが出来た。

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) 鳥取県日野郡の交流人口を増加させるきっかけが出来る。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①鳥取県日野郡の課題解決に向けて、現地住民の声を 20 人以上から聞き、ニーズを把握する。	○
②鳥取県日野郡の交流人口を増加させるため、ニーズに沿った提案を行う。	◎
③提案内容に対して現地住民から意見を聞き、とても参考になったと回答する人が 80%以上にする。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために今年度は、昨年度できなかった現地に住んでいる方のニーズを把握したうえで、観光客が日野郡を目指して訪れるような企画提案を行うことを目指した。</p> <p>今年度は、7月5日から6日の二日間、現地視察を行い、その際に現地に住んでいる方のニーズを把握するため「おすすめの観光スポット」「おすすめのグルメ」に加えて、どんな地域になると嬉しいかを伺うアンケートを実施した。7月5日は日南町の「福万来ホテル乃国」で実施されたホテルイベント、7月6日は日野町の「金持テラスひの」で実施された海鮮・山鮮まげなもん祭りにて、イベント参加者を対象に実施し、日野郡内外の方合わせて73件の回答(日野郡内23件、日野郡外50件)を得た。</p> <p>今回の活動で得たアンケートを基に、2026年2月25日に広島経済大学立町キャンパスで「中国運輸局」「福山市 経済環境局 産業振興課」「鳥取県 日野町役場 産業振興課」「鳥取県 日南町役場」「一般社団法人日本旅行業協会」「一般社団法人 日本自動車連盟 (JAF)」「株式会社 JTB」「株式会社エイチ・アイ・エス」「ホーコス株式会社」「株式会社シギヤ精機製作所」「一般社団法人山里 Load にちなん」を招いて実施した若旅促進プロジェクト最終報告会で鳥取県日野郡の交流人口を増加させるための提案を行った。報告会の終了後にはアンケートを実施し、2件の回答を得た。</p> <p>この事業に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①鳥取県日野郡の課題解決に向けて、現地住民の声を 20 人以上から聞き、ニーズを把握する。</p> <p>日野郡内の 23 人にアンケートが取れたことで具体的指標を達成した。その他、ヒアリングの際に現地住民の方から「日野郡の山間地ならではの、観光客の求めるニーズに合致した、自然を整備して観光地に整備する。避暑地として、オンリーワンな場所に。」というご意見を頂いた。このご意見から「日野郡以外の住民に日野郡の豊かな自然を生かした名所に来てもらいたい。」といったニーズを確認することができた。しかしながら、ヒアリングの際により深くニーズを確認するための問いかけができなかったことから、幅広いニーズを把握することができなかった。そのための次年度は、イベントでしか会えない地元の方ではなく、自治体の職員や現地飲食店や道の駅にある店舗の店員など、定期的にヒアリングできる方に協力してもらい、ヒアリングを行う。また、現地視察の前にプロジェクト内でヒアリングのトレーニングを行い、幅広いニーズを得る。</p> <p>②鳥取県日野郡の交流人口を増加させるため、ニーズに沿った提案を行う。</p> <p>今回の提案では、鳥取県日野郡を中心とした周辺の観光資源に「ちょっと寄ってみようか」と思ってもらおうことを目指した「ちょい寄りマップ」の提案を行った。この提案の背景には、現地視察において実施したアンケートの設問「このイベント以外で立ち寄る／立ち寄った観光スポットなどがありますか」に対し、松江フォーゲルパークや米子市、境港市などの回答が多く見られた。しかし、宿泊施設が少ないため、滞在時間が短い観光地になっていることが分かった。この結果から、鳥取県日野郡は観光</p>	

資源を有しているにもかかわらず、他地域へ向かう途中に通過される「通過型観光地」として機能している現状が読み取れた。そこで、「通過される地域」から「少し立ち寄りたくなる地域」へ転換することを目的とし、“ちょい寄り”というコンセプトを設定し、ちょい寄りマップを作成することとした。ターゲットは、「30代で自然やアクティビティを好み、自家用車を所有し行動範囲が広い層」と設定した。その理由は二点ある。ひとつは、アンケートでは約7割の来訪者が自家用車を利用していたことから、日野郡への来訪は自動車移動が中心であることが明らかとなった。また、日野郡は国道181号線沿いに位置しており、島根県方面や米子市方面へ向かうドライバーが通過する立地特性を有している。このため、ドライブ途中で短時間でも立ち寄ることが可能な層を想定することが妥当であると判断した。二つ目は、30代は仕事や家庭生活において多忙な世代であるが、一方で屋外での活動に対して積極的であることから、自然やアクティビティを通じてリフレッシュを求める傾向がある。そのため、日野郡の豊かな自然環境やアウトドア資源は、そのようなニーズと親和性が高い。以上の理由から、30代のドライブ観光層を主なターゲットとし、観光地の選定およびちょい寄りマップを作成する提案を行った。

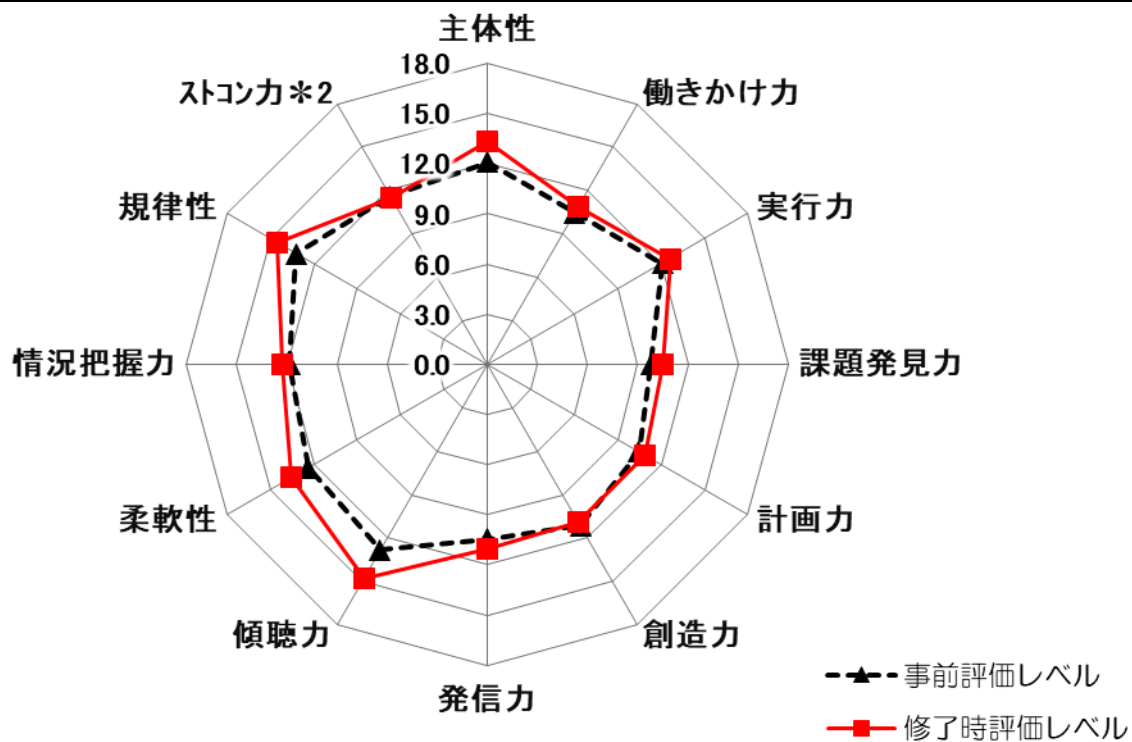
④提案内容に対して現地住民から意見を聞き、とても参考になったと回答する人が80%以上にする。

若旅促進プロジェクト最終報告会に参加された鳥取県日野郡に住んでいる方へアンケートを実施し、2件の回答を得た。アンケートの設問「本プロジェクトの提案は参考になりましたか」では「とても参考になった」と回答した参加者は50%であった。現地住民からは、「学生らしいちょい寄りマップの完成を楽しみにしています。」や、「通過型観光を行う際の滞在拠点となる場所を示すことも良いかもしれません。」といった意見をいただいた。しかしながら、アンケートの回答が少なく、信ぴょう性に欠ける回答となった。これは日程調整が十分にできず、スケジュールが合わなかったことが要因であると考えられる。この反省を踏まえ、来年度は若旅促進プロジェクト最終報告会の日程を早期に決定し、現地に住んでいる方が参加しやすい体制を整える必要がある。

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年7月16日	新日本海新聞	日野郡の観光促進へ
2025年9月11日	中国新聞	広島経済大学が福山で企業とまちを知る ツアー 福山駅前も巡り生活イメージ

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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	9	0	0
総合計 (20点中)		17点			

5. メンバーの成長度合 ※メンバー全員の「社会人基礎力」※1 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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	災害を知り未来へつなごうプロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2012年2月8日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	saigai_mirai_hue		
コーディネーター名	後藤 心平、新垣 繁秀	リーダー名	小笹山 潤
メンバー数	8名（2025年12月31日現在）	会計責任者	小笹山 潤
プロジェクトの企画背景	<p>本プロジェクトは、2012年に「東北支援プロジェクト」として立ち上げた。被災地に訪問するたびに、現地の方からは、「地元復興」への熱い思いや、当時の状況を忘れないでほしいという声を耳にし、私たちは東北で学んできたことを広島で伝えてきた。これまで各地で災害が発生しているが、年月が経つにつれ、人々の災害への関心は薄れていっている現状がある。そのことを受け、私たちは2021年にプロジェクト名を「災害を知り未来へつなごうプロジェクト」に改名し、東日本大震災のみならず、各地で起こった災害について学び、現地の声や復興状況を発信し、災害に対しての備えの必要性について学んでもらえる活動を行っていききたいという思いで取り組んでいる。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>東日本大震災から14年が経過した今、慰霊祭がなくなったり、東日本大震災に関する活動に取り組む団体が減少したりしている現状がある。私たちがこれまで活動してきた「東日本大震災を風化させずに伝承していく」活動は、ますます重要になってきている。よって、これまで本プロジェクトや、前身のプロジェクトでつながった方々はもちろんのこと、新たに被災地域に住む人々とつながり、彼らの経験を聞き、それを広島で発信していく。また、全国各地で多発する自然災害に対しても、自分ごととして捉え、状況に応じてボランティア活動にも取り組んでいく。これらの活動を通して得た経験や知見を、広島に住む人々に向けて伝える機会を設け、災害に備え命を守ることに貢献していく。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>東日本大震災に代表される過去の自然災害の記憶や教訓、防災に必要な知識・スキルを広島の人に伝え、災害発生時に適切に行動できる人を増やし、災害によって命を落とす人をゼロに近づける。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) プロジェクトメンバーが被災地の過去と現状を学び、それらを広島の人々に伝えることで、広島の人々が、災害を自分事としてとらえられるようにする。</p> <p>①開催する防災イベントに、年間で300人に参加してもらう。 （他団体との協力：210人・防災教室：20人・防災ツアー：20人 ・防災グッズ体験：50人）（関連する事業①、②、③、④）</p> <p>②開催する防災イベント後に、災害からの教訓を学んだ参加者が100%になる。 （関連する事業①、②、③）</p> <p>③開催する防災イベント後に、防災意識が向上した参加者が100%になる。 （関連する事業①、②、③、④）</p> <p>④開催する防災イベント後に、災害時の避難場所・避難ルート・ハザードマップについて深く理解できた参加者が100%になる。（関連する事業②、③）</p>		

目標を達成するため に行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	他団体と協力した防災啓発活動	通年
	②	防災教室	2026年2月
	③	防災ツアー	未実施
	④	防災グッズ体験	11月

2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) プロジェクトメンバーが被災地の過去と現状を学び、それらを広島の人々に伝えることで、広島の人々が、災害を自分事としてとらえられるようにする。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
①開催する防災イベントに、年間で 300 人に参加してもらう。 (他団体との協力：210 人・防災教室：20 人・防災ツアー：20 人 ・防災グッズ体験：50 人)	○
②開催する防災イベント後に、災害からの教訓を学んだ参加者が 100%になる。	○
③開催する防災イベント後に、防災意識が向上した参加者が 100%になる。	○
④開催する防災イベント後に、災害時の避難場所・避難ルート・ハザードマップについて深く理解できた参加者が 100%になる。	×
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、過去の災害の記録を知ることで災害を自分事にしてもらい、今後起こる災害に備えてもらうことを目指した。そのために、主催イベントや地域のイベント等で企画を実施することで過去の災害の教訓を伝え、身近な避難場所がどこにあるかなどを知ってもらうことを目指した。また、災害発生時に自分の命は自分で守る意識を高めてもらうことも目指した。</p> <p>5 月 11 日に広島市立祇園小学校で開催された「ふれあいフェスタ祇園」や 5 月 31 日にイオンモール広島祇園で開催された「防災フェス」に参加し、防災笛づくりや避難持ち出し品準備ワークショップなど、防災について考えるブースを出展した。また、6 月 22 日に合同社ウェンディひと・まちプラザで開催された「いのちをまもる日上映会」で昨年度本プロジェクトが制作したドキュメンタリー動画を上映し、合計 210 名の来場者があった。</p> <p>11 月 22 日にエディオンピースウイング広島で「サンフレッチェ広島」が運営する「STAHUG 事務局」主催の「STAHUG FES」にてゴミ袋で作るポンチョ制作を体験する「防災グッズ体験」を実施し、62 名の来場者があった。</p> <p>2026 年 2 月 27 日にて、広島市立毘沙台小学校の小学 5 年生 72 名を対象に「広島市地域防災リーダー連絡協議会」が実施する授業に参加させていただき、昨年度本プロジェクトが制作したドキュメンタリー動画を上映し、災害発生時にいのちを守るために日頃からつながりを持つておくことの大切さを理解してもらう「防災教室」を実施した。</p> <p>各イベントの参加者にはアンケートを取り、26 件の回答があった。</p> <p>なお、今年度 9 月に計画していた「防災ツアー」については、6 月に実施を予定していた「防災教室」に参加者が集まらなかったことで日程を変更することになったり、活動メンバーが減ったことで「防災教室」の実施に専念することとなり「防災ツアー」は実施しなかった。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③、④の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①開催する防災イベントに、年間で 300 人に参加してもらう。 (他団体との協力：210 人・防災教室：20 人・防災ツアー：20 人・防災グッズ体験：50 人)</p> <p>今年度の活動の結果、イベントの参加者は合計 350 名となり、具体的指標は達成できた。しかしながら、当初計画していた「防災ツアー」が実施できなかったことにより、より多くの方に参加してもらうことはできなかった。</p>	

これを受けて、次回は年間計画を立てる段階で協力団体と打ち合わせを行い、企画内容についてアドバイスをもらいながら準備することで、予定通りのイベントを実施する。

②開催する防災イベント後に、災害からの教訓を学んだ参加者が100%になる。

アンケートの設問「今日の体験を通して災害から得られる教訓について理解が深まりましたか？」のうち「深まった」「どちらかというと深まった」と回答した割合が97.8%となり、災害からの教訓を学んでもらえた。

③開催する防災イベント後に、防災意識が向上した参加者が100%になる。

アンケートの設問「今日の体験を通して、災害に対する意識は向上しましたか？」のうち「向上した」「どちらかというと向上した」と回答した割合が100%となり、参加者の意識が向上した企画となった。

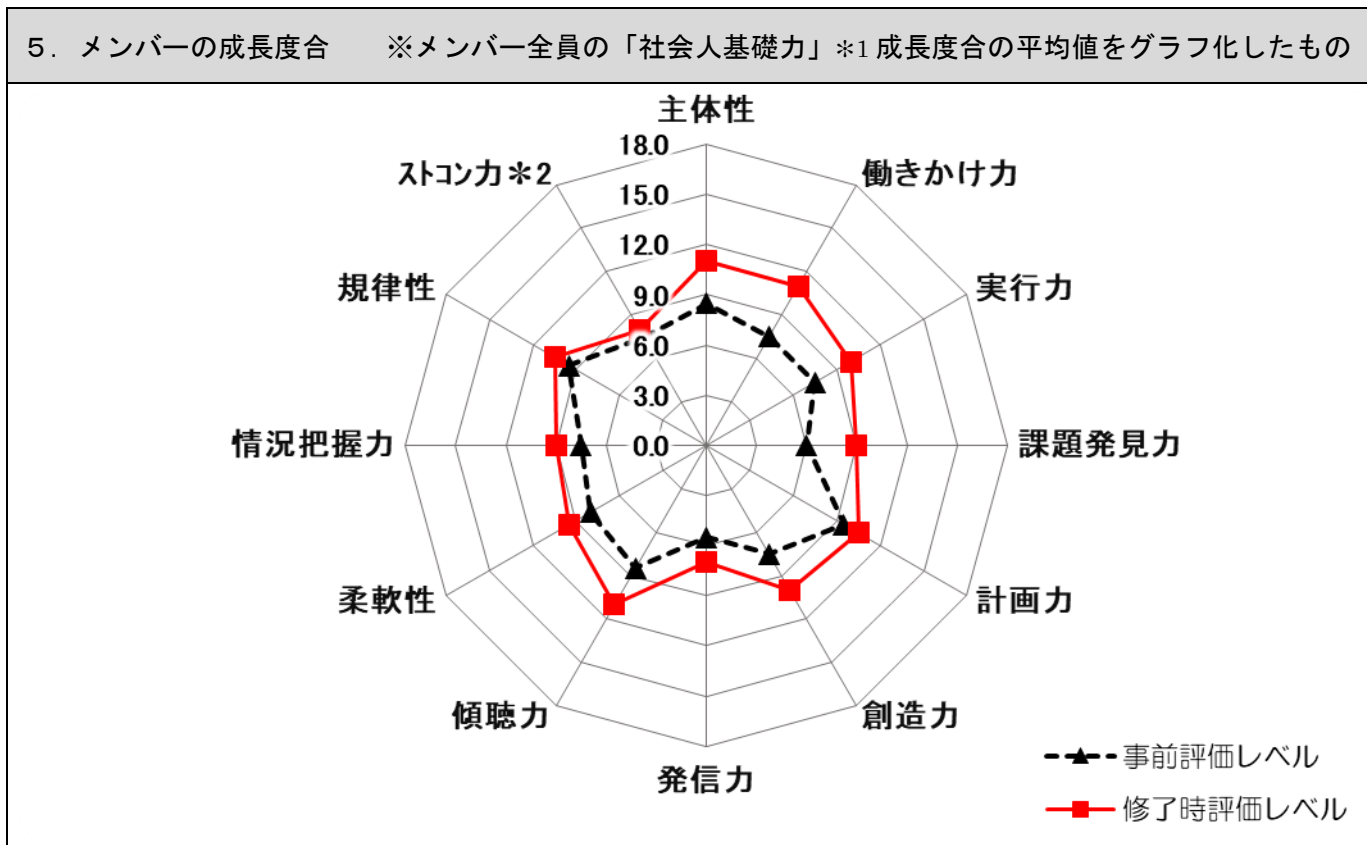
④開催する防災イベント後に、災害時の避難場所・避難ルート・ハザードマップについて深く理解できた参加者が100%になる。

当初は主催イベント「防災教室」と「防災ツアー」で災害時の避難場所・避難ルート・ハザードマップを紹介する予定だったが、「防災ツアー」が実施できなかったことや「防災教室」が主催ではなくなったことでドキュメンタリー動画を上映し、災害について学んでもらうことに注力したために災害時の避難場所・避難ルート・ハザードマップの情報を伝えることはできなかった。

このことを受けて次年度は、本プロジェクトの主催イベントを行えるように協力団体に相談しながら準備を進めていく。

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2026年2月27日	テレビ新広島「TSS ライク」	学生が子供たちに『震災の記憶』と『つながりの大切さ』を伝える 「周りの人たちにバトンを渡して」・
2026年3月9日	NHK 広島「お好みワイドひろしま」	最後の継承活動 学生の思い
2026年3月11日	毎日新聞	震災を知り、未来へつなごう 児童に特別授業 「記憶の継承」バトン

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価：A. 優れている B. やや優れている 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			



※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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	広島ハワイ文化交流プロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2013年1月22日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	Hiroshimahawaii		
コーディネーター名	田中 泉、山本 貴裕	リーダー名	中村 祥
メンバー数	29名（2025年12月31日現在）	会計責任者	北條 温彦
プロジェクトの企画背景	<p>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出すための一助となることではないかと考えた。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>国際社会や日本社会の変遷により我国において外国人の流入が増え、国籍や民族などの異なる人々が互いの歴史的背景や文化的違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら共に生きる多文化共生の重要度が増している。そこで、日本の多文化共生社会を担う若者の交流などを考える上で、多文化共生が成功した地であるハワイは良い参考となる。また、広島とハワイは移民と言う歴史的な繋がりが深いため、移民した先人の開拓精神や努力、苦難などから学ぶことも多いと考える。しかし、ハワイの日系人は5世代目となり、彼らの祖先が広島からハワイに渡り切り開いた歴史が風化している現状がある。広島においても同等で、学校教育で移民史に触れる機会はかなり少ない。実際にハワイの二世ベテランレガシーセンターから広島とハワイの若者に歴史を伝えて欲しいとの要望を受けた。そこで、本プロジェクトは広島とハワイの歴史と繋がりを両地域の若者に継承する為、現地で県人会の訪問や移民の子孫の方を尋ね、我々が歴史について学習すると共に、両地域の学校を訪問し若者と交流する機会を作ることで継承活動を行う。そして、そこから多文化共生社会における外国人との関わり方を学んでもらい、多文化共生社会を担うグローバル人材として成長するきっかけとなることを目指す。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>移民や多文化共生の成功地であるハワイでのフィールドワークの学びや経験を活かし、広島とハワイの若者が国際社会で生きていく力を身につける。</p> <p>※私たちが定義する「国際社会で生きていく力」</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.多文化共生について理解し、新しい環境にチャレンジする力 2.多様な価値観を受け入れ認め合う力 		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 日本における多文化共生社会実現に向けた課題を発見する。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①日本における多文化共生社会実現に向けた課題についてプロジェクト内で勉強会を行う。（関連する事業①、③、④） ②勉強会においてまとめたことを明文化し、プロジェクト内で共有する。（関連する事業①、③、④） 		

	<p>(2) ハワイの多文化共生社会の現状についてインタビュー調査を行い、映像にまとめる。</p> <p>①コナワエナ中学校の成田先生にインタビューを行い、映像を完成させる。 (関連する事業①、③、④)</p> <p>②コナワエナ中学校の生徒(英語を母国語としないクラス)にインタビューを行い、映像を完成させる。(関連する事業①、③、④)</p> <p>③日系3世である佐々木キャロルさんのインタビューを行い、映像を完成させる。 (関連する事業①、③、④)</p> <p>(3) 広島県内の若者たちが、多文化共生について理解する。</p> <p>①廿日市市役所に協力いただき、廿日市の市立中学校、市立高校で、インタビュー映像の上映会を行う。(関連する事業①、②、③、④)</p> <p>②広島市立祇園北高校英語クラブの生徒を対象に、インタビュー映像の上映会を行う。(関連する事業①、②、③、④)</p> <p>③「広島とハワイで学ぼう～めざせ国際人(山本貴裕教授)」および「広島歴史と文化(田中泉教授)」において、インタビュー映像の上映を行う。 (関連する事業①、②、③、④)</p> <p>④インタビュー映像を鑑賞した生徒・学生にアンケートを行い、80%以上が「多文化共生の必要性について理解が深まった」と回答する。 (関連する事業①、②、③、④)</p>																
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="379 987 456 1039">No,</th> <th data-bbox="456 987 1217 1039">事業名</th> <th data-bbox="1217 987 1479 1039">実施時期</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="379 1039 456 1099">①</td> <td data-bbox="456 1039 1217 1099">動画制作</td> <td data-bbox="1217 1039 1479 1099">未完成</td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 1099 456 1160">②</td> <td data-bbox="456 1099 1217 1160">スタディーツアー</td> <td data-bbox="1217 1099 1479 1160">6月、10月</td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 1160 456 1220">③</td> <td data-bbox="456 1160 1217 1220">夏渡航</td> <td data-bbox="1217 1160 1479 1220">9月</td> </tr> <tr> <td data-bbox="379 1220 456 1290">④</td> <td data-bbox="456 1220 1217 1290">発信</td> <td data-bbox="1217 1220 1479 1290">未実施</td> </tr> </tbody> </table>	No,	事業名	実施時期	①	動画制作	未完成	②	スタディーツアー	6月、10月	③	夏渡航	9月	④	発信	未実施	
	No,	事業名	実施時期														
	①	動画制作	未完成														
	②	スタディーツアー	6月、10月														
	③	夏渡航	9月														
④	発信	未実施															
①	動画制作	未完成															
②	スタディーツアー	6月、10月															
③	夏渡航	9月															
④	発信	未実施															

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(1) 日本における多文化共生社会実現に向けた課題を発見する。	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①日本における多文化共生社会実現に向けた課題についてプロジェクト内で勉強会を行う。	◎
②勉強会においてまとめたことを明文化し、プロジェクト内で共有する。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、多文化共生社会の成功地であるハワイの成功事例を学ぶにあたり、まず日本国内の多文化共生の現状や課題を知り、多文化共生社会実現に向けた乗り越えるべき課題を確認することを目指した。</p> <p>今年度は、6月17日と7月22日に興動館でコーディネーターの田中泉教授に講師をしてもらい、勉強会を実施した。勉強会では、ハワイがどうやって多文化共生の成功地と呼ばれるようになったのか、ハワイに向かった日系移民がどのようにしてハワイの人々に受け入れられたかについて学び、日本との違いをプロジェクト内で共有した。この勉強会にはプロジェクトメンバー12名が参加した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「高い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①日本における多文化共生社会実現に向けた課題についてプロジェクト内で勉強会を行う。</p> <p>勉強会を実施したことで、多文化共生社会の成功がどのような流れで構成されたのかについて、プロジェクト内で理解を同じにすることができたことで、日本との違いと乗り越えるべき課題を理解することができた。</p> <p>②勉強会においてまとめたことを明文化し、プロジェクト内で共有する。</p> <p>今回の勉強会で、日本では年々外国から来る人が増えていく中で、異なる文化的背景を持つ人と協力しながら生活や仕事をする場面が日常的になりつつある。しかし、過去に異なる文化に触れる機会が少なかったことから、未だに外国から来る人を受け入れることが難しいという課題が挙げられた。そのため、日本における多文化共生社会を実現するために、教育現場で広島の中高生に多文化共生に触れ、考えてもらう機会を提供することの大切さを共有した。しかしながら、渡航に行くメンバーと行かないメンバーとの意識の違いからプロジェクトメンバー全員が勉強会に出席できなかった。そのため、今年度の活動について全員の意見を反映させることができなかった。</p> <p>このことを受けて次年度は、話し合いに参加できなくても、どのような内容で話し合ったのかがわかるように議事録を作成するなど情報共有をする。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) ハワイの多文化共生社会の現状についてインタビュー調査を行い、映像にまとめる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①コナワエナ中学校の成田先生にインタビューを行い、映像を完成させる。	△
②コナワエナ中学校の生徒（英語を母国語としないクラス）にインタビューを行い、映像を完成させる。	△
③日系3世である佐々木キャロルさんのインタビューを行い、映像を完成させる。	△
<p>【総括】（できたこと・できなかったこと・改善すること）</p> <p>年間目標を達成するために、今年度は「ハワイで働く日本人から見たハワイの多文化共生とは」「多文化共生社会の中で生きているハワイの生徒たちの認識」「日系人の昔と今の意識の違い」について映像にすることをテーマとして、日本からハワイに移住して教鞭をとっている成田氏や英語を母国語にしていない生徒に加えて、日系3世のキャロル氏にインタビューを実施した。</p> <p>9月3日から9月12日にハワイで行った現地活動のうち、9月5日に成田氏が働いているコナワエナ中学校で成田氏とその同僚3名および生徒10名にインタビューをした。また、同時に多文化共生に関するアンケートも実施し、56件の回答を得た。加えて9月6日に佐々木キャロル氏が住んでいる自宅でインタビューを行った。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①コナワエナ中学校の成田先生にインタビューを行い、映像を完成させる。</p> <p>②コナワエナ中学校の生徒（英語を母国語としないクラス）にインタビューを行い、映像を完成させる。</p> <p>③日系3世である佐々木キャロルさんのインタビューを行い、映像を完成させる。</p> <p>今回の渡航で、予定していたインタビューを全て行うことができた。しかしながら、インタビューした動画を編集するノウハウが無く、年内に映像を完成させることができなかった。そのため次年度に向けて本学のメディアビジネス学科などの協力を得ながら引き続き動画の編集作業を行い、次年度の活動スタート時には動画を完成させる。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(3) 広島県内の若者たちが、多文化共生について理解する。	低い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
① 廿日市市役所に協力いただき、廿日市市の市立中学校、市立高校で、インタビュー映像の上映会を行う。	×
② 広島市立祇園北高校英語クラブの生徒を対象に、インタビュー映像の上映会を行う。	×
③ 「広島とハワイで学ぼう～めざせ国際人 (山本貴裕教授)」および「広島歴史と文化 (田中泉教授)」において、インタビュー映像の上映を行う。	×
④ インタビュー映像を鑑賞した生徒・学生にアンケートを行い、80%以上が「多文化共生の必要性について理解が深まった」と回答する。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、2024年度からハワイ州ハワイ郡と姉妹都市提携を結んだ「廿日市市」と連携し、廿日市市の中学校および高等学校に通う生徒に加えて「広島市立祇園北高等学校」に所属している英語クラブの生徒や広島経済大学の講義内で学生へ本プロジェクトが作成したインタビュー映像を観てもらい、多文化共生社会の成功地であるハワイの事例を通じて、多文化共生の必要性について理解をしてもらうことを目指した。</p> <p>異文化を学んでもらう取り組みとして、今年度はハワイの中学校、高等学校が行っている日本を体験するスタディーツアーの一環で、広島で日本の若者たちとハワイの中高生たちが交流するプログラムを3度行った。</p> <p>6月8日から6月9日のワイアケア高校対応では、宮島にある本学の研修センターである成風館や広島市内で、廿日市の中高生とハワイの高校生を対象とした「aloha でつながる！ハワイと日本の交流会」を実施した。このイベントには、合計9名の中高生と廿日市市に属するフラダンススクールの Kaupili Hula Studio 30名の日本人が参加した。イベントでは、日本人とハワイの中高生がグループに分かれて宮島をまわるまちあるきを行ったり、共にフラダンスをする交流や楽しみながらお互いの価値観を知るゲームを行った。</p> <p>6月12日から6月13日と6月15日のコナワイナ中学校の対応では、興動館で本プロジェクトメンバーとハワイの生徒とで折り鶴ブレスレットの作成を通して交流した。</p> <p>10月7日から10月8日のヒロ高校の対応では、宮島や広島市内の観光に帯同することに加え、本学の施設を紹介するキャンパスツアーを行った。</p> <p>今回のスタディーツアーで日本の中高生9名とフラダンススクール30名に加え、本プロジェクトメンバーがハワイの中高生総勢73名と交流した。</p> <p>しかし、インタビュー映像が完成しなかったため、廿日市市の中高生や広島市立祇園北高等学校の生徒、本学学生を対象とした上映会は実施できなかった。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③、④の結果から、目標達成度は「低い」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>① 廿日市市役所に協力いただき、廿日市市の市立中学校、市立高校で、インタビュー映像の上映会を行う。</p> <p>② 広島市立祇園北高校英語クラブの生徒を対象に、インタビュー映像の上映会を行う。</p> <p>③ 「広島とハワイで学ぼう～めざせ国際人 (山本貴裕教授)」および「広島歴史と文化 (田中泉教授)」において、インタビュー映像の上映を行う。</p> <p>④ インタビュー映像を鑑賞した生徒・学生にアンケートを行い、80%以上が「多文化共生の必要性につい</p>	

て理解が深まった」と回答する。

6月のスタディーツアーに参加した廿日市市の中高生に対して実施したアンケートには7件の回答を得ることができ、アンケートの設問「このプログラムは他者の考え方について興味関心を持てる内容でしたか」という設問に対し「とてもそう思う」「思う」と回答した人が100%だった。また「今回の交流で何が大切だと感じましたか？」の設問に対して「相手を知ろうとすること」が71.4%という結果となった。しかしながら、これらの具体的指標はインタビュー映像が完成しなかったため、廿日市市の中高生や広島市立祇園北高等学校の生徒、本学学生を対象とした上映会は実施できず、達成できなかった。

これらを受けて次年度は、インタビュー映像の完成を目指して渡航までに上映会を実施することと、映像に固執せずに多文化共生社会の必要性とその社会実現に向けて自分自身ができることは何かを考えてもらえる機会をつくることを検討する。

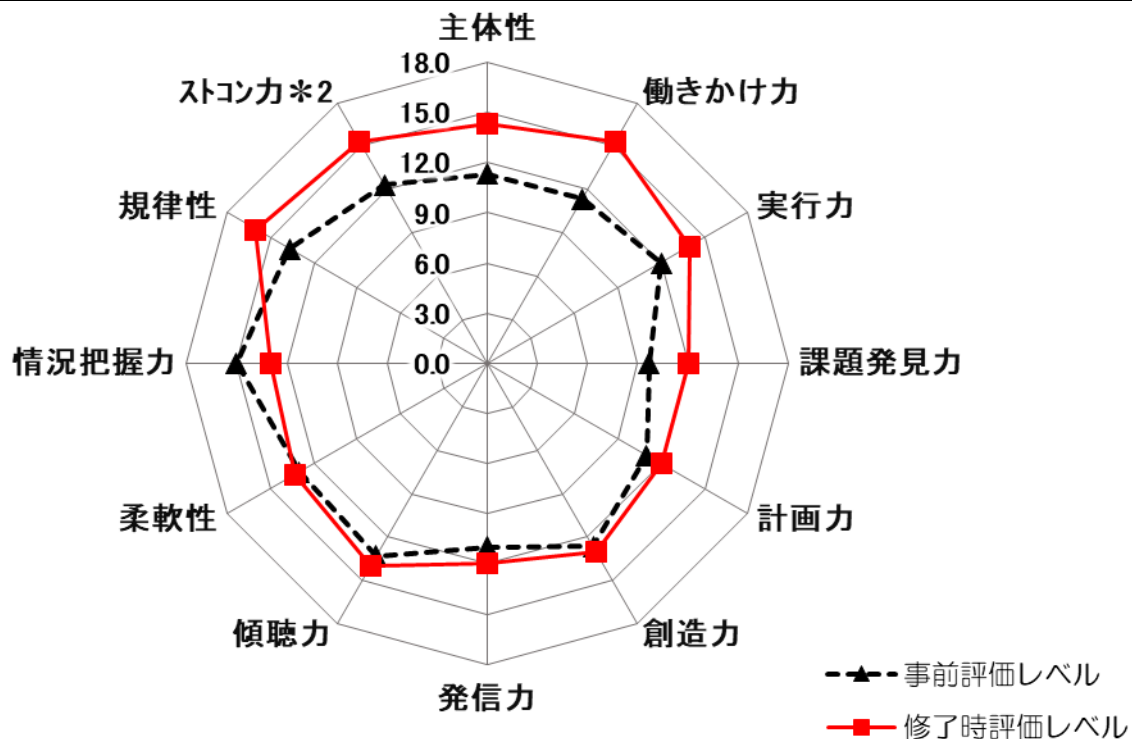
3. 受賞・新聞記事掲載等

年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年6月14日	中国新聞	ハワイの中高生 宮島散策
2025年9月11日	中国新聞	【広島経済大】ハワイと日本の生徒が親睦 宮島で写真撮影や買い物

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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			

5. メンバーの成長度合 ※メンバー全員の「社会人基礎力」※1 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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	動物のかけがえのない命を守ろうプロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2015年6月15日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	animal_hue		
X (旧 Twitter)	@animal_hue		
コーディネーター名	前馬 優策	リーダー名	千原 瀬那
メンバー数	22名 (2025年12月31日現在)	会計責任者	山本 詢汰・寺西 七海
プロジェクトの企画背景	<p>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。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、今年で10年目を迎える。当初、殺処分の対象となっていた犬猫も、民間の動物保護団体が全頭を引き取りに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、活動範囲にも限界があるが、知り得た情報を活用して周囲の人に現状を伝え、一緒に行動を興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年代の友人たち、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。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。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>広島県の犬・猫の保護数は令和5年時点で990頭（犬621頭・猫369頭）と割合では減少の傾向にあるが、収容頭数は未だ多い状態である。また、数字の上では殺処分数はゼロとなっていたが、保護数が多く愛護団体の引き取れる数に限界が生じてしまい、一部で殺処分が再開される方針となっている。私たちの理想は広島県の不幸な動物をゼロにすることである。そのために「私たちにできることは何か」を考える必要がある。まず、私たち学生自身がセンターでボランティア活動を行ったり、「Animalセミナー」や「いのちの教室」でドッグトレーナーの方々から専門的な知識をご教授いただき、次にその知識を「いぬねこ教室」や「紙芝居の読み聞かせ」で園児や、小学生、一般市民の皆さんに拡散する。そして私たちの理想である広島県の不幸な動物をゼロにつなげる。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>地域住民に保護動物の現状を伝え、命の尊さについて考えてもらうことで、「広島県の不幸な動物ゼロ」を実現する。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 祇園周辺地区の人が身近な動物と共存する上で必要な知識を身につける。</p> <p>① イベントの参加者が合計70人集まる。（体験ボランティア10人、いぬねこ教室60人）（関連する事業②、③）</p> <p>② アンケートで必要な知識（終生飼養、ポディーランゲージ、災害時の避難行動、殺処分）の理解度が100%になる。（関連する事業②、③）</p> <p>(2) 祇園地区の未就学児が動物の命の大切さについて理解する。</p> <p>① 未就学児に対する紙芝居が完成する。（関連する事業①）</p>		

	<p>② 祇園地区の保育園、幼稚園の3園で命の大切さを伝える。(関連する事業①)</p> <p>③ アンケートで動物の命の大切さが理解できたと答える園児の割合が100%になる。(関連する事業①)</p> <p>(3) 保護動物の啓発活動を普及させるためのつながりができる。</p> <p>① 新たな連携団体が2団体増える。(関連する事業④)</p>		
目標を達成するため に行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	紙芝居の読み聞かせ	7・8・9月
	②	いぬねこ教室	8・12月 (12月分は未実施)
	③	体験ボランティア	9・12月
	④	ワンヘルスデー	未実施

2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) 祇園周辺地区の人が身近な動物と共存する上で必要な知識を身につける。	低い
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
① イベントの参加者が合計 70 人集まる。(体験ボランティア 10 人、いぬねこ教室 60 人)	×
② アンケートで必要な知識 (終生飼養、ボディーランゲージ、災害時の避難行動、殺処分) の理解度が 100%になる。	×
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、現在、動物を飼っている人や今から飼う予定がある人に対して、最後まで責任をもって飼ってもらうために、動物と共存するうえで必要な知識をつけてもらうことを目指し、小学生を対象とした「いぬねこ教室」と大学生を対象とした「体験ボランティア」を実施した。</p> <p>8月22日に「祇園西公民館」で小学校低学年児童を対象にして終生飼養をテーマにいのちの大切さについて紙芝居の読み聞かせや実際に犬とのふれあいなどをする「いぬねこ教室」を実施した。このイベントには、12名の参加があった。</p> <p>また、9月22日と12月11日に「広島市動物愛護センター」で本学の学生を対象にして動物愛護施設の見学や施設の方からの説明、犬や猫とのふれあいなどを行うボランティアの体験を通し、終生飼養の大切さなど動物と共存するために必要な知識を身につけてもらう「体験ボランティア」を実施した。このイベントには合計7名の参加があった。</p> <p>この事業に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「低い」となった。 具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>① イベントの参加者が合計 70 人集まる。(体験ボランティア 10 人、いぬねこ教室 60 人) 今年度の「いぬねこ教室」の参加人数が 12 名と昨年度を大幅に下回る結果となった。 この原因は、年 2 回開催を計画していたが、8月のみの開催となってしまった。2回目は12月に開催することを目指して準備していたが、協力団体の動物愛護団体「犬のしつけ・ようちえん Shake Hand's」との調整不足により開催できなかった。 なお、唯一開催した8月のイベントでも、調整が遅れたために広報活動が公民館の掲示板での案内となったことや、応募方法が電話でのみであったことから定員の30名を下回る12名の参加にとどまってしまった。 このことを受けて次年度は、予定通り開催するために、協力団体と定期的に連絡を取り合い、イベント実施に向けた打ち合わせを重ねることでミスコミュニケーションを無くす。また、参加者数を増やすためにチラシは小学生全員にいきわたるように配布するように小学校と調整する。また、応募については、電話受付ではなく Google フォーム等のインターネット応募にして、いつでも気軽に応募できるようにする。</p> <p>② アンケートで必要な知識 (終生飼養、ボディーランゲージ、災害時の避難行動、殺処分) の理解度が 100%になる。 今年度の活動の最後にはアンケートを取り、合計 19 件の回答を得た。 アンケートの設問「最後まで責任を持って動物を飼うことの大切さを理解できましたか」では、「よくわかった」「わかった」と回答した人が 93%だった。イベントの感想では、「動物を飼うにはお金だけではなく、責任が必要だとわかった」「もっと犬や猫を大切にしたいと思う」「より命の大切さについ</p>	

て学びたくなった」というコメントがあり最後まで責任を持って飼うことの大切さを理解してもらい、より詳しく知るためのきっかけを得てもらうことができた。しかしながら、準備不足によりボディーランゲージ、災害時の避難行動、殺処分についてパネル展示のみとなり、イベントで触れられなかったことやイベントの参加者が少ないため、理解してくれた子ども達が増えたとは言いきれない。そのため、次年度はパネルを活用した説明を増やしたり、参加者を増やすことで命を大切にすることを理解してくれる子ども達を増やす。

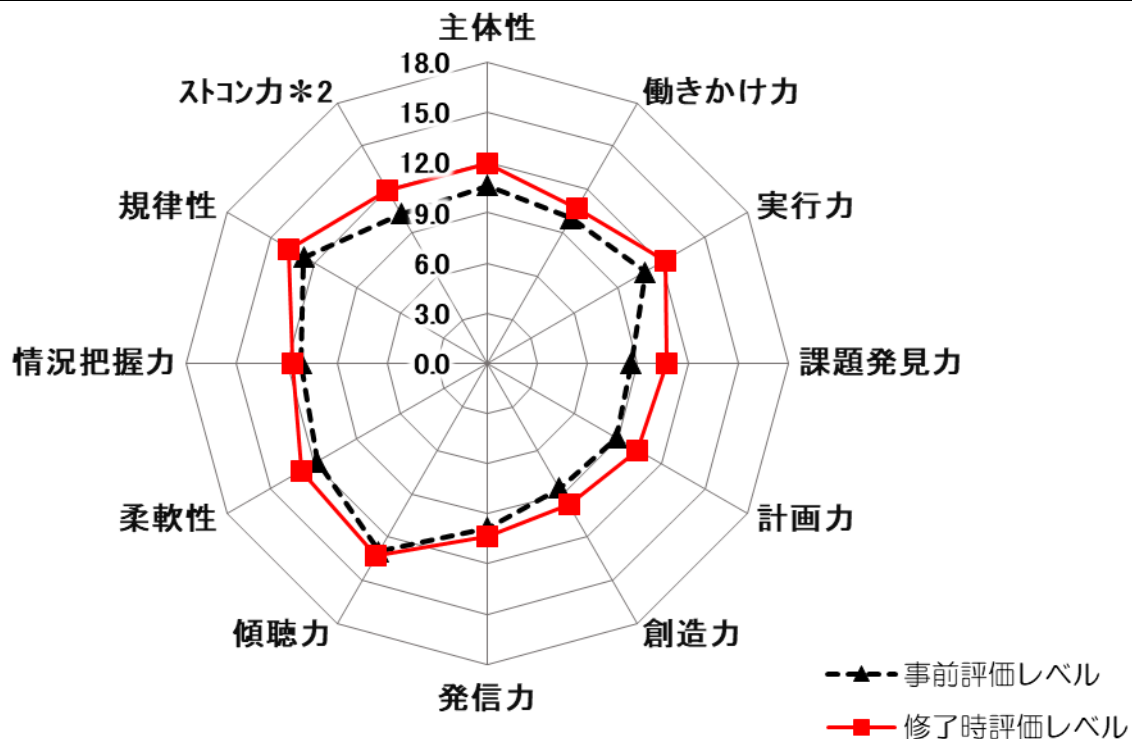
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) 祇園地区の未就学児が動物の命の大切さについて理解する。	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①未就学児に対する紙芝居が完成する。	◎
②祇園地区の保育園、幼稚園の3園で命の大切さを伝える。	◎
③アンケートで動物の命の大切さが理解できたと答える園児の割合が100%になる。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、幼い頃から動物の命の大切さを学んでほしいと考え、今年度から新たに祇園地区内の全ての幼稚園、保育園に通う未就学児を対象として活動をすることで、動物の命を大切にすることが育つ地域になることを目指した。</p> <p>6月20日に広島市動物愛護センター協力のもと、紙芝居が完成した。この紙芝居は、飼い主に愛されず、捨てられてしまった犬が動物愛護センターに保護され、そこで出会う人々とのかわりによって幸せを感じ、新しい飼い主の家で幸せな生活を始めるストーリーである。このストーリーを聞くことで、犬の一生を左右するのは飼い主の関わり方次第だということを伝えることを目指した。</p> <p>7月17日、8月22日、9月5日、9月8日に祇園地区内の幼稚園、保育園4園で、未就学児を対象とした終生飼養や命の大切さを伝える「紙芝居の読み聞かせ」を実施した。このイベントには、合計で約90名の未就学児が参加し、プロジェクトメンバーが未就学児に対して紙芝居の読み聞かせと、動物に対しての興味関心を上げるための動物についてのクイズを行った。また、読み聞かせの最後には、プロジェクトメンバーが作った動物の折り紙を子ども達にプレゼントした。</p> <p>この事業に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「高い」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①未就学児に対する紙芝居が完成する。</p> <p>6月20日に紙芝居が完成した。また、紙芝居をさせていただいた幼稚園、保育園には、本プロジェクトメンバーがいなくても園児に読んでもらえるよう、紙芝居を複製し配布した。</p> <p>②祇園地区の保育園、幼稚園の3園で命の大切さを伝える。</p> <p>今年度は、想定を超える4園で活動ができた。当初は3園の幼稚園、保育園を対象に訪問する予定だったが、リストアップした12園のうち、1、2歳の幼児しかいない園が6園だった。この紙芝居の対象である4、5歳の園児がいる6園を対象にアポイントメントをとったところ、4園で紙芝居を実施することができた。</p> <p>③アンケートで動物の命の大切さが理解できたと答える園児の割合が100%になる。</p> <p>各回のイベントの最後には、アンケートで満足度と理解度を確認し、合計90件の回答を得た。アンケートの設問「この紙芝居で動物の命の大切さについて知ることができたか」では「できた」と回答した園児が93%だった。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(3) 保護動物の啓発活動を普及させるためのつながりができる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①新たな連携団体が2団体増える。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、新たな連携団体を増やすことで動物愛護の意識を広めていくことを目指した。</p> <p>今年度は、マツダ株式会社および関連会社の従業員、OBで構成される、保護される動物の支援をしている動物愛護団体「ワンミヤツダクラブ」の誘いを受けて、12月7日に開催された「ワンミヤツダクラブ」主催の譲渡会に見学に行った。これにより、次年度、お互いの活動でイベント紹介を行うなど相互に協力しあうこととなった。</p> <p>この事業に紐づいた具体的指標①の結果から、目標達成度は「中程度」となった。</p> <p>具体的指標の評価については以下の通り。</p> <p>①新たな連携団体が2団体増える。</p> <p>今年度は「ワンミヤツダクラブ」とつながることができた。しかし、本来は広島県三原市で開催される「ワンヘルスデー」にも参加し、他団体とつながる予定だったが、当該イベントが実施されなかったため、2団体とつながる具体的指標が達成できなかった。そこで来年度は、「ワンヘルスデー」だけでなく他の事業などを活用することで本プロジェクトの活動を広く広報し、多くの方の目に留めてもらうことで、他団体とのつながるきっかけを模索する。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 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. やや優れている 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	3	4	0
総合計 (20点中)		15点			

5. メンバーの成長度合 ※メンバー全員の「社会人基礎力」※1 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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	祇園から食品ロスなくそうプロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2021年10月1日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	shoku_rosu_hue		
コーディネーター名	青谷 章弘	リーダー名	近藤 駿介
メンバー数	30名 (2025年12月31日現在)	会計責任者	伊達 彩夏
プロジェクトの 企画背景	<p>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。その中でも食品ロスについて焦点を当てて活動してい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472万トン（事業系236万トン、家庭系236万トン（令和4年度））にもものぼり、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。令和4年度のデータ※によると、年間約2兆1,500億円（国民1人あたり17,200円/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（摂取カロリーから見た食料自給率38%（令和4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。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棄を半減させ、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、この問題に対して取り組んでおり、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。</p> <p>※参考 HP：食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢＜令和6年11月時点版＞（農林水産省食料産業局）</p>		
プロジェクトの 活動趣旨	<p>現在日本では年間約472万トンの食品を廃棄している。その大量の廃棄物を焼却する際に発生する温室効果ガスにより、地球温暖化を悪化させる要因となっている。また、日本全体の食品ロスへの意識調査を行った際に約7割が食品ロスへの意識が低いことが分かった。しかし、食品ロスに関する的確な情報を与えるなどの動機付けを行ったところ、約5割に意識及び行動の変化が現れ、食品ロス削減の取り組みにつながる事が分かった。</p> <p>そこで広島市環境局の方との勉強会で身に着けた知識を生かして、食品ロスについて知らない人に、地域住民の集まる商業施設での啓発活動、親子料理教室、オリジナルレシピ、楽しく参加できるイベントを企画し興味を示してもらおう。その際には興動館とつながりのある企業、団体と協力して活動する。</p> <p>それにより、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していく。</p>		

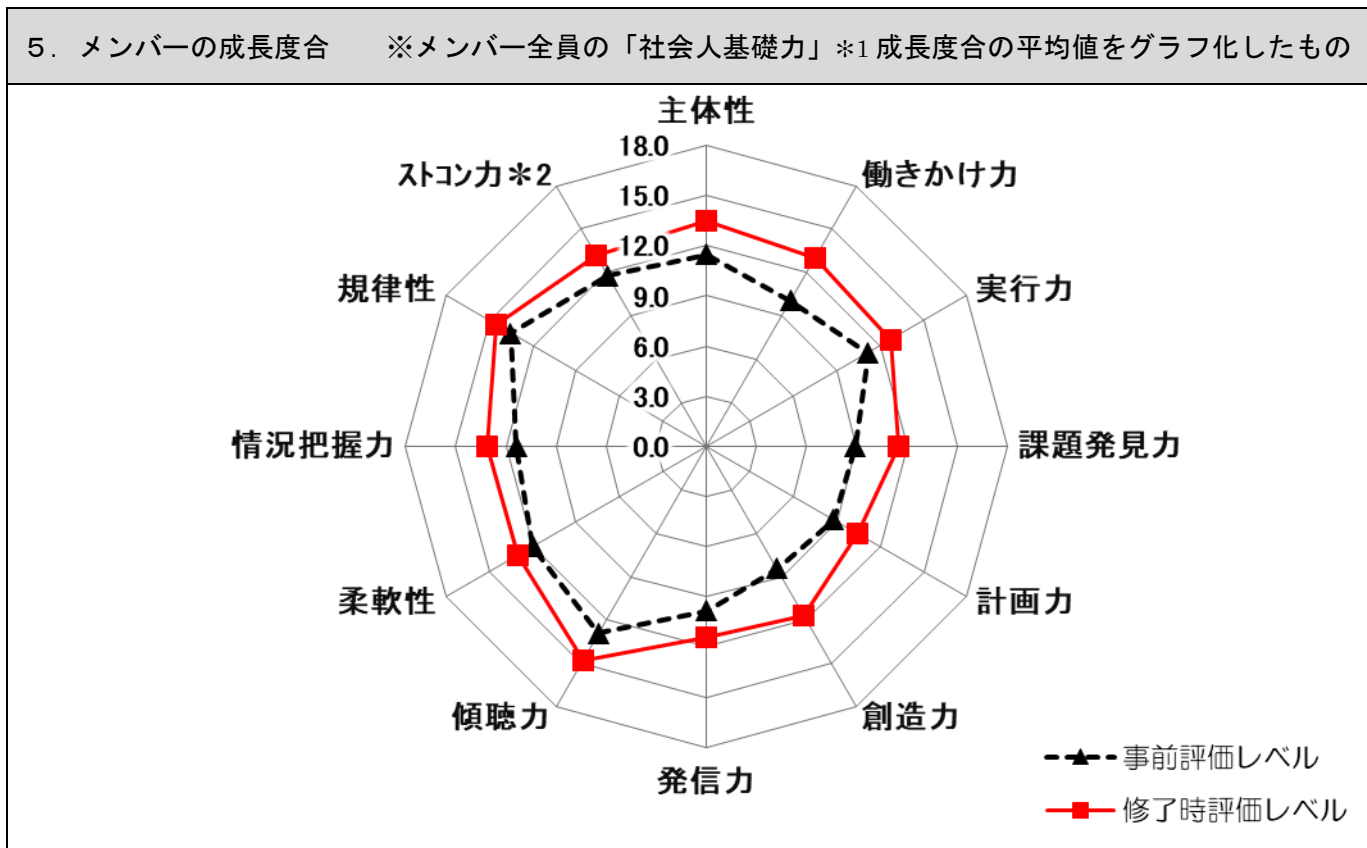
プロジェクトの活動目的	<p>祇園地域の方々に食品ロスの現状を知ってもらい、行動に移してもらえるように意識改革を目指し、祇園地区の住民が主体的に食品ロス削減に取り組む街にする。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 祇園周辺地域の方々が食品ロス削減の重要性を学び、食品ロス削減の意識が高まる。</p> <p>① アンケートで「食品ロス削減のきっかけになった」という人の割合を8割以上にする。(関連する事業②、③、④)</p> <p>② アンケートで「食品ロス削減の行動を今後も行いたい」と考える人の割合を8割以上にする。(関連する事業②、③、④)</p> <p>(2) 祇園地域の方々が食品ロス削減の行動をとるきっかけを作ることができる。</p> <p>① フードドライブ活動をきっかけに「今後も食品ロス削減活動に参加したい」という参加者の割合を8割以上にする。(関連する事業①)</p> <p>② フードドライブ活動をきっかけに「食品ロスの現状を学ぶことができた」という参加者の割合を8割以上にする。(関連する事業①)</p> <p>③ フードドライブ活動において食品を200個集める。(学内100個、地域100個) (関連する事業①)</p>		
目標を達成するために行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	食べ物のセカンドライフ (フードドライブ)	通年
	②	いらない食材を大・変・身!! (親子料理教室)	8月
	③	フードロスを減らそう食ロスフェア (啓発活動)	10月
	④	余りがちな食材を活用しよう! 祇園・興動祭	11月

2. 活動実績	
年間目標	目標達成度
達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	
(1) 祇園周辺地域の方々が食品ロス削減の重要性を学び、食品ロス削減の意識が高まる。	高い
年間目標を評価するための具体的指標	指標達成度
達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	
①アンケートで「食品ロス削減のきっかけになった」という人の割合を8割以上にする。	◎
②アンケートで「食品ロス削減の行動を今後も行いたい」と考える人の割合を8割以上にする。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために今年度は祇園・山本地区の子どもや住民を対象にして、食品ロス削減のきっかけを提供することで意識を高めることや、昨年度と同様に食品ロス削減の行動に移したい人を増やすことを目指し、3つのイベントを開催した。</p> <p>10月4日にイオンスタイル広島祇園、10月11日にゆめテラス祇園で食品ロス削減の啓発イベント「フードロスを減らそう食ロスフェア」を開催した。このイベントでは、食品ロスにちなんだオリジナルパネルの展示やゲーム(食ロスかるた、食ロスすごろく、賞味期限・消費期限ゲーム)を実施して、楽しみながら食品ロスについて学んでもらった。</p> <p>また、10月18日に祇園西公民館で、親子を対象として親子料理教室「いらない食材を大・変・身!!!」を開催した。このイベントでは、このイベントには4組計8名の参加があり、家庭で余りがちな食品を使った料理を3種類(ビビンバ、もやしとカニカマの生春巻き、ミルクくずもち)を考案し、親子で楽しみながら調理してもらった。</p> <p>11月16日に興動館で行われた第20回祇園・興動祭の出店企画として「余りがちな食材を活用しよう!」を開催した。このイベントでは、今津農園から頂いた規格外野菜である小松菜を利用した料理を1品と家庭で余りがちな食材である豆腐を活用した料理1品の合計2品の料理をオーガニックや無添加の食材・調味料を使用し、安全、安心、美味しさを追求した料理を提供する「自然食 cafe&bar ゆらり」に調理していただき販売した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「高い」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①アンケートで「食品ロス削減のきっかけになった」という人の割合を8割以上にする。 今年度の活動ごとにアンケートを取り、93件(フードロスを減らそう食ロスフェア36件、いらない食材を大・変・身!!!8件、余りがちな食材を活用しよう!49件)の回答を得た。 アンケートの設問「食品ロス削減について意識に変化が生じたか」という問いに対して、「とても思う」「思う」と回答した人が94%となった。加えて、参加者からは「食品ロスの大切さが分かった」「食品ロス削減をより意識するようになった」といった声があった。</p> <p>②アンケートで「食品ロス削減の行動を今後も行いたい」と考える人の割合を8割以上にする。 アンケートの設問「食品ロス削減の行動を今後も行いたいか」という問いに対して、「とても思う」「思う」と回答した人が合計で100%となった。加えて、参加者からは「これからも食品ロスをなくそうと思う」「食べ切れる量を使って料理をしていきたい」「お店に行ったときに頼みすぎないようにしたい」といった声があった。</p>	

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) 祇園地域の方々が食品ロス削減の行動をとるきっかけを作ることができる。	低い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①フードドライブ活動をきっかけに「今後も食品ロス削減活動に参加したい」という参加者の割合を8割以上にする。	×
②フードドライブ活動をきっかけに「食品ロスの現状を学ぶことができた」という参加者の割合を8割以上にする。	×
③フードドライブ活動において食品を200個集める。(学内100個、地域100個)	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>今年度はフードドライブ活動を通して、祇園地域の中でも広島経済大学の学生と教職員を対象に今後も削減活動を行いたいと考える人と、食品ロスの現状を学ぶことができた参加者がどのくらいいるのかを調査することを目指した。加えて、昨年度は3回のフードドライブで計61個の食品を回収できたため、今年度は毎月20個の食品を回収することで200個の食品を集めて関係団体に寄付することを目指した。</p> <p>8月を除く5月から12月の第3週目の1週間、セブンイレブン広島経済大学店前と興動館1階の2箇所でフードドライブイベント「食べ物のセカンドライフ」を7回実施した。このイベントは、本学学生と大学職員を対象として、家庭で余りがちな食品を回収し、フードバンク団体である「わいわい広場」に寄付するという活動と、フードドライブの紹介パネルと食品ロス削減に関するパネルの2種類を設置して食品ロス削減の意識を広めた。集めた食材の集計結果はインスタグラムと、翌月のイベント開催のチラシと合わせて報告した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「低い」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①フードドライブ活動をきっかけに「今後も食品ロス削減活動に参加したい」という参加者の割合を8割以上にする。</p> <p>②フードドライブ活動をきっかけに「食品ロスの現状を学ぶことができた」という参加者の割合を8割以上にする。</p> <p>今年度の活動の結果、具体的指標①と②については、7回のイベントを通して、イベントブースに誰もいないときに食品が置かれていることが多かったため、アンケートの協力を促したり参加者の声を聞いたりする機会を設けることができなかったため、2件しかアンケート回答を得ることができなかった。そのため、次年度はアンケートを実施せず、集めた食品の個数のみで具体的指標の達成度を測ることにするか、アンケートの質問項目を変更することを検討する。</p> <p>③フードドライブ活動において食品を200個集める。(学内100個、地域100個)</p> <p>今年度の活動を通して、指標で目指した数の約80%である159個の食品を集め、フードバンク団体である「わいわい広場」に寄付することができた。目標に達しなかった原因として「1人暮らしの大学生はそもそも食品を余らせるほど買わない」「実家暮らしの大学生は家から距離がある場合、食品を持って来るのが大変であるため持ってこない」という意見があった。そのため、次年度は対象者を大学生だけでなく、地域住民も対象にすることを検討する。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年10月26日	広島市	令和7年度広島市食品ロス削減推進表彰
2025年10月29日	中国新聞	食品ロス 削減しよう シャレオ アイドルや学生訴え

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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			



※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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

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	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	Supo_kyou_hue		
コーディネーター名	松本 耕二	リーダー名	早瀬 光汰
メンバー数	31名 (2025年12月31日現在)	会計責任者	今村 日々歌
プロジェクトの 企画背景	<p>公共交通機関に車いすの方が乗車していた時に、迷惑そうに避けたり奇異な目でジロジロと見たりしている人たちがいた。その車いすの方は周囲に謝りながら降車していった。公共交通機関は誰もが乗降できる公共の場であり、車いすの方が謝る必要は無い。わが国の障害者数は人口の約7%といわれ、マイノリティな存在である。このため、人々の関心や意識は低い。もっとお互いを受け入れ、理解し合える社会になってほしいとの思いを強くした体験だった。このことから、誰もが相互に人格と個性を尊重し支え合い、人々の多様な在り方を相互に認め合える全員参加型の「共生社会」を目指そうと考えた。</p> <p>スポーツには、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れ、互いのことを尊重したり、理解したりすることができるといった魅力がある。そのため、スポーツを通して障がい者と関わることで、お互いの意識を変えることができるのではないかと考えた。</p>		
プロジェクトの 活動趣旨	<p>「共生社会」とは、さまざまな人々が分け隔てなく暮らしていける社会のことであり、障がいのある人もない人も、支える人と支えを受ける人に分かれることなく共に支え合い、さまざまな人々の能力が発揮されている活力ある全員参加型社会のことである。そして理想の状態は、この「共生社会」の実現である。しかしながら、内閣府の「共生社会の周知度」の世論調査(2023)では「共生社会」という言葉を「知らない」人が19.3%、「言葉だけは聞いたことがある」人は31.5%と、未だ半数の人たちが「共生社会」に対する認知や理解が進んでいないという現状が分かる。</p> <p>そこで、本学の障がい者・パラスポーツに精通する個人や関係団体の協力や指導の下、本学のユニバーサルデザインを取り入れている施設を利用して、障がいのある方々や学生、さらには地域の方々とパラスポーツを通じた交流を行う。また、広島県内のパラスポーツに関わる組織・団体と連携して、会場運営ボランティアや競技指導ボランティアの参加促進を図る。これらにより、障がい者と健常者がお互いについての理解を深めることで、「共生社会」実現に向けた相互の意識向上を図ることとする。</p>		
プロジェクトの 活動目的	パラスポーツを通じて、障がい者との相互理解を深め、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 年間目標と具体的 指標	<p>(1) 障がい者の実状を把握し、寄り添った配慮ができる。</p> <p>①障がい者の障がいのない人に対する考えや気持ちを問うインタビューを15人に行う。(関連する事業①)</p> <p>②障がい者を対象としたインタビューを分析し、相互理解を図るための課題を整理する。(関連する事業①)</p> <p>(2) 障がい者と障害のない人の交流の場を作り、相互理解を促進する。</p>		

	<p>①交流の場への障がい者の参加割合を 20%以上にする。(関連する事業④)</p> <p>②参加者アンケートを実施し双方の「コミュニケーションを促進する場として役に立った」と答えた人の割合を 100%にする。(関連する事業②、④)</p> <p>③参加者アンケートで「障がい者に対する理解が深まった」を 100%とする。 (関連する事業②、④)</p> <p>(3) パラスポーツの認知・理解を高める。</p> <p>①交流の場として「パラスポーツ体験会」に 100 人以上の参加者が集まる。 (関連する事業③)</p> <p>②参加者アンケートで「パラスポーツへの興味・関心が高まった」の回答を 100%にする。(関連する事業②、③、④)</p>		
<p>目標を達成するため に行う事業</p>	No,	事業名	実施時期
	①	インタビュー実施	通年
	②	アンプティサッカー体験会	6 月
	③	パラスポーツ体験会	8 月
	④	ボッチャ体験会	11 月

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い(100-80%)、中程度(79%-30%)、低い(29%以下)	目標達成度
(1) 障がい者の実状を把握し、寄り添った配慮ができる。	低い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎(100-90%・できた)、○(89-70%・ややできた) △(69-50%・あまりできなかった)、×(49%以下・できなかった)	指標達成度
①障がい者の障がいのない人に対する考えや気持ちを問うインタビューを15人に行う。	×
②障がい者を対象としたインタビューを分析し、相互理解を図るために課題を整理する。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、障がいのある方がどのような気持ちで日常を過ごされているのかを把握することを旨とし、現状で感じられていることや日常生活について質問をした。</p> <p>6月22日に、アンプティサッカーチームの「A-pfeile 広島」に協力していただき、本学のフットボールパークで祇園地域周辺の中高生、本学学生を対象に「アンプティサッカー体験会」を開催した際に、協力していただいた選手4名にインタビューを実施した。</p> <p>9月22日に「広島市心身障害者福祉センター」で車いすテニスをされている方1名にインタビューを実施した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「低い」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①障がい者の障がいのない人に対する考えや気持ちを問うインタビューを15人に行う。</p> <p>今年度は障がいのある方5名に対してインタビューを行うことができたものの、目標の15名にはインタビューできなかった。アンプティサッカー体験など、本プロジェクトが主催するイベントに加え、障がいのある方が集まる場所にメンバーが直接出向くことで、さまざまな方からのインタビューを行う予定であった。しかしながら、イベントの参加者に障がい者の方がいなかったことや訪問した「広島市心身障害福祉センター」では、事前にインタビューの協力を呼び掛けたものの、趣旨が伝わりにくかったことから1名の協力を留まった。そのため、目標を達成できなかった。</p> <p>これを受けて次年度は、イベントの案内も兼ねて訪問回数を増やすなどを行うことで障がいのある方との関係性を築いた上でインタビューの依頼を行うことを検討する。</p> <p>②障がい者を対象としたインタビューを分析し、相互理解を図るために課題を整理する。</p> <p>身体障がいの方を対象に、自身の障がいについてや日常生活で感じることといった、5つの質問を用意しインタビューを行った。このインタビューでは5名中4名が「特に困難なことはない」や「なってしまったものは仕方ない、できることをする」、「プラスに考える」といった前向きな回答が多かった。一方で、入浴介助やお手洗いに時間がかかり、障がいのある自分について「周囲に気を使っている」といった回答も見られた。これらの結果から、スポーツをしている方は、自身の障がいに対し、前向きかつ、気に留めていないような傾向がある(5名中4名)が、日常を過ごす上では特段の困難が無いことがわかった。しかしながら、インタビューの件数が少ないため、今回のインタビューのみでは全ての課題が整理できたとは言えない。また、スポーツをしていない障がいのある方へのインタビューもできていないことが課題となった。今後は、スポーツを行っている障がい者の方だけでなく、スポーツをしていない障がい者の方にアプローチをすることも必要であると考えた。以上のことから、次年度には、障がいのある方が集う場所への訪問を増やし、様々な環境にある障がいのある方にインタビューを実施して、より多くの情報を得たい。</p>	

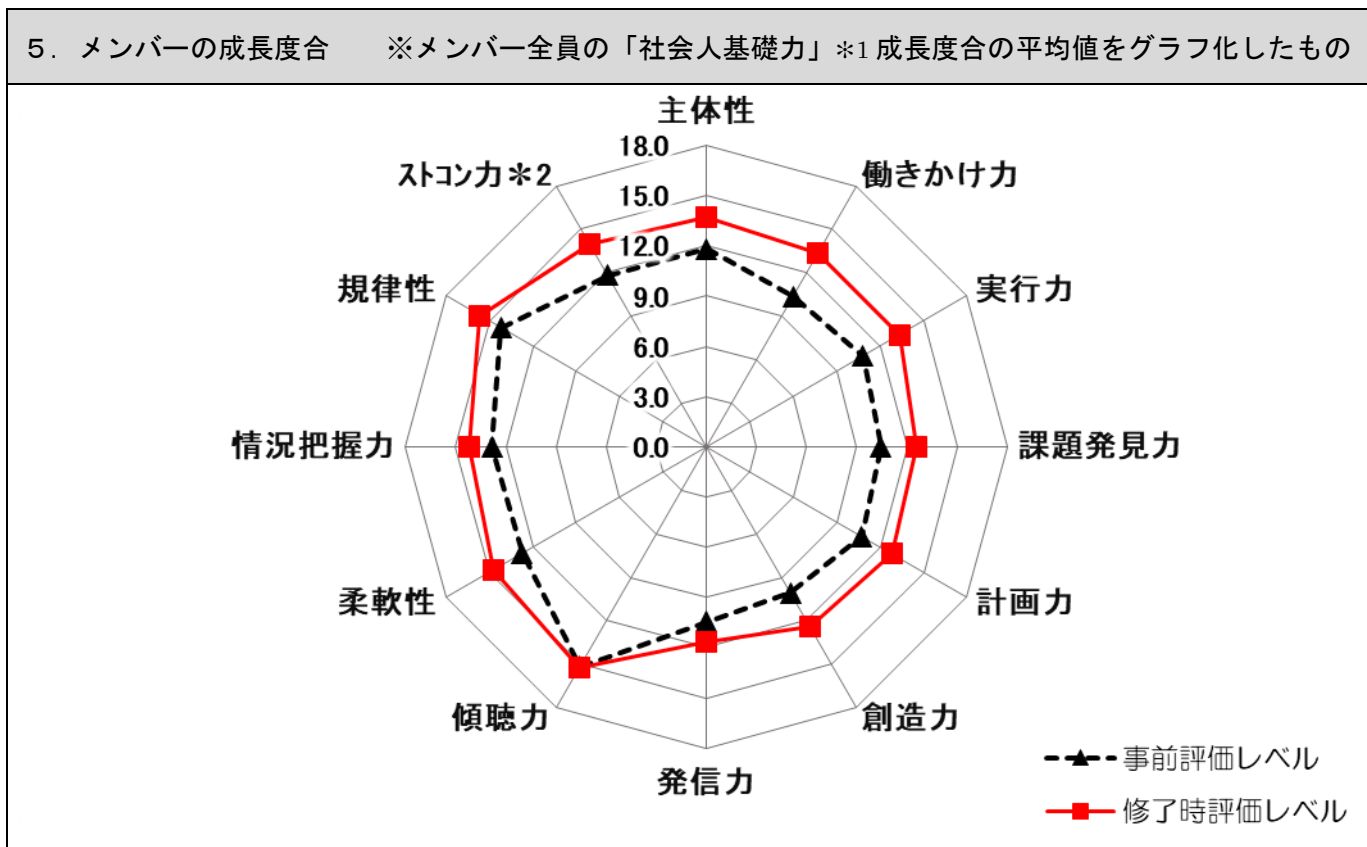
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(2) 障がい者と障がいのない人の交流の場を作り相互理解を促進する。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①交流の場への障がい者の参加割合を 20%以上にする。	△
②参加者アンケートを実施し双方の「コミュニケーションを促進する場として役に立った」と答えた人の割合を 100%にする。	○
③参加者アンケートで「障がい者に対する理解が深まった」を 100%とする。	△
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、昨年度に続き、障がいのある方とない方が交流できる場を提供することで、相互理解を深めることを目指した。</p> <p>6月22日に開催した「アンプティサッカー体験会」を開催し、20名(A-pfeile 広島は障がい者4名と一般参加2名、本学学生2名、プロジェクトメンバー12名)の参加があった。体験会ではクラッチといわれる身体を支える杖(クラッチ)を使用してボールを蹴るアンプティサッカーの体験をしてもらった。その後、交流試合を実施した。体験会の最後にはイベントに関するアンケートを実施し、2件の回答を得た。</p> <p>11月23日に興動館で祇園地域周辺の中高生を主な対象にして「ボッチャ体験会」を開催した。体験会では10名(地域の方9名、本学学生1名)の参加があったが、障がい者はいなかった。体験会ではトーナメント形式で試合を行った。体験会の最後にはイベントに関するアンケートを実施し、10件の回答を得た。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「中程度」となった。</p> <p>具体的指標の達成状況は以下の通りであった。</p> <p>①交流の場への障がい者の参加割合を 20%以上にする。</p> <p>アンプティサッカー体験会では体験者20名のうち4名が障がいのある方で、全体の20%だった。また、ボッチャ体験会では「広島市心身障害者福祉センター」、「情報シンフォニー」、「ダイソーウィング」や広島市にある特別支援学校といった障がいのある方に関連する場所へチラシの配布や広報を行ったものの、参加者はなかった。このことを受けて次年度は、私たちから「広島市心身障害者福祉センター」などの障がいのある方が集う場所に行き、イベントを開催することを検討する。</p> <p>②参加者アンケートを実施し双方の「コミュニケーションを促進する場として役に立った」と答えた人の割合を 100%にする。</p> <p>アンプティサッカー体験会とボッチャ体験会において、アンケートの設問「双方のコミュニケーションが生まれる場面がありましたか」では、「とても思う」、「思う」と回答した人の割合が100%だった。加えて、ボッチャ体験会の参加者からは「ボッチャの投げる順番や戦術も会話が大切になるため、そこから生まれるコミュニケーションがあった」、「最初のプチ交流会で緊張がほぐれた」などのコメントがあった。このことから、参加者同士のコミュニケーションを催促する場となっていた。だが、ボッチャ体験会において主な対象であった中高生と障がい者の参加がなかったことでこの指標が達成できたとは言えない結果となった。この原因として、定期試験の期間かイベント日と重なっていたことや、そもそもパラスポーツに触れる機会が無い場合、イベントに参加する動機につなげていない。</p> <p>このことを受けて次年度は、改善策として事前に、学校側としっかりとスケジュールを確認したうえで、開催時期を決め、それに伴って広報活動を行う。また、中高生にパラスポーツに興味を持ってもらうために、自分たちが学校に出向き、部活動の時間を借りて、体験してもらうことを検討する。</p> <p>③参加者アンケートで「障がい者に対する理解が深まった」を 100%とする。</p> <p>各イベントで行ったアンケートのうち「障がい者に対する意識に変化は生じましたか」では「とても思</p>	

う」、「思う」と回答した人の割合が 12 件中 11 件であり、91%の達成率となった。また、「年齢や性別関係なく、コミュニケーションを取るという意識が芽生えた。」や「パラスポーツを通して、障がいを持っている方の生活の幅が広がり、コミュニティも広げることができると思った。」などのコメントがあり一定の成果はあった。しかしながら、具体的指標②と同様に、対象の中高生の参加が無かったため、事前に学校側としっかりとしたスケジュールを確認したうえで、開催時期を決め、それに伴った広報活動を行う。できるだけ多くの中高生に参加を募り、障がい者の方と交流してもらう。加えて、中高生にパラスポーツに興味を持ってもらうために自分たちが学校に出向き、部活動の時間を借りて、体験してもらう機会を設ける。

年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(3) パラスポーツの認知度・理解を高める。	高い
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①交流の場として「パラスポーツ体験会」に100人以上の参加者が集まる。	◎
②参加者アンケートで「パラスポーツへの興味関心が高まった」の回答を100%にする。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために昨年度に続き、祇園地区に住む多くの方にパラスポーツを知ってもらえる機会を提供することで、障がいについて考え、障がい者と触れあってもらおうことを目指した。</p> <p>10月19日に、広島県パラスポーツ協会の協力のもと、イオンモール広島祇園にてパラスポーツ体験会を開催した。体験会ではスタンプラリー形式で4つのパラスポーツと広島県パラスポーツ協会のブースを体験してもらった。1階と3階のフロアに分かれてブースを設置し、1階ではボッチャと広島県パラスポーツ協会の体験ブースを出展した。3階では車いすバスケットボールとアンプティサッカーとガイドランナーの体験ブースを出展した。ブースの前には種目ごとのパネルを掲示し、体験会参加者は130人だった。</p> <p>その他、6月22日に学内で、アンプティサッカー体験会や11月23日にボッチャ体験会を開催し、合計24人が体験した。</p> <p>また、上記の活動に加えて、9月17日に本プロジェクトの活動を知った広島市立伴小学校の依頼で、小学3年生全4クラス145名を対象に、パラスポーツである「ボッチャ」と「ゴールボール」を体験する「パラスポーツ体験授業」を実施した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「高い」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①交流の場として「パラスポーツ体験会」に100人以上の参加者が集まる。</p> <p>目標にしていた100人を超えて、合計154人の方にパラスポーツを体験してもらうことができ、目標を達成することができた。</p> <p>②参加者アンケートで「パラスポーツへの興味関心が高まった」の回答を100%にする。</p> <p>今年度実施した各イベントでアンケートを取り、合計70件(パラスポーツ体験会58件、アンプティサッカー体験会2件、ボッチャ体験会10件)の回答を得た。アンケートの設問「パラスポーツへの興味・関心に変化は生じましたか」という設問では、「とても思う」、「思う」と回答した人の割合が100%であった。また、「ボッチャを通して簡単に楽しくスポーツができることがわかった。」、「初対面でもスポーツを通して、心を少しでも開くことができるものだなと思った。」などのコメントがあった。このことから目標を達成することができたと考える。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年11月13日	中国新聞	【広島経済大】パラスポーツ、親子ら体験 車いすバスケットやポッチャに汗

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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			



*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「ストコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	子ども達の未来をつくろうプロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2023年7月14日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	Koudou.syokudou		
コーディネーター名	宮辻 渉	リーダー名	杉原 凌甫
メンバー数	49名（2025年12月31日現在）	会計責任者	内田 紗予
プロジェクトの企画背景	<p>ひろしま子供の未来応援プランにて、「全ての子ども達が、生育環境の違いに関わらず、健やかに夢をはぐくむことのできる社会の実現」を掲げている。その政策の柱の1つとして、子どもの居場所の充実と言う項目がある。したがって現状の広島県では、子どもたちの居場所が十分に作られていないことが分かる。加えて、令和3年度の広島市の不登校・暴力行為・いじめの状況について見ると、これらの割合は広島県全体として増加していることが分かる。我々は、このような問題に対して、これらのような状況に陥る前の子どもと関わることによって、その子達の居場所を作っていくことで寄与していく。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>広島では、虐待・いじめ・不登校児の割合が増加傾向にある。ひろしま子供の未来応援プランにおいても子ども達の居場所が少ないことが示唆されている。したがって、私達は、子供達やその保護者達の居場所を作るために、子ども食堂イベント・事業を定期的に企画、開催していく。なお、この活動は、公的な支援や治療を必要としている子供達ではなく、元気で明るい生活をしている子供達が今後、そうならないための予防手段として機能させるものである。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>本プロジェクトの活動目的は、子供と保護者の第3の居場所づくりである。この活動は、子供達が既存の友達だけでなく新規の友達、大学生、大学の先生、多様な保護者と交流を深めてつながりを構築し、家庭や学校以外の第3の居場所を提供していく。子供たちが生育環境の違いに関わらず、将来にむけて夢や目標を描ける社会の実現を目指していく。加えて、保護者コミュニティの形成へむけたきっかけづくりへ寄与していく。</p>		
プロジェクトの年間目標と具体的指標	<p>(1) 子ども達にとって子ども食堂イベントが第3の居場所になる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①子ども食堂イベントに5回以上参加した子ども達（実人数）の割合が70%になる。（関連する事業①、②） ②アンケート調査で「子ども達が居場所になっている」と回答する割合が100%になる。（関連する事業①、②） ③子ども達の参加動機を把握する。（関連する事業①、②） <p>(2) 子ども食堂イベントに参加した保護者同士のゆるやかなつながりができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①アンケート調査で「保護者同士で気軽な話げできた」と回答する割合が100%になる。（関連する事業①、②） ②アンケート調査で「育児の情報共有ができた」と回答する割合が80%以上になる。（関連する事業①、②） 		
目標を達成するために行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	子ども食堂イベント	通年
	②	子ども食堂お祭りイベント	8月

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(1) 子ども達にとって子ども食堂イベントが第3の居場所になる	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①子ども食堂イベントに5回以上参加した子ども達(実人数)の割合が70%以上になる。	×
②アンケート調査で子ども達が「居場所になっている」と回答する割合が100%になる。	◎
③子ども達の参加動機を把握する。	◎
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、祇園周辺地域に住む10歳以下の子どもとその保護者を対象として子ども食堂イベントを開催することで、第3の居場所となることを目指した。なお、一回だけの参加ではなく、複数回子ども食堂イベントに参加してもらうことやこのイベントに参加する動機を把握することで、子ども達が何度も参加したくなるイベントにすることを目指した。</p> <p>食材については今年度も「株式会社フレスタホールディングス」から提供していただき、食事の提供を行った。興動館や広島経済大学フットボールパークを活用して多くの子ども達がコミュニケーションをとることができるように学生がアイスブレイクや全体遊びを企画・実行をした。また、遊ぶ子ども達を見守ることができる保護者スペースを作るなどの保護者の方々への工夫をした子ども食堂イベントの運営を行った。このイベントは4月から12月の期間、月1回、全9回開催し延べ219人の子どもが参加してくれた。この年間目標に紐づいた具体的指標①、②、③の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況については以下の通り。</p> <p>①子ども食堂イベントに5回以上参加した子ども達(実人数)の割合が70%以上になる。</p> <p>今年度の子ども食堂イベントに5回以上参加してくれた子どもの割合は24%だった。5回以上参加することで居場所になることだと定義したが、今年度は初めて参加する子どもが多く、その分定員が圧迫されたため複数回参加する子どもが減った。これは、本プロジェクトの活動が対象の小学校に浸透してきたことにより、先着順で募集をするやり方によって2回目以降参加したい子どもが参加しにくい環境になっていると思われる。このようなことを受けて次年度は、年間9回開催しているイベントを「複数回参加している子ども対象」「初めて参加する子ども対象」と2種類に分けて複数回参加している子どもを対象としたイベントを5回、初めて参加する子どもを対象としたイベントを4回などとして開催したり、定員30名の枠のうち、複数回参加用の枠と初めて参加用の枠を設けるなどを検討する。もしくは、定員充足のため断らざるを得なかった子どもに対して、別の子ども食堂を紹介するなど、居場所は他にもある旨の情報提供をする。</p> <p>②アンケート調査で子ども達が「居場所になっている」と回答する割合が100%になる。</p> <p>今年度のイベントに参加した子どもを対象にアンケートを実施し、294件の回答を得た。アンケートの設問「またこのイベントに行きたいと思いますか」にはそのうち、「ぜひ行きたい」「行きたい」と回答した割合が100%となり、具体的指標の目標を達成した。</p> <p>③子ども達の参加動機を把握する。</p> <p>イベントに参加した子どもを対象に行ったアンケートの設問「なにがたのしみでしたか」という設問に対して「おにいさん・おねえさん・せんせいにあいたいから」が33.3%で最多だった。2番目は「ともだちとあそびたいから」の32.4%だった。3番目は「ごはんをたべたいから」が</p>	

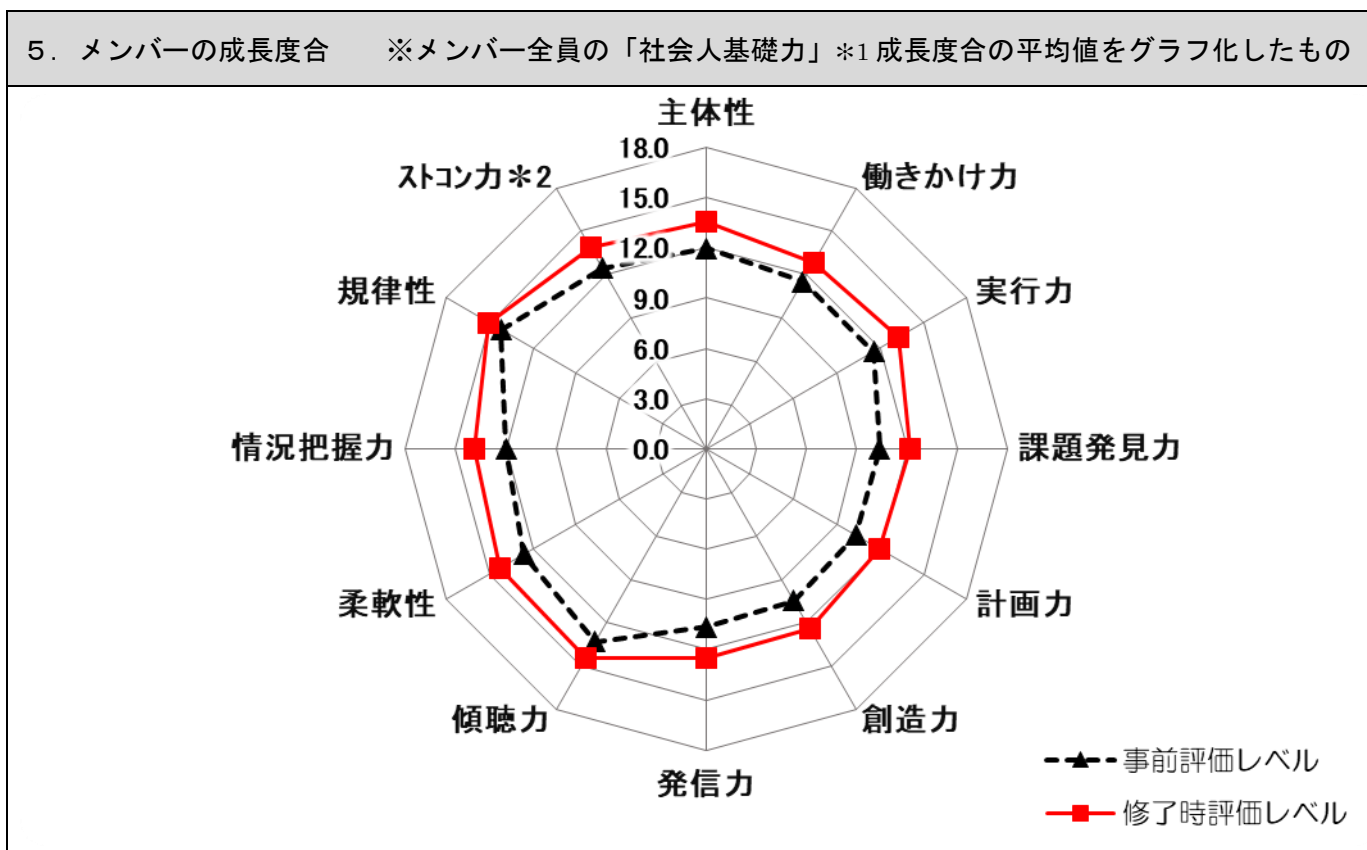
23.5%。4番目は「ほかのこと」で10.6%という結果になった。また「初めてだから気になった」や「学年が違う友達が出来るから」などの声があった。加えて、イベントを重ねるにつれて、本プロジェクトメンバーの顔と名前を覚えてもらえたことで、参加してくれる子どももいたり、子どもから手作りのプレゼントをもらったりなど、関係性が深まっていることも感じた。

この結果から、子ども達がこのイベントに参加する動機は、大学生と遊んだり、友達と遊ぶことを楽しみにしてきてくれたりしていることであることがわかった。特に、子どもとメンバーが関係性を構築することで、次回も参加したいと思ってもらえるようになっている。なお、毎回イベントでは、一人で遊んでいる子どもが一定数いることが確認された。これらの結果と具体的指標②の達成状況から、現在のイベントの進め方で子ども達のニーズは満たされていると思われる。しかしながら、一人遊びをしている子どもが望んで一人遊びをしているのか。友達の輪に入れずに一人で遊んでいるのかがわかっていない。そのため次年度は、より子ども達と関係性を深めるために、子ども一人ひとりにあった声かけやかかわり方をメンバー全員が学ぶ。

年間目標 達成度の判断目安 高い（100-80%）、中程度（79%-30%）、低い（29%以下）	目標達成度
(2) 子ども食堂イベントに参加した保護者同士のゆるやかなつながりができる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎（100-90%・できた）、○（89-70%・ややできた） △（69-50%・あまりできなかった）、×（49%以下・できなかった）	指標達成度
①アンケート調査で「保護者同士で気軽な話ができたと回答する割合が100%になる。	○
②アンケート調査で「育児の情報共有ができたと回答する割合が80%以上になる。	○
<p>【総括】（できたこと・できなかったこと・改善すること）</p> <p>将来的にこの子ども食堂を地域の方と協力して運営できるようにすることを目指しており、そのためには子ども食堂イベントに参加される保護者同士のつながりをつくることを目指した。</p> <p>そのため今年度は、保護者が集まれるよう椅子を設置した場を設け、自然と会話が生まれることを期待して、遊ぶ子ども達を見守ることのできる保護者スペースを作った。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況については以下の通り。</p> <p>①アンケート調査で「保護者同士で気軽な話ができたと回答する割合が100%になる。</p> <p>今年度のイベントに参加した保護者を対象にアンケートを実施し、62件の回答を得た。</p> <p>アンケートの設問「この子ども食堂イベントで他の保護者と世間話をする機会がありましたか」に対して、「あった」「少しあった」と回答した割合が79%であった。また、「保護者同士で話せる機会があれば利用してみたいですか」に対しては、「ぜひしてみたい」「してみたい」と回答した割合が81%であり、保護者も話す場を求めているということも分かった。加えて、送迎のみを行う保護者を対象としたアンケートの設問「保護者同士で会話できる場があったのをご存じでしたか」では「知らなかった」と回答した人が25%いた。これらの結果から、保護者同士の会話をより促進するために、保護者用の椅子のみの設置ではなく、「保護者ブース」の看板を設置することで保護者が集まる区画を明確にする。加えて、コーヒーなどを提供することで落ち着いた雰囲気づくりをして、肩の力を抜いて自然と会話が生まれる環境を作る。</p> <p>②アンケート調査で「育児の情報共有ができたと回答する割合が80%以上になる。</p> <p>アンケートの設問「この子ども食堂イベントで育児の情報共有をする機会がありましたか。」に対して、「あった」「少しあった」と回答した割合が62.5%であった。今年度設置した保護者ブースに育児関係の情報が無かったため、目標の80%は達成できなかった。このため次年度は「育児」を会話のきっかけにしてもらうために、近隣の子どもを対象としたイベント案内や、悩み相談ができる窓口などの情報を掲示することで、保護者同士が会話するきっかけづくりを提供する。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 掲載・報道タイトル
2025年8月30日	中国新聞	「広島経済大学で子ども食堂開く学生が 夏祭り 地元の子どもら楽しむ」

4. プロジェクト活動評価 (4段階評価: A. 優れている B. やや優れている 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	3	2	0
総合計 (20点中)		17点			



※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「スコンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

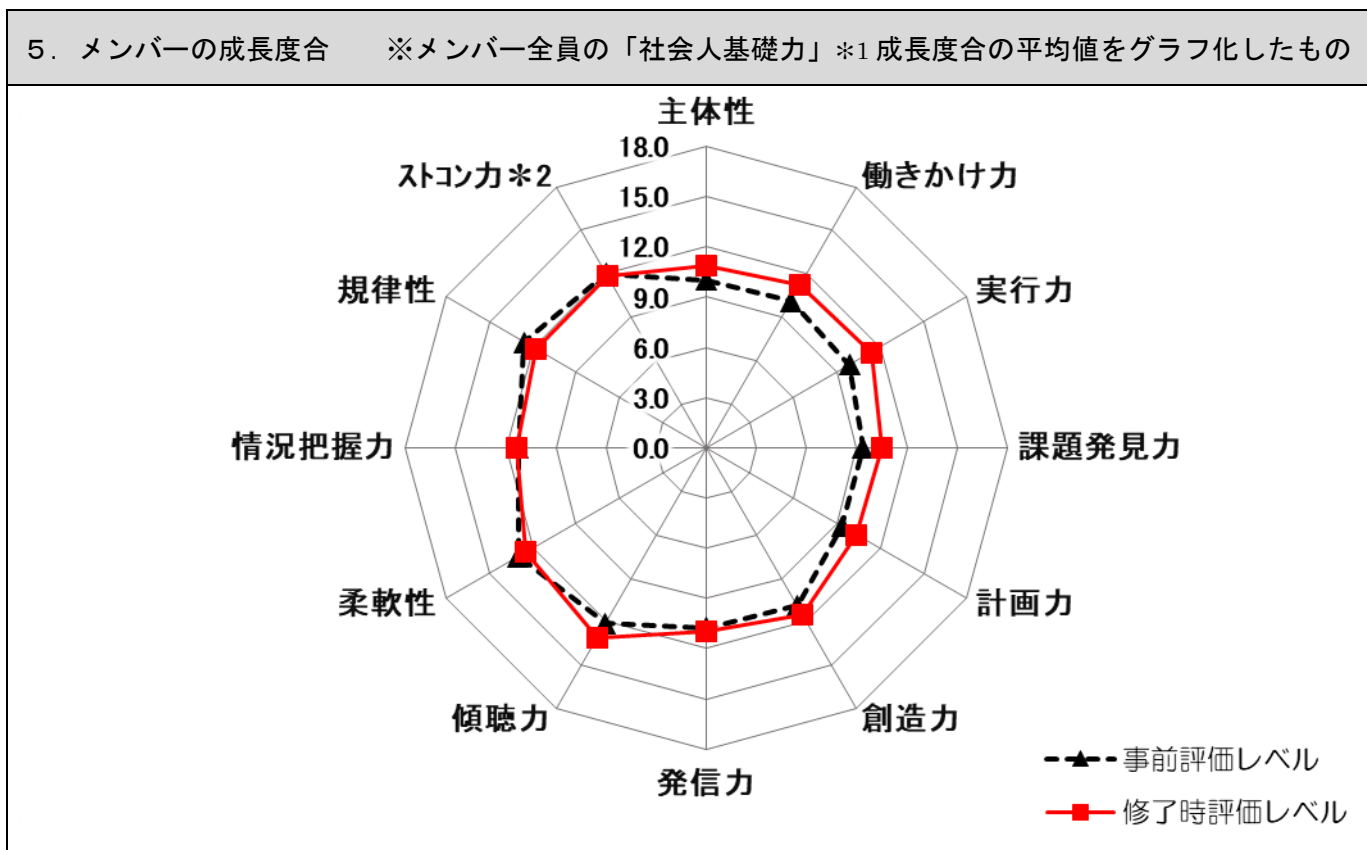
1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	広島海と川の豊かさを守ろうプロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2024年7月12日	活動期間	2025年4月1日～2025年12月31日
Instagram	umipro3150		
コーディネーター名	濱田 敏彦	リーダー名	三上 宗悟
メンバー数	23名（2025年12月31日現在）	会計責任者	岩崎 遥平
プロジェクトの企画背景	<p>持続可能な開発目標 SDGs の目標 14 には、「海洋と海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する」ことが掲げられている。その中でも、社会的に大きな課題となっているのがプラスチックゴミである。最終的にマイクロプラスチックとなり、環境や生物に悪影響を及ぼすとして問題視されているため、広島メディアもプラスチックゴミに対する対策を本格的に進めてきている。そのような状況を踏まえ、広島海と川のプラスチックを中心とするゴミ問題に視点を当て、自分たちを含めた未来を生きる若者・子ども達とともに海や川の汚染の問題を考えて行動する環境系プロジェクトを立ち上げた。さらに、かつて興動館プロジェクトにあった環境系プロジェクト「太田川キレイプロジェクト」を引き継ぐという意義もある。</p>		
プロジェクトの活動趣旨	<p>今世界で持続可能な開発目標 SDGs の目標 14「海洋と海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する」が大きく取り上げられている。広島県環境局によると瀬戸内海全体の海洋ゴミの量は 4,500 トンである。その中でも 2023 年度に広島の沿岸部へ漂着したゴミの量は 12.8 トンであった。</p> <p>この数値は年々減っており、22.6 トンだった 2022 年度に比べると約 10 トン減少している。その大きな要因は、牡蠣養殖業者による漁具流出防止の徹底と、廿日市離島の海岸清掃活動により漂着ゴミが減ったことである。一方で、生活由来の漂着ゴミの量はほとんど変わっていない。だからこそ生活由来のゴミを減らすことで広島県の海洋汚染を改善したいと考えた。特に、海洋汚染の中でも、プラスチックゴミは回収がとても難しく、自然界ではほとんど分解されないままマイクロプラスチックとなり、それらを魚が取りこみ、さらに人間が魚を食べることで、最終的には人体にアレルギー反応を引き起こしたりするなどの悪影響を与える可能性が懸念され、問題視されている。</p> <p>私達が生活している中でプラスチックゴミは常に発生している。お弁当の容器や買い物でもらうビニール袋に加え、服の繊維、洗顔料や歯磨き粉などからもマイクロプラスチックとして排出されている。そこで、瀬戸内海のゴミの現状やプラスチックをはじめとするゴミの不適切な処理が環境に悪影響を与えること、また自分たちの暮らしが海や川の汚染と密接に関わっていること、それらを地域の子ども達とともに考え、身近に感じてもらうことで意識の向上をはかり行動に移してもらうことで、SDGs の目標 14「海と海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する」につなげたいと考えた。</p>		
プロジェクトの活動目的	<p>地域の子ども達に、川や海の汚染の現状や問題点を伝え、私たちの暮らしの中から排出されるプラスチックを中心とする自然界で処理されないゴミと海洋汚染が密接に関わっていることを地域に発信する。それによって、子ども達自身がどう行動すべきかを深く考え、意識を改善してくれることにつなげていくことを目的とする。それらの</p>		

	活動は、広島 の 海と川 の 豊かさを守り、子ども達 の 健康的な未来へとつながることになる。		
プロジェクトの 年間目標と具体的 指標	<p>(1) 祇園周辺地域の子ども達にゴミの現状を伝え、ゴミ問題を自分事として捉えるきっかけを作ることができる。</p> <p>①ゴミの現状を伝えるイベントに子ども達が40名集まる。(関連する事業①)</p> <p>②河川に流れ出るゴミの現状について、理解が深まったと回答する子ども達が100%となる。(関連する事業①)</p>		
目標を達成するため に行う事業	No,	事業名	実施時期
	①	川ゴミ博士になろう	7月(未実施)、11月

2. 活動実績	
年間目標 達成度の判断目安 高い (100-80%)、中程度 (79%-30%)、低い (29%以下)	目標達成度
(1) 祇園周辺地域の子ども達にゴミの現状を伝え、ゴミ問題を自分事として捉えるきっかけを作ることができる。	中程度
年間目標を評価するための具体的指標 達成度の判断目安 ◎ (100-90%・できた)、○ (89-70%・ややできた) △ (69-50%・あまりできなかった)、× (49%以下・できなかった)	指標達成度
①ゴミの現状を伝えるイベントに子ども達が 40 名集まる。	△
②河川に流れ出るゴミの現状について、理解が深まったと回答する子ども達が 100%となる。	○
<p>【総括】(できたこと・できなかったこと・改善すること)</p> <p>年間目標を達成するために、昨年実施したイベントに参加した子ども達より多くの子ども達にゴミの現状を伝え、自分事として意識してもらうことを目指した。そのために今年度は、11月16日に「公益財団法人広島市文化財団古市公民館」で開催された「公民館まつり」に出展し、プロジェクトメンバーが提示したゴミを見て、分別する項目ごとに表示された的にボールを当てる「ゴミの分別ストラックアウト」と現在、海や川に流れ出ているゴミの現状をクイズ形式で理解してもらう「海川問題クイズ」の体験ブースを実施し、98名の子ども達が参加した。</p> <p>この年間目標に紐づいた具体的指標①、②の結果から、目標達成度は「中程度」となった。具体的指標の達成状況は以下の通り。</p> <p>①ゴミの現状を伝えるイベントに子ども達 40 名が集まる。</p> <p>11月16日に古市公民館で開催された「公民館まつり」に出展し、98名の子ども達に対して、河川に流れ出るゴミの現状を知るクイズ企画について体験してもらうことができた。</p> <p>しかしながら、当初の計画では、年間2回主催イベントを実施し、1回のイベントにつき20名の子ども達(合計40名)にゴミの現状を理解してもらうことを目指していたが、一人の担当メンバーだけで企画の準備を進めたことで、プロジェクト内のコミュニケーションが不足した。そのため、話し合いが進まず、協力いただいている古市公民館との連携がうまくできなことが原因で開催できず、開催したイベントも公民館主催のイベントに出展する形になってしまった。それにより、当初の計画どおりにイベントの実施ができなかった。</p> <p>そのため次年度は、一人の担当で企画準備を進めることなく、進捗状況の共有とイベントの目的や方向性の確認をするための会議を実施する。また、協力いただいている古市公民館に2週間に1回は訪問し、現状の共有や企画内容について打ち合わせを実施することで継続的な連携を行う。</p> <p>②河川に流れ出るゴミの現状について、理解が深まったと回答する子ども達が 100%となる。</p> <p>今年度の活動でアンケートを取り、90件の回答を得た。</p> <p>アンケートの設問「川ゴミの種類で何が一番多いか」について「よく理解できた」「理解できた」と回答した子ども達の割合が100%となった。また、参加した子どもからは「自分が思っていたゴミの分別が違ってことを初めて知った」という言葉があった。しかしながら、ゴミの現状とゴミの問題を理解してもらうためのプレゼンテーションを行う予定だったが、主催イベントではなかったため、プレゼンテーションを行う時間を設けることができなかった。</p> <p>そのため次年度は、役割分担と定期的な確認を行い、特定のメンバーに負担が集中しない体制を構築することで、チーム全体で主催イベントを実施し、ゴミの問題をより理解してもらえるようにする。</p>	

3. 受賞・新聞記事掲載等		
年月日	交付団体名 掲載紙・報道番組名	受賞名 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. やや優れている 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	2	1
総合計 (20 点中)		12 点			



※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「ストコンカ」と表記