

広島経済大学 興動館プロジェクト
2023 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	5
武田山まちづくりプロジェクト	10
カフェ運営プロジェクト	14

公認 B プロジェクト

カンボジア国際交流プロジェクト	19
スポーツによる地域活性化プロジェクト	25
コミュニティ FM 放送局運営プロジェクト	29
広島ハワイ文化交流プロジェクト	33

準公認プロジェクト

若旅促進プロジェクト	38
太田川キレイキレイプロジェクト	43
動物のかけがえのない命を守ろうプロジェクト	47
中高生の夢・笑顔実現!!プロジェクト	52
地域発信プロジェクト	56
災害を知り未来へつなごうプロジェクト	60
祇園から食品ロスなくそうプロジェクト	64
スポーツを通じた共生社会実現プロジェクト	68

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	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	IICPKDK		
X (旧 Twitter)	@indonesia_icp		
HP	https://hueiicpsince2006.wixsite.com/indonesiaproject		
オンライン販売	https://indonesiahue.thebase.in		
コーディネーター名	山手 貴弘	リーダー名	竹村 奏人
メンバー数	33 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	久保 美咲
プロジェクトの 企画背景	平成 17 年度にプロジェクトが発足し、平成 24 年度までジャワ島大地震やムラピ山噴火などの災害に対する復興支援活動を行ってきた。これらの災害復興に目処が立った平成 25 年度からは、姉妹校であるガジャ・マダ大学に、ジョグジャカルタ特別州の中では生活水準が低いとされているグヌンキドゥル地方を紹介されたことから、当該地域の生活水準を向上させるためのビジネス活動に軸足を置いて活動を開始した。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グヌンキドゥル地方の人々の生活水準向上につなげようと考えた。具体的には、日本国内でテヌンを使用した日用品などを開発し、インドネシア企業「LAWE 社」やガジャ・マダ大学などと協力して商品化したものを、国内外で適正な価格で販売（フェアトレード）するシステムを構築することで、最終的には現地の方々だけで利益を生み出せるようになることを目指している。私たちの活動は、商品の開発・販売を行い、利益を上げるだけでなく伝統工芸品の新たな可能性を掘り起こし、後継者を育ていく取り組みまでを含めたものである。この、それぞれの土地の強みを生かした「伝統工芸品を使ったビジネスモデル」を確立させ、世界に発信していくことで、貧困に苦しみながら生活している多くの人々を救いたいと考えた。		
プロジェクトの 活動趣旨	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 101 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。しかし、所得に関するデータは、ジョグジャカルタ特別州などの週単位では存在するが、さらに細かい村単位までのデータを発見することはできなかった。そこで今年度は、支援先である村の正確な生活水準を調査することで、適切な支援場所、支援方法を検討するエビナンスを収集する。 また、インドネシアでは、女性が収入を得る機会が少ないという現状があることが、インドネシア人学生へのヒアリングから判明した。現地企業「LAWE 社」は、織物を使った商品開発や技術支援などを行っているほか、女性の社会進出のサポートをしている。テヌンの織手は普段家庭にいる女性が担っている場合が多い、そこで、LAWE		

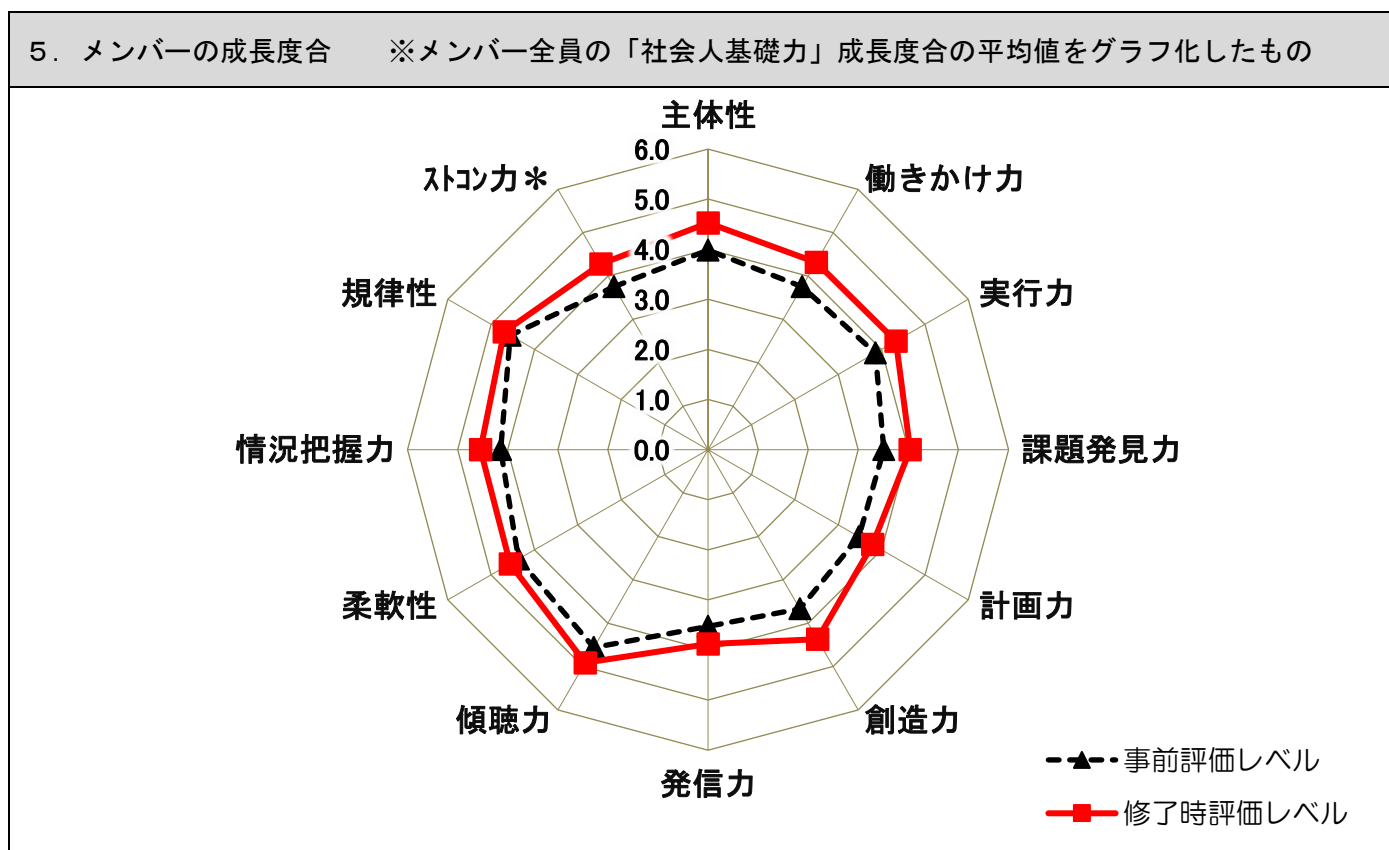
	社と協力して、テヌンの織手（生産者）のサポートを行っていく体制を築く。 これらを通して、「伝統工芸品を使ったビジネスモデル」の確立を目指していく。
プロジェクトの活動目的	全てはインドネシアのために～「伝統工芸品を使ったビジネスモデルを確立する」ことで、生活水準の向上と伝統継承を行う～
プロジェクトの年間目標	(1) 現地の情報を収集し把握する (2) 村の伝統工芸品を活用したビジネスモデルを確立する

2. 活動実績	
年間目標（１）「現地の情報を収集し把握する」	目標達成度
	中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） インドネシアにあるジョグジャカルタ特別州スレマン県モユダン郡スンベルアルム村の今後の支援をどのように行うかを考えるために、村の収入などの経済状況や村に住む若者のテヌンに対する意識について情報を得ることを目指して調査活動を行った。 調査の結果、スンベルアルム村にあるテヌンを生産している企業の「パケルアルム社」はジョグジャカルタ特別州にあるマリオボロ通りという商店街で、スカート、服の布、バックの委託販売を行っており、そこで月に日本円で 5,000 円から 10,000 円を売り上げていたことが分かった。売り上げに関しては特に不満は持っていない事や委託先との間に仲介人がいない事、国外への販売は行っていないことが分かった。販売面に関しては販売拠点を増やしていきたいとのことやオンライン販売では月に日本円で 5,000 円の売上があり、売上には満足している事などの情報も手に入れることができた。 加えて、「パケルアルム社」の材料の仕入れ方に関して、バラドンやスラバカという町から仕入れていることが分かった。会社の広報については、Instagram の運営をしており、フォロワー数が 6 人である情報を得た。そして SNS の運営に困っている事、SNS で「パケルアルム社」のことを紹介してほしい事を聞き出すことができた。ヒアリングの際に、私たちが作成しているテヌンに関するプロモーションビデオを見せることができ、プロモーションビデオに関する改善点を頂くことが出来た。さらに、「パケルアルム社」と広報に関する事業を進めることが出来たことで、連携を深めることが出来た。 村の住民へのヒアリングでは、本プロジェクトメンバーが村を訪問し、4 班に分かれて活動した。合計 38 名へ質問を行った結果、村の中で働いている人が 50%、村の外で働いている人が 29%、無職の人が 21%となり、村の外で働きに行っている人が 3 割ほどいることが分かった。村の中で働いている人に「テヌンを織っているか」という質問を行い、「はい」の回答が 28%、「いいえ」の回答が 72%という結果となり、今回のヒアリングでは 38 名中 6 名がテヌンを織っていることがわかった。これは調査対象者のうち、約 17%の割合であり、前回の渡航で「パケルアルム社」の社長から聞いた「テヌンを織っている人は昔 100%いたが、現在は 20%に留まっている」という情報と現時点ではほぼ一致することがわかった。 また、村の中で働いている人 19 名のうち、テヌンを織っていないと答えた 13 名へ「将来テヌンを織りたいか」という質問を行い、「はい」の回答が 47%、「いいえ」の回答が 53%とテヌンを織りたいという意欲のある人が 5 割近くいることがわかった。他にも、村の外で働いている人に対して「テヌンを織りたいか」という質問を行い、「はい」の回答が 7%、「いいえ」の回答が 93%という結果になった。 なお、ジョグジャカルタ特別州およびスンベルアルム村に住む小学生たちにテヌンについての認知度をヒアリングしたところ、どちらの小学生も殆どが「テヌンを知らない」と答えた。なお、ジョグジャカルタ特別州とスンベルアルム村のどちらもテヌンでできた服を着ている子どもがいたが、それがテヌンであることを知らなかった。 さらに、スンベルアルム村の人口が約 8,000 人であり、規模の大きい村である。今回、そのスンベルアルム村をさらに細かい村に分割した資料を得ることができ、「パケルアルム社」のある村の人口が 565 名であることがわかった。	

【年間目標に対してできなかったこと】 調査について「何を」「どこまで」把握するか定めておらず、的確な情報を得ることができなかった。 村の経済状況を調査するためにスンベルアルム村の村長を訪問する予定で、ガジャ・マダ大学の学生にアポイントメントを取ってもらっていたが、当日、村長に別の予定が入り中止となったため、村の経済状況や昨年との収支の違いを知ることが出来なかった。 また、「パケルアルム社」の社長と情報共有のために、毎月の売り上げを報告し合う予定だったが、本プロジェクトの売り上げ報告のみとなっており、「パケルアルム社」の売り上げ報告は無く、コミュニケーション不足があった。また、担当者が一人で忙しく連絡ができなかったことや、当日のヒアリングでは初対面の息子が対応することになり、人間関係が深まっていないことから欲しい情報を手に入れることが出来なかった。	【改善すること】 村長へのヒアリングを確実にを行うために、渡航直前と渡航直後の段階でアポイントメントを取る。加えて、不測の事態に備えて、予備日を決めておく。 「パケルアルム社」が毎月の売り上げ報告を行っていただけるように、本プロジェクトの活動目的である生活水準の向上を目指していることを伝え、その成果を図るために会社の売り上げ情報を比較する必要があることを理解してもらえるように関わる。
年間目標（２）「村の伝統工芸品を活用したビジネスモデルを確立する」	目標達成度
	中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） スンベルアルム村で生産される伝統工芸品「テヌン」を使った商品の作成に必要な材料の調達や販売ルートの開拓、売り上げの配分など村の方々だけで行えるビジネスを確立することを目指して、日本およびインドネシアにおける本プロジェクトの商品の販売を行う「販売活動」、本プロジェクトおよびスンベルアルム村について広く伝える「広報活動」、扱っている商品のラインアップを増やす「新商品開発」を行った。 「販売活動」では、今年度 111,000 円の売り上げを目指して手売り販売（フラワーフェスティバル、大学祭、広島経済大学同窓会、ひろしままちづくり市民交流フェスタ、平和大通りフェスタ）や委託販売（森のアトリエ、SAKKA ZAKKA、Chopper? chop shop）で販売活動をした結果、前年度の 83,655 円を上回る 203,085 円の売り上げとなり、目標を達成することができた。 「広報活動」では、一年間、「パケルアルム社」でもできる広報方法を学んできた。Instagram では、対象に応じたアカウントを２つ作成し、それぞれレイアウトなどの投稿方法を変えて広報を行った。また、インドネシア向けのテヌンに関するプロモーションビデオを作成し、現地で確認してもらった。その際に「原材料である糸を作る過程からビデオに収めてほしい」という要望をいただいた。 「新商品開発」では、「パケルアルム社」と共同開発し、オリジナル柄のテヌンと PC ケースを新たに開発し、日本国内で販売した。	
【年間目標に対してできなかったこと】 日本国内での販売活動の結果、前年度を超える売り上げを挙げることはできたものの、インドネシアにおける販売では、事前の調整ができなかったことにより、現地の姉妹校であるガジャ・マダ大学以外で販売することができなかった。また、販売ルートの開拓はできなかった。加えて、広報での活動が渡航に間に合わなかったことから SNS の学びをスンベルアルム村の住民に伝えられなかった。	【改善すること】 インドネシアでの販売のノウハウを得るため、インドネシアの都市部での販売を実施する。その販売での学びをスンベルアルム村の住民と共有し、村の方々だけで自立した販売活動ができる方法を共に考えていく。 次回渡航でインドネシアの若者以外のニーズ調査を行う。 通信販売の販売実績を積むために何をすべきかをプロジェクト全体で考えていく。

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
特記事項なし		

4. プロジェクト活動評価（４段階評価：A. 優れている B. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	3	2	1
2	予算執行額は適当であったか	4	3	2	1
3	チームとして活動に取り組んだか	4	3	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	4	3	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	3	2	1
小 計		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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 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	大田 義浩
メンバー数	14 人（2023 年 12 月 31 日現在）	会計責任者	矢野 雄大
プロジェクトの 企画背景	プロジェクトの立ち上げが企画されていた当時（平成 16,17 年頃）日本で子どもが巻き込まれる事件・事故が目立っていた。平成 17 年 11 月には、広島市安芸区で女子児童の尊い命が失われる事件が発生した。子ども達の安心・安全が心配される今日、私たちが学生生活を送る広島市安佐南区周辺ではそういった事件・事故をゼロにしたい。そこで、学生の立場・視点から、子ども達の安全を守ろうという趣旨のもと、立ち上げたのが本プロジェクトである。		
プロジェクトの 活動趣旨	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。 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） 事故の面では、令和 3 年から和 4 年の間で安佐南区の事故件数は 5,099 件から 5,211 件に増えている。 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。 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。（広島県管察調べ） この事故・不審者の多い現状に着目し、交通安全・防犯の二つの面に着目して活動していきたい。 子ども達に下校安全の活動や防犯意識を高めてもらうためには、交通安全・防犯教室を開く必要がある。私たちは、「安佐南察署」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 年以上交通安全と防犯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、下校安全の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交通安全・防犯教室を行ったりすることができる。これらの活動を行い、子ども達に正しい交通安全・防犯の知識を持ってもらい交通事故・犯罪ゼロを達成したい。		
プロジェクトの 活動目的	地域の学校、家庭、防犯団体と連携し、私達学生にできる防犯活動について考え実行することで、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。		

プロジェクトの 年間目標	(1) プロジェクトメンバーと子どもの顔を合わせる機会を増やし、お互いの顔と名前を覚えることで、子ども達から防犯や事故について些細なことでも話してもらえるような関係性を構築する。 (2) 子ども達が安全に過ごせる場所づくりをする。 (3) 地域の子ども達とその保護者および本学生に、本プロジェクトの活動目的について理解を深めてもらう。 (4) 協働団体との連携の場を増やす。
-----------------	---

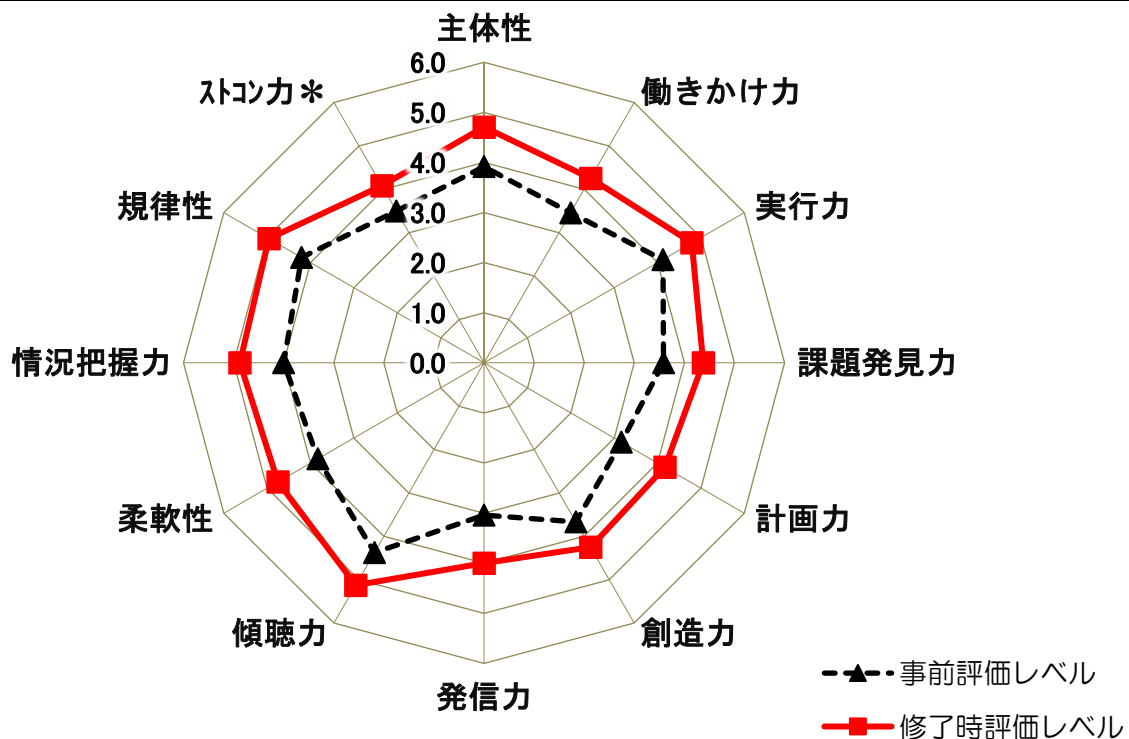
2. 活動実績		
年間目標（１）「プロジェクトメンバーと子どもの顔を合わせる機会を増やし、お互いの顔と名前を覚えることで、子ども達から防犯や事故について些細なことでも話してもらえるような関係性を構築する。」	目標達成度	
	低い	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） プロジェクトメンバーと子ども達が防犯や事故について些細なことでも話してもらえる関係性を構築することを目指して、まずはお互いの顔と名前を覚える機会を増やすことを目的とした。昨年度実施した４つの事業から２つ増やし、６つの事業（「食品ロス削減と防犯を学ぼう！イベント」「スポーツ大会」「夏休み宿題お手伝いイベント」「親子防犯教室」「クリスマス会」「未就学児防犯イベント」）を計画し、合計１２４名が参加した。 １２月１７日に実施した「クリスマス会」では、「祇園小学校」の児童４０名とその保護者７名が参加し、レクリエーション（整列ゲーム、猛獣狩り、じゃんけん列車）、本プロジェクトオリジナルの戦隊「ケイダイジャー」による防犯に関する劇、防犯の理解度を図るクイズを行った。レクリエーションで行った「猛獣狩り」では、猛獣の名前をプロジェクトメンバーに置き換え、声に出すことで覚えてもらえるように工夫した。イベントの最後には、プロジェクトメンバー扮するサンタから子ども達にプレゼントを配付することで懇親を深めた。子ども達からは「大学生の人たちと触れ合えた」という声があり、保護者からも「子ども達がとても楽しそうで見えてうれしく思いました」という声があった。参加した子ども達から「次のイベントが楽しみ」という声があり、お互いの顔を認知するまではできるようになった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 今年度企画していた６つの事業のうち、「夏休み宿題お手伝いイベント」「親子防犯教室」が実施できなかった。また、「未就学児防犯イベント」は２０２４年１月の実施予定となった。 夏休み宿題お手伝いイベントについては、台風の接近により中止になってしまった。親子防犯教室は、実施予定時期が祇園・興動祭のお化け屋敷企画と重複したため、実施できなかった。これにより、今年度は実施予定も含めて昨年度と同様の４事業となり、プロジェクトメンバーと子ども達の顔を合わせる機会が減ったため、目指していた関係性の構築ができなかった。	【改善すること】 全ての事業において、天候等で実施できないことを考慮し、予備日を定めておくことや、年間スケジュールを作成し、メンバー間で共有しておくことで重複を防ぎ予定通り事業を実施することを検討する。	

年間目標（２）「子ども達が安全に過ごせる場所づくりをする。」		目標達成度
		低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 子ども達が安全に過ごせる場所づくりをするために、子ども達が不審者や自動車などから事件・事故にあわないように見守る「下校安全サポート」や小学校の昼休みに大学生が校内の危険についてチェックをする「ガードボランティア」を計画した。 「下校安全サポート」では、「祇園小学校」の下校ルートのうち、子ども達にとって危険な場所に学生が立ち、声かけや挨拶を行いながら安全に下校できるように見守った。2023年5月9日から7月25日までの火・金曜日、9月26日から12月19日までは火曜日に行い、計36日間活動した。この活動には、延べ154名のプロジェクトメンバーが子ども達に声かけを行った。その結果、祇園地区において事件・事故が0件という結果になった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 下校安全サポートについては、プロジェクトメンバー数の減少やカリキュラムの都合で当初予定していた130日間の実施よりも少なくなってしまった。 また、今年度企画していたガードボランティアについては、対象校である「祇園小学校」と連絡が上手くいかなかったため、実施できなかった。	【改善すること】 プロジェクトメンバー数によってできる活動の量に差がでないように、地元自治会などと連携し、交代で子どもの見守りができるような体制を構築することを検討する。 下校安全サポートなどの定期的な活動の際に事件・事故に至らなかったが、軽微な懸念事項も漏らさずにまとめて報告書として提出するなど、「祇園小学校」と本プロジェクトの双方向のやり取りが生まれるような活動を検討する。	
年間目標（３）「地域の子ども達とその保護者および本学生に、本プロジェクトの活動目的について理解を深めてもらう。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 地域の子ども達とその保護者へ、各事業の冒頭で本プロジェクトの活動目的を紹介することにより本プロジェクトについて理解してもらうことを目指した。 6月17日にフットボールパークで実施した「スポーツ大会」では、祇園小学校の児童40名とその保護者10名が参加した。会の冒頭に本プロジェクトの活動趣旨と活動目的を紹介し、参加者に聞いてもらうことができた。当日の種目はしっぽとりとドッチボールを行い、プロジェクトメンバーと子ども達が一緒に運動をすることで交流した。 また、スポーツの実施に加え、駐車場に模擬道路を作り、横断歩道や踏切、曲がり角など身近な場所から事故を防ぐために体験型の交通安全教室も行った。そこで、事故防止のための注意点を伝えた後、クイズを実施し、交通安全教室で行った内容を基にした○×クイズでは正答率が100%となった。 これにより、「事故に巻き込まれないために注意すべきことを事前に理解しておくことが、自分自身を守ることにつながる」ということを子ども達に知ってもらうとともに、保護者には本プロジェクトが行っている事業で何をを目指しているのかを知ってもらえた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 スポーツ大会以外のイベントでも、冒頭で本プロジェクトの活動目的を伝えていたが、参加者に理解してもらえたかどうかを計るアンケートを取らなかったため、確認することができなかった。	【改善すること】 イベントの準備段階で、このイベントが何を目指した活動なのかをメンバー全員で確認し、それを評価するためのアンケート項目について話し合うようにする。	

年間目標（４）「協働団体との連携の場を増やす。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 本プロジェクトと共に協働してくれる団体との活動を増やすことを目指して、子育て支援団体「MaMa ぽっけ」「安佐南警察署」「祇園から食品ロスなくそうプロジェクト」と行う事業を計画し、１件の事業を実施した。 ５月１４日に興動館で実施した祇園から食品ロスなくそうプロジェクトとの合同イベントである「食品ロス削減と防犯を学ぼう！イベント」では、子ども達とのかかわり方や下校安全サポートの方法を共有するとともに、他のプロジェクトと協力して行うことで、連携の場を初めて設けることができた。当日は「祇園小学校」の児童２７名の参加があり、プロジェクトメンバーと子ども達が一緒にチームになるように組んでレクリエーションを行い、交流を深めた。 また、６月１７日に実施した本プロジェクトのスポーツ大会に関する新聞記事を見て、「春日野小学校の保護者会」の方から「是非春日野小学校でも交通安全教室を開いてほしい」と相談され、１０月２２日に約１００名の児童に交通安全教室を実施した。これにより新たな協働団体を増やすことができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 他プロジェクトや「春日野小学校の保護者会」との連携を開始することはできたが、事業の時期が重なり、「親子防犯教室」に協力してもらう予定であった子育て支援団体の「MaMa ぽっけ」と連携することはできなかった。また、「安佐南警察署」との連携は、担当メンバーが会合に出席していたが、共に活動するまでは至らなかった。 近隣の幼稚園で行う「未就学児防犯イベント（防犯教室）」は２０２４年１月実施の予定となっており、１２月までの活動期間中に実施できなかった。	【改善すること】 協働団体との連携した事業実施の意義をメンバー全員が理解し、計画的に準備を進めるために取るべき行動とは何かをみんなで考える。 また、未就学児を対象としたイベントについては、小学生とは違う子どもとの関わり方を「MaMa ぽっけ」から教えていただくなど、活動の質を上げるように検討する。 加えて、防犯に関する知識を得るために、安佐南警察署に連絡してプロジェクトメンバーが学び、その得た知識を子ども達対象のイベントで還元するなどを検討する。	

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
２０２３年７月２０日	中国新聞	近隣児童に交通安全教室

４．プロジェクト活動評価（４段階評価：Ａ．優れている Ｂ．普通 Ｃ．やや劣る Ｄ．劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
１	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	４	３	②	１
２	予算執行額は適当であったか	４	３	②	１
３	チームとして活動に取り組んだか	４	③	２	１
４	産学官民などと共に取り組んだか	４	③	２	１
５	活動の対象に影響を与えたか	４	３	②	１
小 計		０	６	６	０
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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	mt.takeda		
X (旧 Twitter)	@Mt.TakedaKDKP		
コーディネーター名	中村 隆之、土田 晃輔	リーダー名	山口 貴巨
メンバー数	11 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	山下 遥也
プロジェクトの 企画背景	近年、持続可能性を前提に地域資源を活用したまちづくり活動が頻繁に行なわれるようになってきた。その中でも、里山の資源を利用したり、森林の働きや機能をまちづくりに活用したりする例（里山資本主義など）も珍しくない。森林資源は、私たちの生活に無くてはならないものであり、多岐に渡ってその恩恵（森林の公益的機能）を受けている。 また、景観や伝統、文化など、地域住民がアイデンティティを形成するうえでも重要な社会資源である。広島経済大学の裏山（武田山）は、豊かな植生や、武田一族ゆかりの史跡など地域住民の強い郷土愛を育んできた。現在、安佐南区、祇園・山本地区は、広島市のベットタウンとして単身、核家族世帯が増加傾向（安佐南区祇園・山本は単身世帯数 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 年度広島土砂災害、平成 30 年西日本豪雨災害を受け、森林の土砂災害防止機能へのニーズは高まっている。たけだの里を中心に、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。		
プロジェクトの 活動趣旨	森林資源には木材などの目に見えるものだけでなく、水の循環を担っていたり酸素の供給をしてくれたりするなど、私たちが生きていく上で必要な要素が多くある。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ならない。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 2 年で 2,510 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、日本人の環境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しなくなるため手入れとしての伐採は必要だ。そこで、地域の子どものために、たけだの里を使った森林教育を行い、保護者や地域の大人たちには、自然が自分たちの生活に密接に関わっていることを理解してもらうことで将来的な自然破壊を防ぐ。そして、たけだの里での環境教育の際に保護者同士をつなげ、希薄になりつつある住民同士のつながりを改善させる。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。そこで、本プロジェクト山が原因による災害の恐ろしさと防災の大		

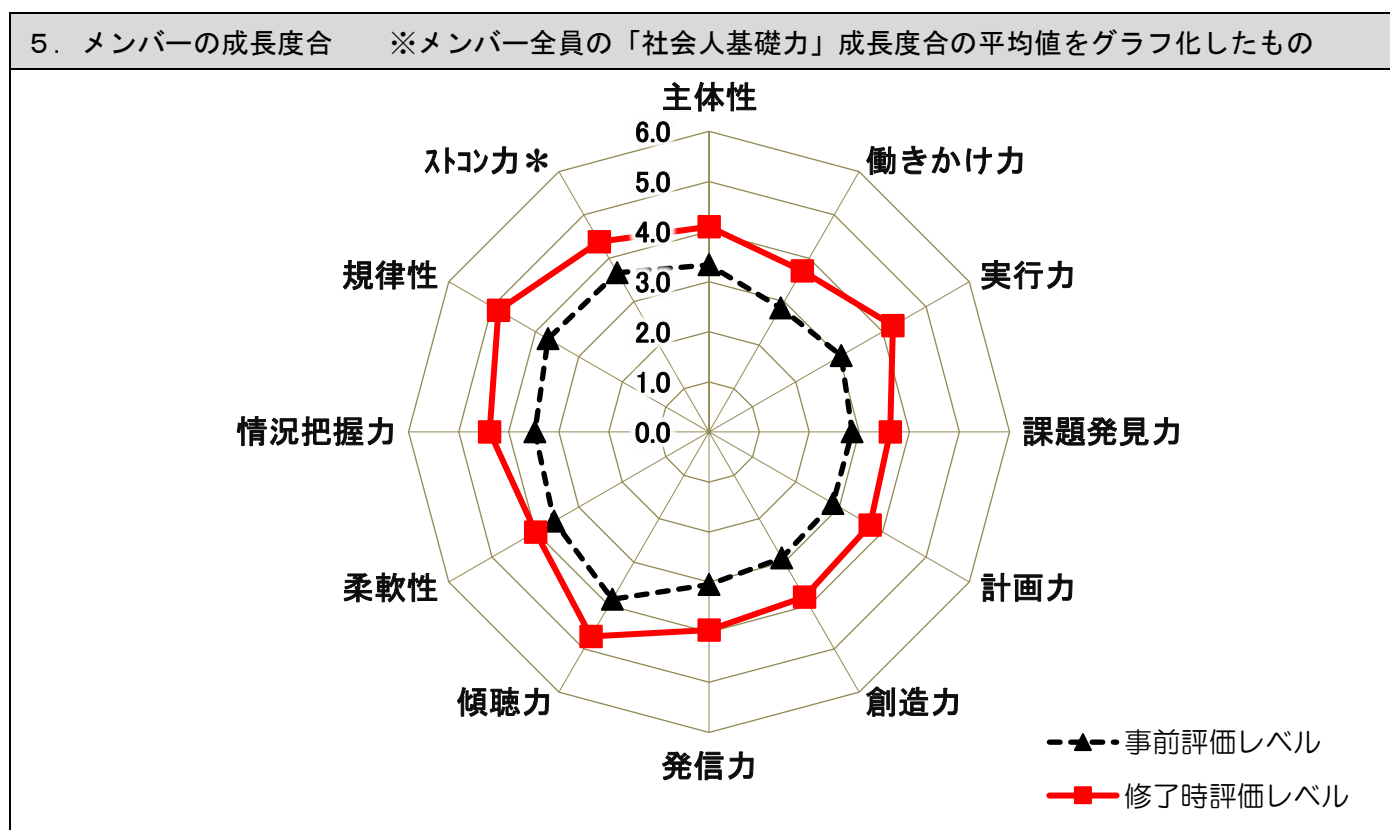
	切さも地域住民に伝えていく。
プロジェクトの活動目的	祇園・山本地区の地域住民に山の機能を伝え、自分たちの生活に関わっていることを知ってもらう。 イベントを通じ、希薄になりつつある住民同士のつながりを改善させる。 防災についての啓発活動を行い、災害に強いまちを実現させる。
プロジェクトの年間目標	(1) たけだの里に地域住民を招き、自然の素晴らしさを体感してもらうことで森林資源について考えるきっかけを作る。 (2) 過去に起きた祇園・山本地区での土砂災害の記憶を風化させない。 (3) 祇園・山本地区の地域住民のつながりをつくる。

2. 活動実績		
年間目標（１）「たけだの里に地域住民を招き、自然の素晴らしさを体感してもらうことで森林資源について考えるきっかけを作る。」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 武田山を森林の働きや機能を活かすことのできる里山にするために、本学の裏山にある武田山の一角を開拓し、本プロジェクトの活動拠点「たけだの里」と名付けている。 今年度は、たけだの里に地域の小学生を招き、山の資源を活用したレクリエーションを行うことで山が自分たちの生活に深く関わっていることを伝え、自然を守りたいという意識を持ってもらうことを目指してイベント「Go Mountain」を開催した。 「Go Mountain」では、地域の小学生 10 人と保護者 2 人が参加した。環境問題について楽しみながら学んでもらうため、紙芝居を使用して、間伐した木が私たちの生活で使う資源になることや、間伐作業は土砂の流出防止の機能になることなどについて説明した。また、たけだの里で間伐した竹を使用した竹水鉄砲を作成し、作成した水鉄砲で自然に触れあいながら遊んだ。 イベント後にアンケートを実施し「山について興味を持ったか」という質問では「とてもあてはまる」「少しあてはまる」の合計が 70%という回答だった。感想では「山のことをいろいろ知れて良かった」「水鉄砲でまた遊びたい。竹も切りたい」などの声があり、武田山の資源について触れてもらえるきっかけとなった。 なお、武田山を保全する団体「保勝会」から広島市立山本小学校へ本プロジェクトの活動を紹介していただいたことにより、11 月 14 日に総合的な学習の時間で 3 年生約 160 人を対象とした、本プロジェクトの活動や武田山について授業を行った。 授業では、武田山の歴史や自然についてクイズ形式で伝えたり、山の手入れをする理由を説明したりした。授業を聞いた小学生からは、「わかりやすかった」と答えてもらい、森林資源について考えるきっかけに繋がった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 「Go mountain」で行ったアンケート結果のうち「山について興味を持ったか」の「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」の合計が 30%の回答になった。その理由は、本プロジェクトでは「山を身近に感じてもらう」ことの意図を込めて「興味を持ったか」という設問にしたが、回答する側の「興味」という考え方が異なるため、回答しにくい設問になってしまったのではないかとと思われる。	【改善すること】 子ども達を対象にしたアンケート項目の表現を見直す。 今後は参加定員を増やすことを検討する。また、イベント内容について、たけだの里以外にも登山など、様々な視点で武田山に触れる機会を増やす。	

年間目標（２）「過去に起きた祇園・山本地区での土砂災害の記憶を風化させない。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 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。「亡くなられた方々に手を合わせる場所が欲しい」という地域住民の声を受け、平成 27 年から本プロジェクトは、犠牲になられた方々の追悼と防災における山林の重要性を伝えることを目的とした「鎮魂のキャンドルナイト」を開催してきた。 今年度の「鎮魂のキャンドルナイト」当日は、子育て・サークル応援グループ「MaMa ぽっけ」、災害ボランティア団体「5K チーム」、キャンドル用の竹の伐採に協力してくれた「ふるさと祇園まちづくりの会」、イベント会場として使用させていただいた「熊岡神社」や「安佐南区社会福祉協議会」の各団体に協力いただき、地域子ども達やその保護者、地域住民の方々が来場し、目標を超える 42 名の来場者があった。イベント会場では、土砂災害発生後のボランティア写真や防災パネルの展示をした。また、「当時の経験を子ども達に伝えたい」という思いで「MaMa ぽっけ」の方々が作成した紙芝居「なっちゃんのランドセル」の読み聞かせや、土砂災害に関連したクイズ大会を通じて、防災の大切さや災害発生時に自分たちにできることを伝え、参加者に防災についての意識を持ってもらった。イベントの最後には 200 個の竹キャンドルに火を灯し、全員で亡くなられた方に手を合わせて黙とうした。また、興動館プロジェクトの「地域発信プロジェクト」、「災害を知り未来へつなごうプロジェクト」も参加し、共にイベントを盛り上げた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 イベントで実施する企画に注力してしまい、アンケート調査の仕方まで考えが及ばなかった。そのため、イベント後にアンケート調査ができず、風化しているのか、していないのかが分からなかった。 加えて、大人の参加が大半であり、用意した企画が子ども向けだったため、企画の対象がずれてしまった。		【改善すること】 目標である、平成 26 年 8 月豪雨を「風化させない」ことをどのような形で評価すべきかを準備段階でプロジェクトメンバー全員が意識して行動する。 今回は大人が大半の来場者を占めていたが、子どもの来場者を増やすために、地域の小学校へ広報をする。
年間目標（３）「祇園・山本地区の地域住民同士のつながりをつくる。」		目標達成度
		低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 安佐南区祇園・山本地区は、広島市のベッドタウンとして単身、核家族世帯が増加傾向にあり、自治会 加入率も低下しているため、町内清掃などの行事で顔を合わせることが少なくなり、住民同士の関係が希薄になっている。そのため、文化の継承や地域資源の保全などの持続可能性に課題がある。そこで、「Go Mountain」イベント内では子ども同士がつながることを目指してアイスブレイクを行った。イベント後のアンケートでは、「他の参加者と仲良くなれたか」という質問に対し、参加者の 100%が当てはまると答え、参加者同士で深い交流ができる機会が作れた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 住民同士のつながりをつくることを目標とし「Go Mountain」を実施したが、保護者の参加を任意としたため、保護者の参加数が少なかった。そのため、子ども同士のみがつながる場となった。その結果、保護者同士のつながりをつくることはできなかった。		【改善すること】 保護者の参加を促すために、子ども達のイベント中に大人向け防災講座などのプログラムを入れて、保護者も参加したくなるイベント内容を検討する。

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
2023 年 8 月 18 日	中国新聞	風化させない広島土砂災害 9 年「伝える重み 研修や催しで問い直す」
2023 年 8 月 21 日	読売新聞	鎮魂の竹明かり
2023 年 8 月 21 日	テレビ新広島	広島土砂災害から 9 年 犠牲者 77 人を追悼する「鎮魂のキャンドルナイト」
2023 年 9 月 21 日	中国新聞セレクト	キャンパスリポーター発「キャンドルで犠牲者追悼 14 年土砂災害防災クイズも」
2023 年 11 月 15 日	中国新聞	早期避難 紙芝居で説く 広島経済大生、山本小で授業

4. プロジェクト活動評価（4段階評価：A. 優れている B. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	3	2	1
2	予算執行額は適当であったか	4	3	2	1
3	チームとして活動に取り組んだか	4	3	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	4	3	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	3	2	1
小 計		12	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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	huecafetime		
X (旧 Twitter)	@HUECafeTime		
コーディネーター名	餅川 正雄、石田 真英	リーダー名	用品 僚太
メンバー数	14 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	坂野 友哉
プロジェクトの 企画背景	カフェ運営プロジェクトは学生だけでカフェを運営し、経営のマネジメントを学ぶプロジェクトである。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、明るく元気な学生らしさを積極的に打ち出し、お越し頂いたお客様に、安心してくつろいでいただける「さわやかな空間づくり」を常に考え、細かな改善を積み重ねながら活動していく。経営実践を通して、経営者の視点と責任感を持ちながら、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基本目標とする。また、「愛されるカフェ」「安心・安全カフェ」「More Communication cafe」という達成目標を掲げ、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。学生ならではの新しい視点から企画立案を行い、積極的な行動計画に基づいて運営していくことを活動方針とする。		
プロジェクトの 活動趣旨	令和 3 年度 (2021 年度) 広島市市民意識調査によると、安佐南区では、住民同士の支え合いについて、必要だと考える人は、90.2%と多い。それに対して、自分と地域の人達とのつながりが強い方だと思っている人は僅か 20.4%である。前年と比較して数値が少し上昇しているが他の区と比べて少ない状況である。この統計から、住民同士の支え合いが必要とされているにも拘わらず、実際には地域とのつながりが弱いという傾向が伺える。さらに、株式会社ナリスは、コロナ渦の影響で、対面での会話が 8 割減ったというデータを発表している。そこから、地域の皆様からは気軽にコミュニケーションが取れる場所が欲しいというニーズが存在すると考えられる。 HUE Café Time はイオンモール祇園からも近く、学生・職員だけでなく、地域の人たちも利用しやすい好立地である。また、店の敷地を利用したイベントを屋内外問わず行うことができる環境にある。加えて、食事という一種のコミュニケーションツールを用いて HUE Café Time が地域の人達とのネットワークを広げ、学生と地域の人達とのつながりを確かなものとすることを目指す。 カフェ運営プロジェクトに所属する学生は、大学で学んでいる専門知識を実践する機会や場所を求めている。そのため、学生だけでカフェを運営することを通して、アルバイトでは経験できない主体的な経営実践を体験する場を作り、リアルな学びを探究することに繋げていきたい。		
プロジェクトの 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～」お客様第一主義に加えて、“地域に根差した”カフェを目指す。お越しいただいたすべてのお客様に満足していただけるサービスと空間作り、地域の問題にアプローチすることで地域に必要とされ、住民の皆様のニーズに応えられるカフェを目指す。		

	カフェ運営を通して、接客や料理のスキルだけでなく、地域に根差した経営に必要なスキルや知識を身につけ、新しい企画を実践に結び付けることで、地域から評価される学生ならではのカフェ運営を目指す。
プロジェクトの 年間目標	(1) 質のいいサービスの実現、安心・安全なカフェを目指し、楽しさを共有できる最高の時間（Time）を創る。さらにカフェで地域情報を発信することで地域情報の拠点にする。 (2) 地域の人達とつながる場を提供する。 (3) カフェ運営プロジェクトのメンバーのスキルアップのために定期的な講習会を行う。

2. 活動実績	
年間目標（１）「質のいいサービスの実現、安心・安全なカフェを目指し、楽しさを共有できる最高の時間（Time）を創る。さらにカフェで地域情報を発信することで地域情報の拠点にする。」	目標達成度
	中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム）	
今年度は、スタッフの接客態度や料理の提供スピードの向上をすることが質のいいサービスと位置付けて、衛生面で安心・安全なカフェにすることや自分たちの提供するサービスや料理がお客様にとって満足していただくこと。そしてお客様からも「美味しかった」というお言葉をいただくことで私たちもお客様が感じられた楽しさを共有させてもらうことを目指したカフェづくりを行った。加えて、地域に根差したカフェにするために、地域の方々とつながる手段として地域情報の発信拠点とすることを目指して、平日に営業する「通常営業」、休日にお客様からの貸し切りで営業する「イベント営業」の事業を行った。 「通常営業」では、新型コロナウイルス感染症が５類に移行してから初めての営業になった。特に衛生面では座席の増加やアクリル板の撤廃などと新型コロナウイルス感染症以前と同様の状態での営業を４年ぶりに再開し、５月８日～１２月２０日で計３３日間の通常営業を行った。ご来店いただいたお客様５１名様にアンケートを実施し、味の評価では「大変満足」・「満足」と回答された割合が９６％であった。接客の身だしなみについて「大変良い」・「良い」という回答が１００％、オーダー時の接客対応については、「大変良い」・「良い」という回答が９４％であった。料理提供のタイミングについては、「大変良い」・「良い」という回答は８２％であった。 これにより多くのお客様に満足していただけたことが成果である。また、お客様から「笑顔で対応していただきとても良かった」・「また行きたい」など意見もいただき、Hue Café Time の目的である「カスタマーファースト」で安心安全なカフェを作ることができた。 また、衛生面では食材の管理、メンバーの衛生の管理、営業前後の清掃などを徹底することにより、食中毒の発生が０件であったことや、保健所の立ち入り指導の際には問題無い旨の評価を得ることができた。 今年度の通常営業での売り上げは１５２,５５０円であり、一日当たりの来客数８人（昨年比プラス２.４人）、一日当たりの売り上げが５,０８５円となり、一人当たりの客単価は５７０円となった。昨年より１０８.６円下がった。 「イベント営業」では、１２回実施し４１３,１５０円の売り上げを上げた。 また地域情報の発信として、チラシを置くスペースや情報掲示板を用意し、７団体のチラシをカフェ内に置き、どなたでも見ていただける場を作った。	

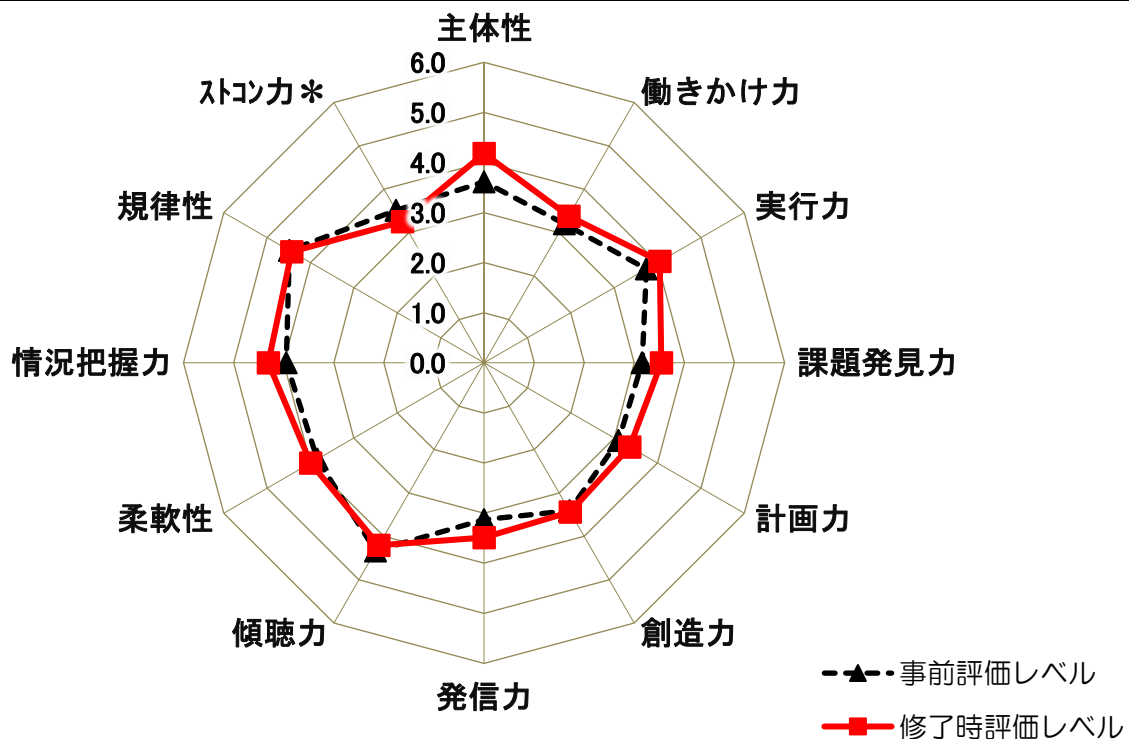
【年間目標に対してできなかったこと】 営業日数については、33 日間営業を行ったが、目標の 75 日間にはほど遠かった。理由としては、新たなメンバーを勧誘することができず、人数不足によりシフトを回すことが困難となり、営業の日数を増やすことができなかったことが挙げられる。 他にも、カフェで地域情報を発信することについては、専用スペースを設けて地域団体のチラシを設置していたが、スペース全体の 6 割しか埋められなかった。このため、地域情報の拠点とまでは言えなかった。	【改善すること】 まず、メンバーを増やし、営業できる日数を増やす。そのためには、学内でのイベント活動の際にイベントの宣伝だけでなくメンバーの勧誘を行い、メンバー増加を目指す。 また地域情報に関しては、自分たちが地域に出て地域団体とつながり、より多くの情報を得てカフェを拠点として発信していく。
年間目標（２）「地域の人達とつながる場を提供する。」	目標達成度 低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 本プロジェクトが起点となり、プロジェクトメンバーと地域住民、地域住民同士がつながる場を提供すること、プロジェクトメンバーが地域の活動に積極的に参加することで HUE Café Time を認知してもらうことを目指して、HUE Café Time を会場とした主催イベント「自分だけのキラキラせっけんを作ろう」を開催し、祇園地区の祭りである「Tomos Fes」に参加することで、プロジェクトメンバーと地域住民がコミュニケーションを図った。 9 月 2 日に実施した主催イベント「自分だけのキラキラせっけんを作ろう」には、親子 9 組計 30 名の参加があり、手洗いの重要性を伝えるプレゼンテーションを行った後、実際にせっけんを作るワークショップを行った。また、せっけんが固まるまでの間、紙ねんどを使って子ども達とプロジェクトメンバーの交流を行った。子ども達から「お兄さんたちと一緒に手洗いの勉強やせっけんを作ることができて良かった」という声があり、プロジェクトメンバーと子ども達がつながることができた。 8 月 26 日に開催された祇園の銀山門前通りで行われる「Tomos Fes」では、準備と片づけを地元の方々と一緒に行い「学生だけでカフェを経営しているのを初めて知った」という声をいただいた。 これらの活動により、プロジェクトメンバーと子ども達がつながり、地域住民にも本プロジェクトの活動を認知してもらうことができた。	
【年間目標に対してできなかったこと】 通常営業の曜日、時間帯が周辺地域の住民に周知しきれておらず、今年度は来店者数の割合のうち、一般客は約 3 割であった。 通常営業で一般客の来店人数の割合を増やすことでつながるきっかけを提供するはずだったが、地域住民同士のつながる場を提供できなかった。	【改善すること】 多くの地域の方に来店いただき、食事をしていただけた方が地域の方同士がつながれるきっかけを増やすことができると考えるため、地域コミュニティーの場になるよう、プロジェクトメンバーが積極的に地域の活動に参加することで認知度を上げていく。 また、HUE Café Time に関する宣伝チラシを作成し、祇園地区の住民の目に触れる場所に掲示を行う。

年間目標（３） 「カフェ運営プロジェクトのメンバーのスキルアップのために定期的な講習会を行う。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 質の良いサービスを提供するため、本プロジェクトメンバーの担当ごとに必要な接客スキルの向上や料理の提供スピードの向上を目指して、「接客講習会」および「通常営業の講習会」を実施した。 今年度は６月２３日に興動館職員の柏谷氏による接客講習会をカフェメンバーに対して実施した。講習会では、柏谷氏から接客のマニュアル指導や体験談をもとにメンバーが学び、考え、更に接客シミュレーションを実際に行うことでより一層実践に近い形で学ぶことができた。 「通常営業の講習会」では、料理の提供についての講習を通常営業が終わった後に３週間に１回程度実施した。 接客講習会や通常営業の講習会で学んだことを通常営業で活かすことにより、目標（１）に示したアンケート結果のとおり高評価をいただいた。さらに講習会を受けたメンバーも講習会以前より質の良いサービスを提供できたと実感を得た。		
【年間目標に対してできなかったこと】 柏谷氏の接客講習会は実施できたが、全メンバーを対象にした担当ごとの講習会を行うことができなかったため、一部のメンバーのスキルが向上したとは言えなかった。理由としてはイベントの準備や長期休暇で予定が合わないことなどに追われて、全員に実施できなかった。また、接客やドリンクを担当するメンバーにおいては、単発の講習会ではスキルの向上が定着しづらかった。		【改善すること】 全員が一堂に会する講習会ではなく、担当ごとに講習会の実施を分ける。 接客やドリンクを担当するメンバーにおいては、通常営業終了後にその日の担当同士で講習会を継続的に行える体制を検討する。 また、料理の担当メンバーにおいては、定期的に料理担当メンバー全員が集まる講習会を実施する。 加えて、２か月に一度接客および料理の提供などのサービスをチェックする日を通常営業とは別日で設定することにより、質の担保を検討する。

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
特記事項なし		

4. プロジェクト活動評価（４段階評価：A. 優れている B. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	3	2	1
2	予算執行額は適当であったか	4	3	2	1
3	チームとして活動に取り組んだか	4	3	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	4	3	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	3	2	1
小 計		0	6	4	1
総合計（20 点中）		11 点			

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



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

※2「ストレスコントロール力」を「ストロンカ」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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	hue_cambodia・hue_cambodia_en		
コーディネーター名	兼吉 晴美・柏谷 紘計	リーダー名	吉本 遥
メンバー数	46 人(2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	野村 洋介
プロジェクトの 企画背景	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。カンボジアの人達の笑顔の無い映像や写真を見た事や、内戦や大量虐殺などの悲惨な歴史を知ったことで大きな衝撃を受けた。そんなカンボジアの現状を私達の力で少しでも良くすることが出来ないか、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こととなった。様々な問題がある中で、次世代を担う子ども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。		
プロジェクトの 活動趣旨	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壊された。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。 具体的に、教育に対するカンボジア政府の一般支出（対 GDP 比）は 3.13%、158 ヶ国中 126 位（2020 年時点）である。世界の最大値は 13.36%であることから最大値よりも大きく下回っている。カンボジアの教員 1 人当たり小学校の生徒数は 41.7 人で、世界で 10 番目に多い。世界の平均値が 24 人であることからカンボジアは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 人当たりの生徒数が多いために、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。授業スタイルも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、色々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。 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。過去に製作した『低学年用副読本 SAKURA』や現在製作中の『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。		
プロジェクトの 活動目的	教育支援を通して、カンボジアの子どもたちの豊かな考えを育み、夢や希望を持ってもらう。また、広島の復興プロセスを参考にしてもらい、自国復興の志をもってもらう。		

プロジェクトの 年間目標	(1) 2022 年春渡航の調査をもとに『第二版副読本 AOGIRI』の内容を改善する。 (2) カンボジアの子どもたちに広島戦後復興のプロセスを伝えることで、復興に必要な意志や力を学んでもらうとともに、自ら工夫して課題解決するための知識を付けてもらう。 (3) カンボジアの子どもたちが安心して過ごせる衛生環境を整える。 (4) 国内の関連企業・団体、カンボジア現地からの支援体制を再構築または新規開拓し、持続可能な教育支援を現地で展開するための基盤をつくる。
-----------------	---

2. 活動実績		
年間目標（１）「2022 年春渡航の調査をもとに『第二版副読本 AOGIRI』の内容を改善する」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 副読本を通して、カンボジアの子ども達に夢や希望を持ってもらうことを目的として、2013 年から第二版副読本『AOGIRI』の製作を行ってきた。今年度は、「学校」「商業」「電車」「電気」の 4 分野の教材内容を完成させ、現地で子ども達の理解度を確保することを目標に活動を行った。 2022 年度の春渡航時に現地で使用した学校分野、商業分野の教材の内容が、小学校高学年の子どもたちや教員養生学校の学生に分かりにくいという意見をもらったため、第二版副読本『AOGIRI』の学校分野と商業分野の教材改善による現地小学生の理解度の向上を目指すとともに、電車分野と電気分野を完成させることを目標として活動を行った。 この副読本では、被爆後の広島復興について物語で記し、戦後を乗り越えた人々がどのような意志や想いを持って復興に尽力したのかを知ってもらうことで、内戦や大量虐殺などの歴史を経験しているカンボジアの子ども達にも広島復興に必要であった意志や力を感じてもらい、自国の復興の参考にしてもらうとともに、自ら物事を考え行動できる力を育むことをねらいとしている。「学校」「ガス」「電気」「水道」「電車」「商業」「病院」の 7 分野に関して広島戦後復興プロセスを記した副読本である『AOGIRI』は、イラストを交えながら物語風に読めるようにしている。分野ごとに設定している伝えたい意図として、「行動力」「探求心」「想像力」「協力」「あきらめない心」「感謝」「努力」「疑問を持つこと」の 8 つを感じてもらうことをねらいとしている。この意志や力は、大学生である私たちが広島平和記念公園の見学や被爆者の証言を聞き、原爆の実相を知る中で戦後復興していくために大切だと感じたものである。 今年度は、作成中の教材の言葉の表現をできるだけ柔らかくし、子ども達にわかりやすいような工夫したことに加え、現地の子どものでも理解できるよう情報量を減らす書き方に変更した。また、視覚でも理解してもらえるように写真のサイズを大きくするなどの改善を行った上で夏渡航での授業に挑んだ。 その修正案を持参し、現地では 8 つの小学校を訪問し、学校分野と商業分野の教材の理解度を確認した。その結果、子ども達を対象とした難易度調査において、前回の渡航では、「簡単 15%、普通 43%、難しい 42%」の結果であったのに対し、夏渡航では、「簡単 67%、普通 28%、難しい 5%」の結果となり、大幅に理解度の向上が見られた。 現地シェムリアップ教員養成学校の教員と学生とのディスカッションでは、教材に大変関心をもっていただいた。現地の子ども達がいより理解できるよう、次年度より教員の方が編集作業に加わることが決まった。 さらに、帰国後には、今回の活動で、今まで確立できていなかったカンボジアの子ども達に伝わる本の作り方を模索するため、学校分野では主人公として設定している学校法人石田学園前総長の石田成夫氏のご子息である石田理事長にお会いし、直接石田成夫氏のお話を伺った。また、商業分野では、主人公である石風呂明美氏と面会し、生の声をお伺いする機会を作った。この経験から、これまで新聞記事や書籍で調べ		

ることができなかった、主人公の思いや気持ちの面などを新たに知ることができた。このことから、主人公にインタビューし、その想いをストーリー仕立てで紹介するノウハウを得ることができ、今後の教材作りの方針を明確に打ち立てることができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 年間目標では「学校」「商業」「電車」「電気」の4分野の完成が目標であったが、そのうちの「電車」「電気」の2分野が修正できなかった。帰国後、学校分野、商業分野に関連する人などを調査、インタビュー、まとめの作業などに時間を費やし、「電車」と「電気」の分野を作成する時間を作ることができなかった。	【改善すること】 これまでは本制作の方向性が不明確であったが、カンボジアの子ども達に伝わる本の作り方として、主人公を設定し、その方の情報を収集する、直接お会いするなどし、ストーリー仕立てで組み立てていく新たな教材作りの方法が確立できたため、メンバー内でノウハウを共有し進めていく。	
年間目標（２）「カンボジアの子どもたちに広島戦後復興のプロセスを伝えることで、復興に必要な意志や力を学んでもらうとともに、自ら工夫して課題解決するための知識を付けてもらう」		目標達成度 中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） カンボジアの子ども達に広島戦後復興プロセスを伝えるため、副読本『AOGIRI』の学校分野と商業分野を用い、被爆後の広島を乗り越えた人々がどのような意志や想い（「行動力」「探求心」「想像力」「協力」「あきらめない心」「感謝」「努力」「疑問を持つこと」）を持って復興に尽力したのかを知ってもらうことを目指した。また、教材を通し、自ら工夫して課題解決するための知識を学んでもらった。 現地では8つの小学校を訪問し、学校分野と商業分野の教材を使い調査を行った。 この教材を通し、どの程度、自ら工夫して課題解決する知識が身についたのかを測るため、学校分野と商業分野でそれぞれ設定した学習問題を解いてもらった。私たちは、文部科学省の学習指導要領を参考に、自ら工夫して課題解決する知識を育成するステップを3つ（①知る②考える、表す③一歩踏み出す）設定している。授業では、学習問題を使用し、教科書の中から答えを探し出す価値理解の選択問題と、分野で学んだことを自分の言葉で文章化する価値形成の問題を解いてもらった。また、自分の言葉で文章化する価値形成の問題について、学校分野では「ピンチでも諦めないで、前を向いて行動することを学んだ」という声があった。商業分野では「環境が悪くても諦めず、頑張るところが勉強になった」という声があり、私たちが教材を通して伝えたい意思や思いである「行動すること」や「あきらめない心」を伝えることができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 広島戦後復興を伝える上で、原爆の内容を伝えなければならないが、そもそも原爆の理解が難しいという声があった。	【改善すること】 『AOGIRI』の冒頭ページに掲載する予定の原爆で何が起こったかについて紹介するページについて、子ども達にわかりやすく伝える工夫が必要である。	
年間目標（３）「カンボジアの子どもたちが安心して過ごせる衛生環境を整える」		目標達成度 中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） カンボジアは、近年ゴミ問題に関する意識が高まってきている。その現状を踏まえ、ゴミに関する知識不足の問題、ゴミを分別せずに燃やすダイオキシンの問題、ポイ捨てによるプラスチックの問題などについて考えてもらい、ゴミに関する意識を高めることを目指した。これらの問題を解決するために、教員向けの衛生教育マニュアル本と小学生向け教材を作成し、現地小学校で効果的に教材が活用できるか確認することを目標に活動を行った。また、ゴミ、歯磨き、手洗いの衛生面の現状調査活動を行った。 日本国内では、ゴミの種類・ゴミが与える影響・ゴミの分別方法・ゴミを減らすために私たちにできることの知識をカンボジアの教員や子どもたちに伝え、意識してもらうことを目指し、教員向け「衛生教育マニ		

ュアル本」と小学生向けの「教材」の製作を実施した。

教員向け「衛生教育マニュアル本」と小学生向けの「教材」を製作にするにあたって、海外でゴミ教育を行ったことのある海外青年協力隊に所属されていた方をゲストに招き勉強会を実施し、部署メンバー全員のゴミ教育に関する知識の向上と知識レベル一致を図った。その後のマニュアル本製作において、教員向け「衛生教育マニュアル本」と小学生向けの「教材」を完成させ、そのマニュアル本を基にクメール語版を製作した。また、「衛生教育マニュアル本」と「教材」について、小学生を対象としたゴミに関する知識と意識を問うアンケートを作成した。

現地の小学校では、教員向け「衛生教育マニュアル本」を使って授業を実施した。また、子どもたちに対して製作した「教材」も併せて用いた。授業では、ゴミに関するクイズを行った後、パネルを用い、ゴミの種類、ゴミが与える影響、分別の仕方を説明し、今できることについて考えてもらった。子どもたちにゴミに関する知識と意識を問うアンケートを取ったところ、全体のアンケート結果から、「教材はわかりやすかったですか」の設問では、「はい」と回答する子ども達の割合が 84%となった。また、「ゴミにはさまざまな種類があることがわかりましたか」の設問では「はい」と回答する子ども達の割合が 79%であった。そして、「ゴミを分別する大切さがわかりましたか？」の設問では、「はい」と回答する子ども達の割合が 80%となった。

シェムリアップ教員養成学校ではディスカッションを行い、「衛生教育マニュアル本」については、「内容の流れはいい」「覚えやすい言葉や内容になっている」「問いかけがあるから子どもたちと仲良くなれる」といった言葉をいただいた。一方で、「ゴミの説明を多くし、マニュアルにも写真を入れたほうがいい」という意見があった。「教材」については、「言葉を簡単に」「文字を大きく」「実際にカンボジアの写真を入れたほうがいい」などの意見をいただいた。

コンポントム教員養成学校の教員との意見交換では、小学生向けの「教材」だけでは、わかりにくいため衛生教育授業の際に「紙芝居を用いた方が理解しやすい」と意見をいただいた。

衛生調査では、ゴミに関する調査について、田舎の方に位置するチーピップ小学校では、ゴミ収集車が来ないため、同じ場所に集めて燃やすというゴミ処理方法が行われていた。そのため、子どもたちは、ゴミを分別して捨てるという習慣がついていないことがわかった。コンポンスプー小学校では、ペットボトルとそれ以外のゴミで分けてゴミ箱が設置されていた。しかし、校庭の隅の方にはゴミが落ちており、ゴミ箱の中を見てみると分別せずに捨てられていた。また、シェムリアップ州の一部の小学校では、今年度より子ども達に対するゴミ教育を新たにはじめていることを伺った。

歯磨きに関する衛生調査の結果、ワットポー小学校では、ペットボトルを使用した歯ブラシ入れが設置されており、児童全員が学校に歯ブラシを持ってきていることがわかった。

手洗い場に関する衛生調査について、コンポンスプー小学校では、手洗い場に石鹸が置かれていた。ワットスヴァイ小学校やそれ以外の学校でも手洗い場や教室に手洗いの手順が書かれてあるポスターが貼られていた。

【年間目標に対してできなかったこと】

授業中においては、ダイオキシンなどの少し難しい話になったときに、私たちが一方的に話してしまい、子どもたちが退屈してしまっていた。

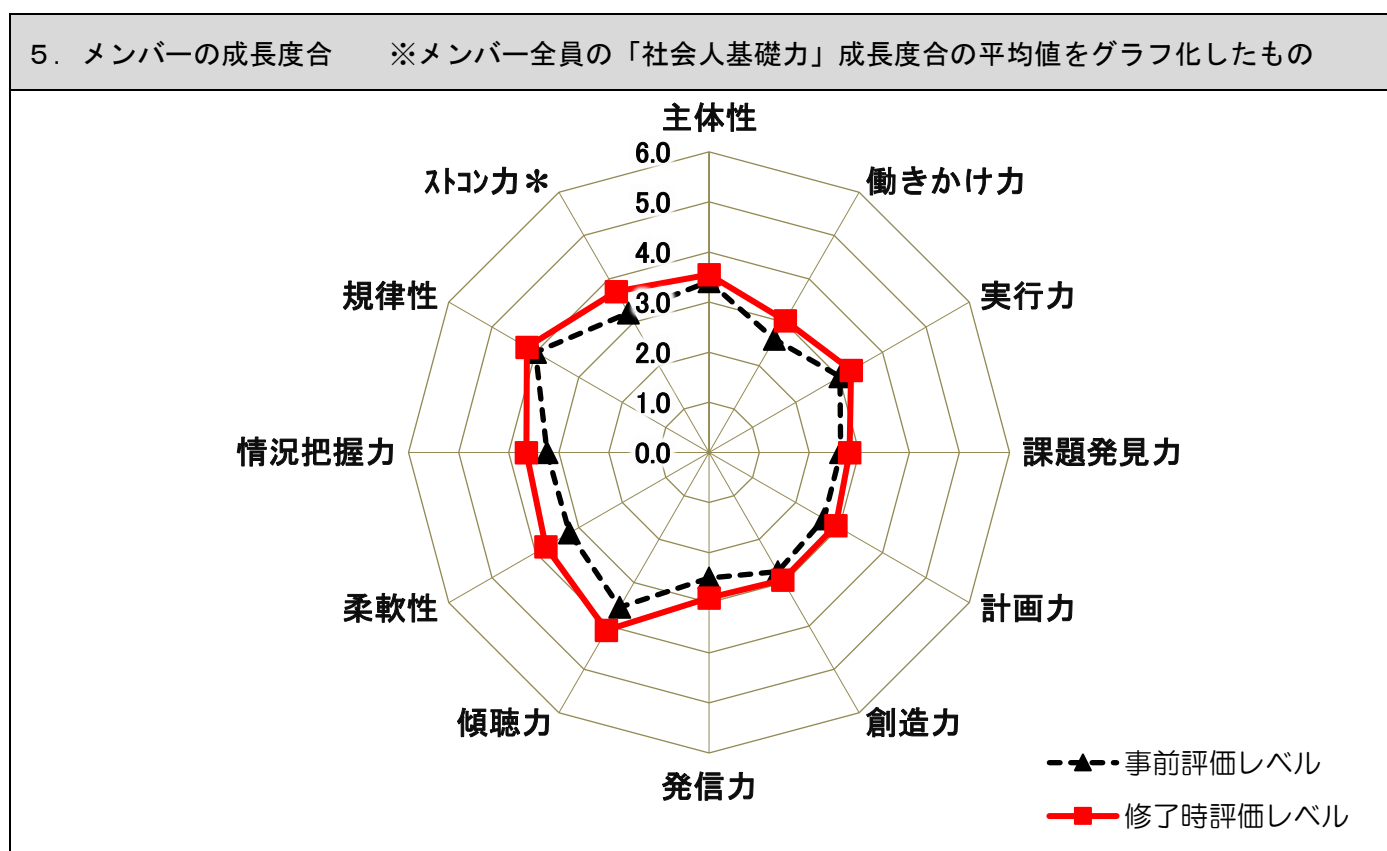
【改善すること】

子ども達に難しい話でも理解してもらえようように、子どもたちが興味をもつような紙芝居などを取り入れて授業を行う。

年間目標（４）「国内の関連企業・団体、カンボジア現地からの支援体制を再構築または新規開拓し、持続可能な教育支援を現地で展開するための基盤をつくる」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） カンボジアの教育環境をより良くしていく方法として、国内の関連企業・団体からのカンボジアへの継続的な支援を得ること、コロナ禍で希薄になっている現地提携校パニアッサストラ大学との関係強化を目指し、SNS による広報、ニュースレターの発行、寄付物品収集、現地パニアッサストラ大学との SAKURAFESTIVAL 開催を目標に活動を行った。 国内の関連企業・団体、カンボジア現地の方々に私たちの活動を周知させるため、イベント時や渡航時にインスタグラムで私たちの活動を発信してきた。合計 16 本投稿し、フォロワーを 32 名獲得した（12/11 時点）。 国内の関連企業・団体からの継続的な支援を得るため、例年ご支援いただいている広島南ロータリークラブに対し活動報告を行い、今年度も文房具の協賛を得ることができた。現地では、8 つの小学校、1 つの教育機関において、ノート 560 冊、ボールペン 800 本、鉛筆 600 本、チョーク 1,200 本、黒板消 20 個の文房具を寄贈した。 訪問した現地の小学校では、校長先生や教員にインタビューを行い、児童数や学習環境、各学校の衛生教育への取り組みの状況、希望寄付物品の調査を行った。寄付物品の要望としては、プロジェクターやテレビなどのような機材が欲しいという意見に加え、遊具などがない学校では遊ぶためのサッカーボールやバスケットボールが欲しいという意見があった。さらに、小さなホワイトボードや黒板を授業で使う事があるが、貧しい子ども達は買えない現状があることがわかった。 現地提携校パニアッサストラ大学との関係を強化するため、「SAKURA FESTIVAL」開催に向け、現地関係者と連絡をとってきたが、渡航直前にコロナの影響で現地の受け入れ学生団体「PASS」が運営困難となり、解散した情報が入った。そのため、現地において計画していた「SAKURA FESTIVAL」が急遽開催できないことが確定した。渡航では、私たちがパニアッサストラ大学へ訪れ、同大学学生課のマネージャー兼理事長秘書と同大学の学生と次の「SAKURA FESTIVAL」開催についての話し合いを行った。話し合いの結果、次回の「SAKURA FESTIVAL」開催に向け、新たな受け入れ学生団体を立ち上げることを約束してくれた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 ニュースレターを発行できなかったことで、関連している団体への情報提供や新規の企業や団体の開拓ができなかった。また、渡航時に開催する予定であった「SAKURA FESTIVAL」は、共催団体の PASS が解散してしまったため開催できなかった。		【改善すること】 ニュースレターの発行数を増やし、タイムリーな活動内容を支援者に届けることでニーズに合わせた支援をお願いしていく。 交流活動においては、パニアッサストラ大学の学生との継続的なコンタクトを取っていくこと。渡航直前にアポイントを取っても本来の目的を達成できないため、長期的な関係づくりを目指す。

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

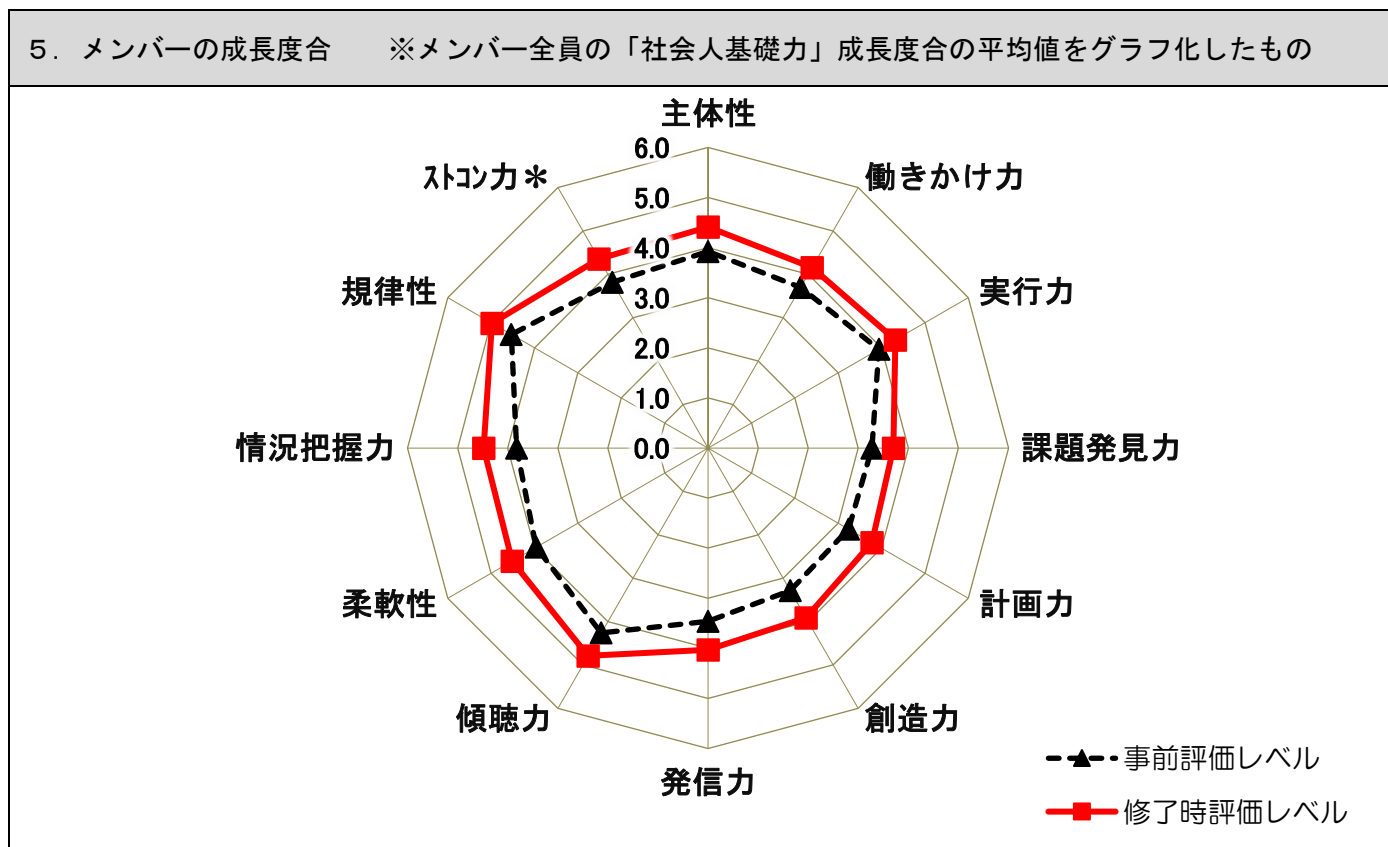
1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	スポーツによる地域活性化プロジェクト	
	公認 B		
設立年月日	2006 年 7 月 12 日	活動期間	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	17__flp		
X (旧 Twitter)	@flp_hiroshima		
コーディネーター名	中村 隆行・足立 知久	リーダー名	赤木 宏旭
メンバー数	66 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	奥本 耕祐
プロジェクトの 企画背景	広島県は広島東洋カープ、サンフレッチェ広島、JT サンダーズ、広島メイプルレッズ、ワクナガレオリックといった多くのトップスポーツチームを持つ日本でも有数のスポーツ大国である。しかし、観客動員の面からみ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・関心の低下は顕著である。その様な中、私たち大学生が大学生の視点から地元チームの応援やイベントなどの企画・実施を通じ、応援する側とされる側の双方向型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、私たちが伝えていきたい。		
プロジェクトの 活動趣旨	広島が日常的に様々なスポーツの話題であふれる地域になるのが理想の状態である。しかしながら、応援しているチームには大きな偏りがみられる。全国的にも、直接スポーツ観戦率ではプロ野球、J リーグ、バスケットボール、バレーボールなど、リーグ、種目によって観戦率に大きな差がみられ、広島でも同様の差がみられる。 そこで本プロジェクトでは大学の施設や大学近辺の商業施設などをイベント会場として使用し、スポーツに触れる機会を作る。また、トップス広島のチームや地域の方と連携し、スポーツイベントの運営のノウハウやスポーツに対する知識を活用しイベントを行うことで、トップス広島所属チームを身近に感じる日常を作る。さらにトップス広島所属チームの認知度向上による観客動員数増加やスポーツ実施率の向上、ステークホルダーの獲得を達成することで地域の活性化につなげる。		
プロジェクトの 活動目的	このプロジェクトの活動目的は大学生がチーム、選手たちを応援する事によって一体感を持ち、広島スポーツ界の活性化を図っていくと同時に、集客に繋がるような独自の企画を行い、選手とファンの距離を近づけることである。さらにスポーツを通じて広島の地域活性化に貢献し、広島のスポート界の振興、発展に貢献していく。		
プロジェクトの 年間目標	(1) トップス広島の認知度を向上させる。 (2) スポーツに関するステークホルダーを増加させる。 ※ここでのいうステークホルダーとはスポーツビジネスにおける利害関係者のことを指し、所有者（会社等）・競技関係者（選手等）・ファン・メディア・スポンサーなどがある。 (3) イベントを開催することで地域を盛り上げる		

2. 活動実績		
年間目標（１）「トップス広島の認知度を向上させる」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 本プロジェクトと連携している「トップス広島」とは、すべての広島の人々に対して、さまざまなスポーツに接する機会をつくり、する人・みる人・支えている人、すべての人で感動を分かち合い、スポーツの素晴らしさや楽しさを伝え、夢と潤いのある「スポーツ王国ひろしま」の実現と地域の活性化に貢献するために、日本のトップレベルの選手や団体によるスポーツの普及、指導、育成に関する事業を行い、スポーツを通じた社会貢献に寄与する活動を行う団体である。現在、9 競技 11 チームが所属している。 今年度はトップス広島に加盟している全 11 チームの認知度を向上させるために「トップス広島感謝祭 2023」を実施した 7 月 16 日に開催した「トップス広島感謝祭 2023」では、広島市内の約 500 名の中から抽選で選ばれた子ども 160 名に 9 競技のスポーツに触れあっていただいた。当日は、9 競技すべてに参加できるよう工夫し、多くのスポーツを体験するきっかけを与えた。また、選手と直接触れ合う場を作ることで、選手からチームや競技の魅力を発信する場を設けることができた。参加した保護者から「子どもがやったことが無いスポーツを体験することができてよかった」、子どもからは「この競技をやってみたいと思った」という声があった。 加えて、トップス広島に加入しているチームの認知度調査を各事業で調査した。実施したアンケートのうち「あなたが知っているトップス広島に加盟しているチームを教えてください」という項目で計 578 件の回答が得られた。各チームの認知度はサンフレッチェ広島が 95.2%、広島東洋カープが 86.3%、広島ドラゴンフライズが 79.6%、JT サンダーズ広島が 64.7%、中国電力陸上競技部が 38.1%、イズミメイプルレッズが 31.1%、コカ・コーラレッドスパークスホッケー部が 29.1%、ヴィクトワール広島が 23.4%、安芸高田ワクナガハンドボールクラブが 22.5%、広島ガスバドミントン部が 22.1%、NTT 西日本ブルーグランツが 15.2%という結果になった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 今年度はトップス広島に加盟しているチームの中で知名度の低いチームとのイベントを企画し、知名度向上を図ろうとした。しかし、イベント開催時期がチームの活動シーズンと重なったこと、活動拠点（施設）の関係、費用面や協働で事業を行おうとしたチームのニーズに沿った提案ができなかったことにより、一部のチームと連携してイベントが実施できなかった。	【改善すること】 トップス広島で月一回開催している定例会議で今回のアンケート調査結果を報告することで、知名度が低いチームとの連携を開始する材料にする。また、事前にチームの活動拠点や活動シーズンなどを考慮して提案を行う。	

年間目標（２）「スポーツに関するステークホルダーを増加させる」		目標達成度
		低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度はステークホルダーを所有者（会社等）・競技関係者（選手等）・ファン・メディア・スポンサーなどとして「安芸高田ワクナガハンドボールクラブ応援イベント（フラワーフェスティバル 2023）」など 12 件の応援イベントを実施した。 6 月に実施した「安芸高田ワクナガハンドボールクラブ応援イベント（フラワーフェスティバル 2023）」では、フラワーフェスティバル 2023 においてハンドボールを使用した的当てゲームの実施とトップス広島ひろばでのスポーツ用具の展示、アンケート実施を行った。2 日間合計で 1,200 人以上の来場者がブースに訪れ、子どもだけでなく大人のお客様にもハンドボール体験や選手との交流をしていただいた。観戦者数について、2022－2023 シーズンはホーム戦観戦者数が 1 試合平均 297 人だったのが、2023－2024 シーズンでは 1 試合平均 485.5 人となった。他にも、4 月に実施した「第 8 回 FLP カップ」で行ったサンフレッチェ広島レジーナ応援企画などでトップチームを紹介することにより、多くの方にトップチームを知ってもらうことができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 本プロジェクトが主催するイベントによってステークホルダーが増加したという事実の根拠となる調査数値を得られなかった。 スポーツ事業において「する」「観る」「支える」どの立場のステークホルダーがどれくらい増えたのかが不明なままとなった。 また、本プロジェクトが定義するステークホルダーの範囲が広すぎたため、活動対象があいまいになってしまった。	【改善すること】 ステークホルダーという言葉の定義や意味の理解、本プロジェクト内での理解の統一を行う。 調査方法の改善（調査時期、調査対象、調査項目等）を行う。	
年間目標（３）「イベントを開催することで地域を盛り上げる」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 共通のスポーツを体験することで、知らない者同士がつながり、共通の話題で盛り上がるができる地域を目指して「第 8 回 FLP カップ」を実施した。 2015 年から始めたサッカー大会「FLP カップ」は、祇園地区の子どもたちを対象に開催しており、参加チームや人数が年々増加している。今年度は 7 団体 12 チーム 99 人が参加した。当日は、全力でサッカーを楽しむ子どもたちや一生懸命子どもたちを応援する保護者の方々の姿を見ることができた。また、サンフレッチェ広島レジーナの選手 11 人にお越しいただき、子どもへのアドバイスやコラボイベントを行った。 このイベントで子ども達から「この大会を通して新しい友達ができた」「選手に教えてもらえてうれしかった」などの声があり、大会を通して子ども達の新たなつながりを作ることができた。また、保護者から、FLP カップ開催前には「子どもが今年の開催も楽しみに練習を頑張っている」大会終了後には「来年も引き続き開催してほしい」という声を聞き、地域を盛り上げるイベントを実施できている。		
【年間目標に対してできなかったこと】 今年度は参加チームが増加したため、イベントの時間に限りがあり、試合数や試合時間が限定されてしまった。それにより、子ども達の試合出場機会や交流の機会を減らしてしまった。	【改善すること】 FLP カップでは試合出場機会を作るために、会場を増やすことや複数日程で開催するなど、試合数や試合時間の確保を検討するとともに、子ども達の間での交流時間や選手との交流の時間を設ける。	

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



※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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 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	白石 朋也
メンバー数	43 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	渡邊 らら
プロジェクトの 企画背景	2013 年 7 月に放送を再開した FM ハムスターは「学生が制作した番組を放送したい」という思いで立ち上がったプロジェクトであり、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。		
プロジェクトの 活動趣旨	現在、全国的に少子高齢化とラジオ離れが起こっている。NHK の国民生活時間調査報告書データによると、ラジオを聴いている人の割合は 1995 年から減少が続き、10 代女子に限れば土曜日の聴取率が 0%になるなど若者のラジオ離れが加速している。若者のラジオ離れは、インターネットの普及により YouTube を始めとするネット動画が主流になったことが要因である。しかし、災害時に通信障害を受けにくいツールとしてラジオは不可欠であり、若者だけでなく、多くの地域の方々に災害時のラジオの必要性を伝えていかなければならない。 また、安佐南区内の子育て層の増加に付随して、子育て等に関する情報はインターネット上に溢れかえっている反面、保育園や小学校の情報共有や育児に関しての保護者同士の会話などが不足している。これは、コロナウイルスの影響により子育てに携わる保護者同士のつながりがより薄くなったことが原因だと考えられ、情報共有ができる繋がりがなければ、子どもたちも不安を抱えてしまう。人口減少や少子高齢化、人口流動といった社会の変化に伴い地域コミュニティは衰退していく傾向にあり、我々の周辺でも少子高齢化の影響でイベントの進行が難しくなったり、世代間の交流が少なくなったりしている。 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設備や放送コードを用い地域団体と連携することで、地域への積極的な取材、子育て層に向けた情報やラジオ体験の実施、若者が聞いて楽しくなるような活動を行う。		
プロジェクトの 活動目的	「地域に愛され、信頼される放送局」へと成長していき、地域の方々の話題に出る安佐南区になくってはならない代表的なコミュニティ FM 放送局になる。		
プロジェクトの 年間目標	(1) FM ハムスターの放送内容に関する受信報告書を送ってもらう。 (2) 所属メンバー全員が 1 回以上は取材へ行き、それに伴う特別番組を作成する。		

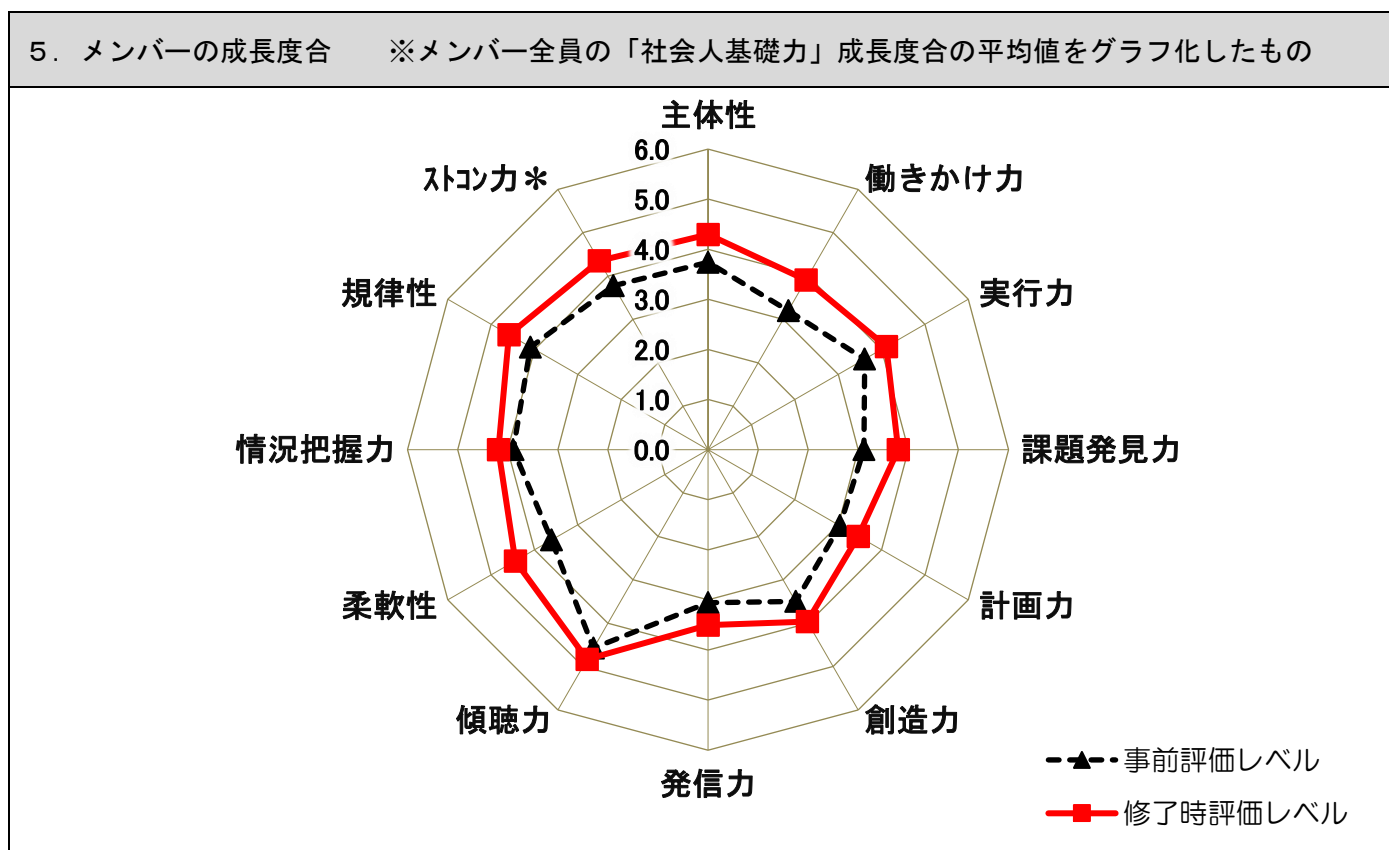
	(3) 地元団体や他大学などと連携し、身近な地域情報を提供することで地域密着型の放送局へと成長する。 (4) FM ハムスターの宣伝活動を行い、知名度を向上させる。
--	--

2. 活動実績		
年間目標 (1) 「FM ハムスターの放送内容に関する受信報告書を送ってもらう。」		目標達成度
		低い
【年間目標に対してできたこと】(アウトプットとアウトカム) FM ハムスターの聴取率や認知度を知り、番組の意見を集めて番組内容の改善に活かすため、電波の伝搬状況や他局との混信状況等の技術的な情報だけでなく、受信した時間と番組および感想を受信報告書として年間9件受け取ることを目指して、平日の月曜日から金曜日の9時から18時までラジオ放送を行う「FM ハムスターの運営」を行った。 昨年度の1月から3月と今年度4月から12月まで計197日間放送を行い、延べ41名のプロジェクトメンバーが運営に関わった。 放送の結果、11月21日に広島市中区から1件、12月13日に広島市南区から1件の受信報告書を受け取り、曲のリクエストはFM ハムスター宛に5件あった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 本ラジオの知名度の低さやリスナーにとって興味関心のある内容ではなかったことが原因で、今年度の受信報告書受け取りは2件となった。そのため、聴取率や認知度向上および番組内容の改善に活かすことができなかった。		【改善すること】 地域住民に対してアンケート調査を行い、ニーズに沿った新しい番組を企画製作する。また、SNS等を使い知名度を高める。
年間目標 (2) 「所属メンバー全員が1回以上は取材へ行き、それに伴う特別番組を作成する。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】(アウトプットとアウトカム) 新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響で、地域への取材に行くことができていなかったことから、コミュニティ FM 放送局としてプロジェクトメンバー全員が地域への取材やインタビューに赴き、そこでのコミュニケーションを通じて10番組以上の特別番組を制作することで、地域との信頼関係構築やFM ハムスターの認知度向上を目指した。 今年度はメンバーの80%が取材を経験することができた。特に、10月28日、29日に開催された横川ゾンビナイトへの取材で「横川ゾンビハムスター」、祇園地区にある温浴施設スパシーレ祇園への取材では「スパライフ～サウナの心得～」、6月10日、11日のフラワーフェスティバルへの取材では「突撃！フラワーフェスティバル2023」等を制作・放送した。また特別番組にはならなくとも番組「はむっといただきます」では番組内で取材音源を流した。取材へ赴いたメンバーは地域住民と触れることで地域を知り、番組制作に反映することができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 特別番組を制作することはできたが、通常のラジオ放送を運営することに集中したことで、一度きりの取材が大半となった。そのため、3番組の作成に留まり、地域住民との信頼関係構築ができたとは言えない。		【改善すること】 大規模の特別番組制作は維持しつつ、個人、番組単体で複数回取材をする番組を増やす。 プロジェクトメンバー一人1回以上という設定ではなく、各番組で地域情報を取材して発信する枠を設けて地域との信頼関係構築をする。

年間目標（３）「地元団体や他大学などと連携し、身近な地域情報を提供することで地域密着型の放送局へと成長する。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は安佐南区と西区にある公民館や社会福祉協議会との連携を通して、各団体が持っている地域情報をラジオ番組の中で地域住民に放送することで地域密着型の放送局になることを目指した。加えて、従前の三大学（広島経済大学・香川大学・立命館大学）の連携も行うことで取材の仕方などのスキルの向上を目指すことでより質の高い放送を地域住民に届けることも目指した。 安佐南区においては、安佐南区社会福祉協議会と安佐南区にある公民館から教室やイベントの情報や地域の祭り開催情報を提供してもらい、番組「知っとこ！安佐南」で放送した。また、安佐南区役所と連携し、本 FM 放送局が作成する「広報番組」や「はむっしゅ」、「アフタヌーンハムスター」でコンサートや献血情報等の情報を提供した。 西区では、三篠公民館との連携で 10 月 28 日、29 日に「横川ゾンビナイトイベント」へ司会として参加したことで、地域情報を発信するつながりができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 取材の仕方などのノウハウを学ぶ機会である他大学との交流だが、今年度は訪問できなかった。また、個別に連絡を取り合えるような関係になっていないことから、番組づくりにつながるスキルの向上ができなかった。そのため、より地域との連携を深めた地域密着型の番組を作ることができなかった。	【改善すること】 オンラインでも三大学交流会に参加し、他大学と関係を再構築し、個別の学びの場をお願いできるように取り組む。 また、三大学交流会以外でも取材のノウハウを学べる場を今後も探していく。	
年間目標（４）「FM ハムスターの宣伝活動を行い、知名度を向上させる。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） イベント協力や取材、ポストカードの配布、SNS、YouTube を使って本放送局の宣伝活動を行い、知名度を向上させる活動を行った。 「横川ゾンビナイトイベント」への司会出演がきっかけとなり、主催である横川商店街からの紹介で 12 月 23 日に同地で行われたクリスマスイベントに司会として出演した。「司会がよかった」「また次回もよろしくお願いします」という声をいただき、次年度以降の活動につながるとともに本放送局の存在を認知してもらえた。また、安佐南区社会福祉協議会より 2024 年 2 月に安佐南区総合福祉センターで実施される「ボランティアまつり」の司会依頼をいただき、ラジオに限らず、地域での活躍の場が広がることで知名度の向上があった。 加えて、取材を通してポストカード配りなど地道な活動を行った。祇園・興動祭では Instagram にてライブ配信を試み、ラジオ放送に限らず、インターネットを通じた放送の選択肢が増えた。現在のフォロワー数は「X（旧 Twitter）：668 人」「Instagram：292 人」「Facebook：484 人」（2023 年 12 月 25 日現在）となっている。		
【年間目標に対してできなかったこと】 SNS 等での広報活動を行ったが、知名度が向上した証明が得られない結果となった。また、今年度より YouTube での活動为目标に企画したが、人数不足やスケジュール等の理由により活動を断念したことで、知名度向上の機会を得ることができなかった。	【改善すること】 ラジオ局としての意義を考える上で、広報目的の SNS を活用した放送について、より有効な方法は何かを検討してく。	

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
特記事項なし		

4. プロジェクト活動評価（４段階評価：A. 優れている B. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	3	2	1
2	予算執行額は適当であったか	4	3	2	1
3	チームとして活動に取り組んだか	4	3	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	4	3	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	3	2	1
小 計		4	3	6	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	広島ハワイ文化交流プロジェクト	
	公認 B		
設立年月日	平成 25 年 1 月 22 日	活動期間	2023 年 4 月 1 日～2023 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	和田 健人
メンバー数	35 人（2023 年 12 月 31 日現在）	会計責任者	古中 慶介
プロジェクトの 企画背景	19 世紀末に日本からハワイに渡った移民の出身県別割合は、広島県が最も多く、それ以来ハワイでは彼らの子孫が、日米戦争の厳しい時代を乗り越えて、力強く生きてきたという歴史がある。また現在、広島県とハワイ州の間では様々な形での友好提携が結ばれている。このように広島とハワイの間には過去から現在に至るまで密接な関係が存在するにもかかわらず、両地域の若者はそのことをほとんど知らない。本プロジェクトは広島とハワイの歴史的なつながりやそれぞれの魅力的な文化を、これからグローバルな社会で生きていく両地域の若者に伝えることで、両地域間で新たなつながりを作り、双方の若者が広い世界へ飛び出すための一助となることができるのではないかと考えた。		
プロジェクトの 活動趣旨	現在日本において、インターネットの普及や移動・搬入の技術の発達により世界経済は急速なグローバル化が進んでいる。このことから、今後日本の経済をより発展させるためには、世界規模で活躍できる人材の育成が必要だと考える。19 世紀末、日本政府主導でハワイ王国に労働者を送り出す「官約移民」という制度があり、約 3 万人がハワイへ移住した。そのうち約 3 分の 1 が広島県からであった。広島からの移民は過酷な労働環境の中、日本人の誇りを忘れず、「まじめによく働く」と評判になるほど真摯に働くことでハワイという異国の地で信頼と地位を勝ち取ってきた。このような経緯から、広島とハワイは 1959 年から現在に至るまで友好関係が築かれている。そこで、本プロジェクトはこのような歴史的なつながり・関係があるハワイに渡航し、移民の子孫の方や広島県人会の方を訪問し、「移民の歴史」とともに「移民の方たちの生き方」を学び、広島若者たちに伝えていくことで、語学力や海外での生活に不安を持っているがために海外に行きたい意欲があるけれども一歩を踏み出せない学生に勇気を与え、その重い一歩を簡単なものにしたい。そして、グローバルな時代に海外で何かを成し遂げるためのヒントを本プロジェクトと共に探し出していきたい。 また、国内に目を向けても外国企業の進出や日本の少子高齢化による労働者不足などにより、外国人労働者の来日が増加している。実際、広島労働局の調査によると令和 4 年 10 月末現在の広島県内の外国人労働者の数は 38,698 人で、前年度同期よりも 2,151 人の増加であるという。このような現状において、近年では異なる国籍・民族の人々が互いの文化を認め、対等な関係を築き生活していく「多文化共生」が重要視されている。ハワイは、広島との移民の歴史からなる関係性がある地であるだけでなく「多文化共生社会」モデルといわれるほど日系人をはじめとする様々なルーツを持つ人々が相互の文化を尊重しあい生活を営み社会を形成している地でもある。そこで、今後本プロジェクトは広島とハワイの歴史について学ぶと同時に、ハワイの現状		

	について調査し実際にその生活に触れ、そこから多文化共生社会における外国人との かかわり方について広島県の若者たちに伝えていきたい。そして、この経験を活かし、 日本の「多文化共生社会」モデルに必要なことを見出し、それを日本人そして来日す る外国人に発信していきたい。
プロジェクトの 活動目的	・ 広島とハワイ両地域の若者が私たちの企画した事業を通して、若者が両地域を行き 来する際の懸け橋となり、人的交流を促進していく。これにより、密接な関係を築 き、互いの文化や移民の歴史を尊重し受け継いで貰い両地域の人々が一体となってグ ローバルな社会を築いて欲しい。 ・ 広島県の学生とハワイの学生がお互いの文化に触れ合い、身近に感じてもらうこと で、興味・関心を持ち、海外へ行くきっかけになってほしい。 ・ 若者に移民の歴史を伝え、多文化共生や文化の順応を知ってもらい、海外に飛び出 す力添えとなる。
プロジェクトの 年間目標	(1) 本プロジェクトがハワイや広島県の歴史について学習し、継承できるように知識 を深め、歴史を伝える交流を行う。 (2) ハワイから広島県を訪問する生徒・学生と広島県の若者とのつながりを作り、双方 の若者が広い世界へ飛び出すきっかけを作る。 (3) 広島県の高校を訪れ、継承すべき歴史を伝えることで、ハワイに興味を 持ってもらう。

2. 活動実績

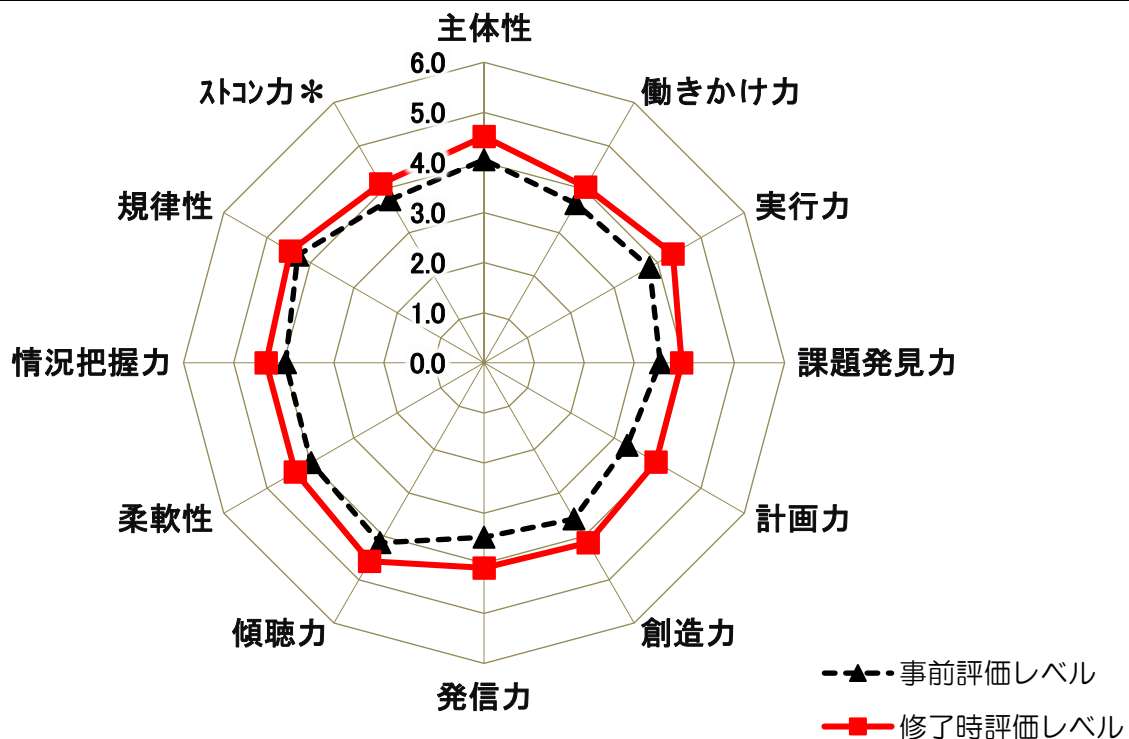
年間目標（1）本プロジェクトがハワイや広島県の歴史について学習し、継承できるように 知識を深め、歴史を伝える交流を行う。	目標達成度
	中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は、若者に移民の歴史を伝え、多文化共生や文化の順応を知ってもらい、海外に飛び出す力添えと なることを目指し、本プロジェクトメンバーが19世紀末、日本政府主導の移民政策「官約移民」により、 ハワイへ移住した移民の約3分の1が広島県からであったことや、移民に行くまでの歴史、過酷な労働環 境の中、日本人の誇りを忘れず真摯に働いてきた歴史、ハワイに移民した後の歴史について「移民の歴史継 承資料制作」事業で学習した。そして「スタディーツアー」や「夏渡航」の事業を通してハワイの生徒へプ レゼンテーションをすることで交流した。 「移民の歴史継承資料制作」では、広島県市南区にあるハワイ移民資料館「仁保島村」の館長が書かれた移 民の歴史について記された著書を基に、特に移民した年に元号が改元された事からその名が付いた「元年 者」が労働者としてハワイに上陸した背景や日本とハワイ両政府公認のハワイへの集団労働移民である「官 約移民」の政治的背景をメンバーが要約し、章ごとにまとめた。加えて夏渡航の際に、現地の広島県人会の キャロル氏からお聞きした、移民一世である祖父がハワイに移住してから経験された苦しい生活など、体験 された方しか語れない声を盛り込んだ。パンフレット完成に向け、制作に取り掛かっている。現地での活動 中に会った日系三世でハワイの画家であるモリノウエ氏の奥様から「移民を伝える活動はとても大切で す」というコメントをいただいた。 6月4日から6日、10月10日から12日にハワイから来た高校生を対象とした「スタディーツアー」で は、本学明德館で移民についてのプレゼンテーションを行った。プレゼンテーションの後に実施したアンケ ートでは「広島とハワイの移民の歴史を理解できたか」という項目において「よく理解できた」「理解でき た」の回答が合計87.5%という結果になった。 8月30日から9月10日にかけて行った「夏渡航」では「ケアラケヘ高校」「コナワエナミドルスクール」 「ワイアケアハイスクール」「ヒロハイスクール」を訪問し、広島とハワイにおける移民の歴史的なつなが	

りや当時の人々の暮らしを伝えるプレゼンテーションを合計 350 名に実施した。「身近に日本の名前が入っている人はいますか」という質問から実際に日本の名前が入っている有名な日系人の例をあげ、移民を身近に感じてもらえるようなプレゼンテーションを行なった。さらに、広島からみた移民の歴史に関するクイズも実施し「どのような目的で移民していたのか」という問題に対して 80%の生徒が正解した。 今回の夏渡航で交流したハワイの生徒から「広島の歴史をもっと理解したいし、学ぶために広島に行きたい」というコメントがあり、歴史を伝える交流ができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 本プロジェクトメンバーが移民の知識をより深めることを目指し、ハワイ移民資料館「仁保島村」の訪問を計画していたが、先方との連携ミスにより訪問出来ず、館長の方のお話を聞くことが出来なかった。加えて、ハワイと日本の歴史に関する展示品を見る事が出来なかったために、著書のみで移民について学ぶことになってしまった。それにより、資料の完成には至らなかった。	【改善すること】 本プロジェクトの活動の質を高めるためにも、ハワイ移民資料館「仁保島村」館長の著書を要約し、資料作成につなげる際に、不明な点を学ぶために資料館を訪問し、学ばせていただく。	
年間目標（２）ハワイから広島を訪問する生徒・学生と広島の若者とのつながりを作り、 双方の若者が広い世界へ飛び出すきっかけを作る。		目標達成度 中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） ハワイの中学生や高校生と日本の高校生や大学生がお互いの国で顔を合わせ、その後にそれぞれの国で再会することでより進んだ関係になることを目指して「スタディーツアー」「夏渡航」を実施した。 「スタディーツアー」では、6月4日～6月6日の3日間「ワイアケアハイスクール」の生徒15人と「広島県立祇園北高等学校」の生徒6名、10月10日～10月12日のヒロハイスクールキークラブの生徒16人を対象にツアーを開催した。それぞれ3日間の活動で日本文化を伝える宮島ツアーや被爆地広島の歴史を伝える平和記念公園を観光したり、本学内を案内するキャンパスツアーを実施したりした。宮島では日本文化を伝えるだけでなく、ハワイの生徒たちからフラダンスを教えてもらうなど文化交流を行った。加えて、平和記念公園では、ハワイの生徒たちが用意した千羽鶴と一緒に原爆の子の像に供えた。 特に、6月に実施したワイアケアハイスクールとのスタディーツアーでは、「広島県立祇園北高等学校」のESS部の生徒6名とともに平和公園を散策し、交流を通じて仲を深め合った。ハワイの生徒を対象に行ったアンケートのうち「広島の高校生とのツアー内容はどうだったか？」では「かなり満足」という回答が80%になった。 8月30日～9月10日にハワイで行った「夏渡航」では「ケアラケヘ高校」「コナワエナミドルスクール」「ワイアケアハイスクール」「ヒロハイスクール」を訪問し、移民に関するプレゼンテーションを行なった。そこで、スタディーツアーに関するアンケート調査を合計350名の生徒に行ない「広島に行ってみたくて思いますか」という項目について97%の生徒が「行ってみたくて」と答えた。 また、来年度以降に広島を訪問する学校との打ち合わせを行なった。予定では2024年10月に「ヒロハイスクール」の生徒約15名、2025年度は「コナワエナミドルスクール」の生徒約10名がスタディーツアーに参加してくれることになった。		
（年間目標に対してできなかったこと） この事業の目的を「広島県立祇園北高等学校」へ伝えきれなかったため、平和記念公園でのツアーのみの参加となり、限られた時間しか日本の高校生達とハワイの生徒達が交流できなかった。 また、広島の高校生に対してアンケートを取っていただけなかったため、ハワイの生徒たちとつながりができなかった。	【改善すること】 スタディーツアー実施前の高校訪問の際に、高校生達に目的を理解してもらうような関わりを行う。また、平日の夕方に興動館で広島の高校生とハワイの生徒が交流できる時間を増やせないか検討していく。 加えて、つながりができたかどうかのアンケートを事前に作成しておく。	

年間目標（３）広島の高校を訪れ、継承すべき歴史を伝えることで、ハワイに興味を持ってもらう。		目標達成度
		低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は、広島の高校生とハワイの生徒たちとの交流を通してハワイについて興味を持ってもらうことを目指した。そこで、広島市の高校３校に声をかけ、若者同士の移民の歴史を伝えるプレゼンテーションを行い、ハワイの生徒たちとの異文化交流に関する呼びかけを行ったところ「広島県立祇園北高等学校」が私たちの活動に興味を示してくれた。 ５月２４日に「広島県立祇園北高等学校」のESS部の生徒６人を対象に本学興動館で本プロジェクトの活動目的と広島とハワイにおける移民の歴史的なつながり、６月に広島を訪問する「ワイアケアハイスクール」のスタディーツアーについてのスケジュールを伝えるとともに、プロジェクトメンバーと高校生とでアイスブレイクを行なった。その結果、６人全員がスタディーツアーへ参加した。		
【年間目標に対してできなかったこと】 プレゼンテーションの最後にアンケートを取らなかったため「広島県立祇園北高等学校」の生徒に対して「移民の歴史に関して理解できたか」について確認できなかった。また、高校生がこのプレゼンテーションでハワイにどれくらい興味を持ったのかわからなかった。	【改善すること】 興味を持ってもらえたかを確認するために、事前にアンケートを用意し、次の活動に活用する情報を得るようにする。	

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
2023年４月６日	中国新聞	【広島経済大】ハワイの高校生と宮島巡る３年ぶりスタディーツアー
2023年６月５日	読売新聞	ハワイの高校生 平和学ぶ
2023年１０月２９日	中国新聞	【広島経済大】ハワイの生徒招きツアー 平和公園やキャンパス案内

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



※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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	【若旅促進プロジェクト】 @wakatabikdk		
	【北陸カレッジ】 @hkrk.college_hue		
	【若旅 in ふくやま】 @hue_fukuyama		
	【広島観光リサーチ in 若旅 P】 @hiroshima_research.wsp		
	【秘境地発掘ツアー-in とっとり】 @hue_tottori		
コーディネーター名	藤口 光紀	リーダー名	栗野 岬
メンバー数	26 人（2023 年 12 月 31 日現在）	会計責任者	塚本 柊佑
プロジェクトの 企画背景	私達は、観光庁実施「若者旅行振興研究会」や JTB 作成「ツーリズム産業と経済的価値」等のデータを参照したり、観光業界関係者の講演を聞いたり、プロジェクトで実施したアンケート結果から、金銭的な問題や趣味の多様化により若者の旅行離れが深刻化していることに気付いた。さらに旅行会社のツアーを調査すると、中高齢者向けのツアーが大多数を占め、若者向けのツアーが少ないという事も分かった。そこで、本プロジェクトでは、旅行の魅力を発信し、若者の旅行需要を増加させる。そして、中国運輸局と連携し、若者が魅力的に感じるツアーとは何かを若者目線で考え、旅行プランを作成する。2021 年度の調査では、2019 年以前は平均 2.17 回だった若者の旅行頻度は 2020 年以降コロナ禍においては平均 0.96 回と大幅に減少している。また、近年、東京圏の一極集中化が進んでいるため、国が「まち・ひと・しごと創生法」を施行するなど、地方創生に力を入れている。そこで、本プロジェクトでは、若者に地方の魅力を知ってもらい、観光による地方創生を行えるような旅行プランや企画を作成する。		
プロジェクトの 活動趣旨	私達は、深刻化した若者の旅行離れの解消と地方創生を目的とし活動していた。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、旅行離れは深刻ではなくなったといえる。そこで、私たちは地方創生に重点を置き、地方の魅力を旅行を通じて発信することで人口誘致を図る。 また、総務省の調査によると 2020 年の全年代の SNS 使用率が 73.8%の中、20 代の SNS 使用率は 90.4%と最も高いことがわかる。そこで、SNS での影響力が最も高い 20 代の若者向けに対象地域の魅力を伝え、実際に訪れてもらい、その魅力を SNS でより多くの人に向けて発信してもらおう。そして、より多くの人に認知してもらい、定住人口や関係人口の増加につなげる。今年度、私達が主催する事業の対象地域は、観光事業が盛んでなく、企業は多いが市内の産業が衰退傾向にある地域や、都市部から足を運びやすいが、県内でも観光客があまり多くない地域に設定する。		
プロジェクトの 活動目的	若者による若者のための旅行プランや企画を商品化し、旅の魅力や楽しさを知ってもらうことで対象地域の定住人口や関係人口の増加に繋げる。		

プロジェクトの 年間目標	(1) 若者に対象地域の魅力を知ってもらうため、対象地域の資源を生かしたオリジナルの旅行プランや商品を企画する。
	(2) 対象地域の課題を地元の人と確認し、その課題を解決するための企画、提案をする。
	(3) 若者に対象地への興味や関心を持ってもらうため、SNS を活用して自分たちの活動内容や対象地域の魅力を発信する。

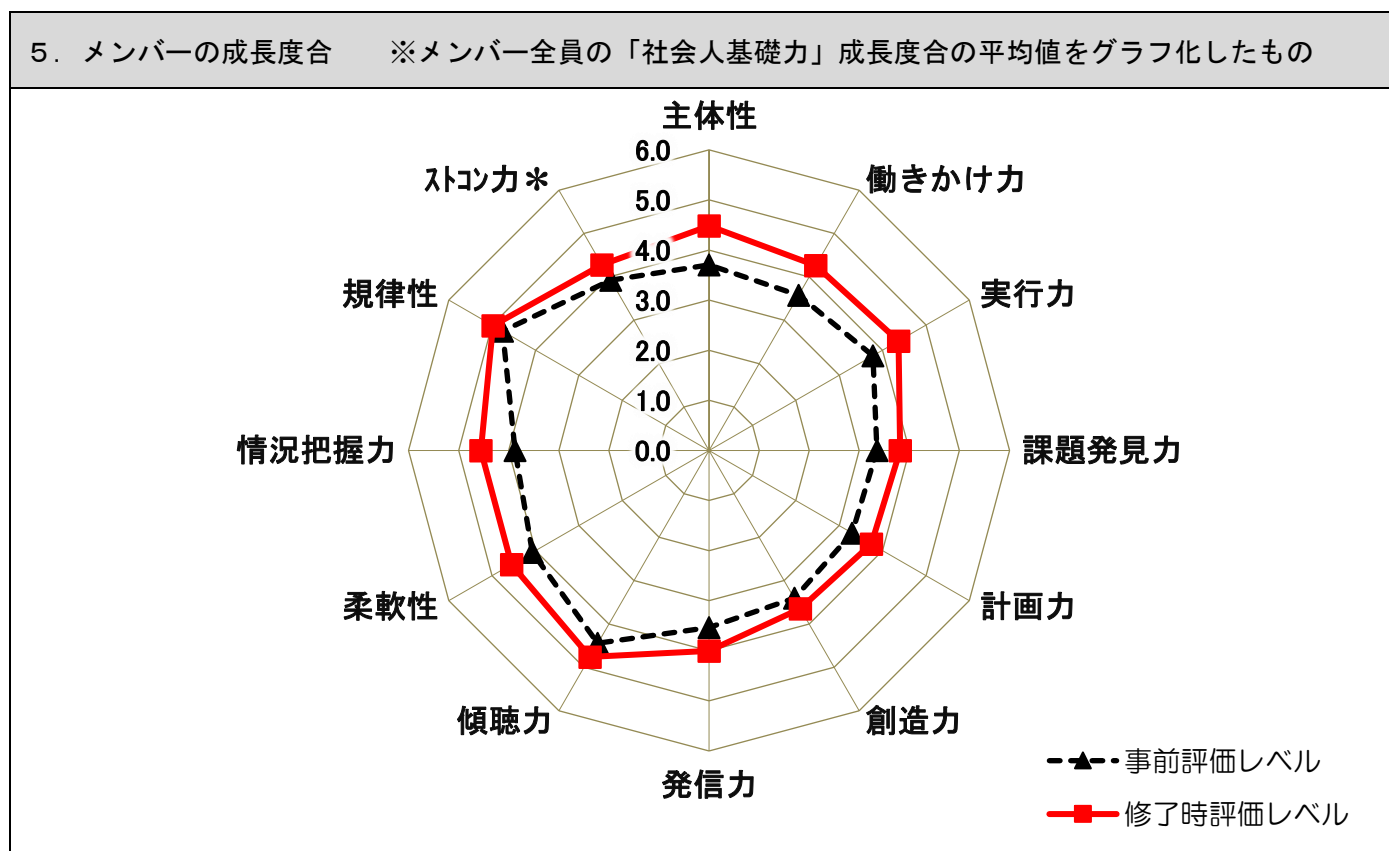
2. 活動実績		
年間目標（１）「若者に対象地域の魅力を知ってもらうため、対象地域の資源を生かしたオリジナルの旅行プランや商品を企画する。」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム）		
10代20代の若者に対象地域の魅力を知ってもらうために、資源を生かしたオリジナルの旅行プランや特産品を活用した新商品の開発を企画することを目指し、「北陸カレッジ」「広島課題探求ツアー」「秘境地発掘ツアーin とっとり」を行った。 西日本旅客鉄道株式会社主催の大学生が地域の魅力を発見・提案する取り組み「北陸カレッジ」では、今年度は、「FINDING HOKURIKU」のテーマのもと、福井県敦賀市を対象地域として3つの提案を行った。5月に説明会に参加し、9月4日、5日、6日には、プロジェクトメンバー7名が敦賀観光協会の方の案内のもと現地にて観光地の視察やワークショップの体験を行った。現地視察にて感じた魅力や課題をもとに、11月に中間報告会、12月に成果報告会に参加し、冬の時期でも海のアクティビティが楽しめる「サップ」、地元で桜の枝を交換するお祭りをモチーフにしたお土産である「桜の形を模したクッキー」、観光客に滞在してもらうことを目指し、地元住民とつながる場である「夜市」を提案した。 「広島課題探求ツアー」では、昨年から引き続き対象地域である芸北地域（安芸高田市、安芸太田町、北広島町）について調査を行い、若者に知ってほしい地域の課題や魅力を組み合わせ、ツアーを企画した。その過程において、集客用のポスターの作成や関係各所への連絡等を行った。 「秘境地発掘ツアーin とっとり」では、鳥取県観光連盟の方と協力して旅行モニターツアーに参加した。「若者必見！とっとり グルメ&アクティビティを2泊3日で満喫！」というテーマで9月に3泊4日で鳥取県全体をめぐる現地視察を行い、作成した旅行プランを鳥取観光連盟のホームページに掲載した。		
【年間目標に対してできなかったこと】	【改善すること】	
広島課題探求ツアーでは、若者のニーズの理解度が不十分であったため、ツアーの実施まで至らなかった。	広島課題探求ツアーでは、ツアーを企画する際に苦戦した「若者のニーズ」についてより理解を深めるために、アンケート調査等を行う。	

年間目標（２）「対象地域の課題を地元の人と確認し、その課題を解決するための企画、提案をする。」	目標達成度
	低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 本プロジェクトの目的である「定住人口」や「関係人口」の増加をするためには、各地域の問題を解決し、人口増加の施策を考える必要がある。そのため、今年度の活動（「北陸カレッジ」「若旅 in ふくやま」「秘境地発掘ツアーin とっとり」）で関わった地域の課題を地元の方と共有し、問題解決に向けた取り組みを企画、提案した。 「北陸カレッジ」では「敦賀観光協会」と敦賀市役所の「観光交流課」の方と関係を構築した。打合せをする中で「電車で来た観光客が敦賀で降りてくれない」「敦賀と言えばというお土産がない」という課題が上がった。この課題をもとに観光客に滞在してもらうことを目指した「夜市」と敦賀の桜のお祭りをモチーフにした「桜の形を模したクッキー」の提案を行った。この提案を聞いた「敦賀観光協会」の方から「地元にいると気づかない視点の提案ですね」や旅行会社の方から「実現可能性の高い提案ですね」という言葉をいただいた。 「若旅 in ふくやま」では、生産年齢人口の低下および定住人口減少が起こっている現状を企業と確認をし、解決するために本学学生の２、３年生を対象とした就職活動ツアーの実施を企画した。企業は「株式会社キャステム」と「株式会社ケンユー」に協力をしていただき、ツアーを９月に実施した。上記の企業２社と「福山本通商店街」「鞆の浦」を訪れた。その後、事後アンケートを実施し、設問「就活ツアーを通して以前よりも福山に興味を持ちましたか？」で、よく当てはまる、当てはまると解答した人が１００％であったことから、企業と観光地の魅力を伝えられた事が分かった。また、設問「企業見学でよかったことを教えてください」では「地元企業をより深く知る事ができた」「普段インターンに参加していない業種に参加をし、視野を広げる良い機会になった」等の感想があった。 「秘境地発掘ツアーin とっとり」では、「鳥取県観光連盟」の方から若者が旅行の目的や観光地の調べ方などを知りたいとの意見があったため「鳥取県観光連盟」の方と月に一度、オンラインミーティングを重ね、プランやテーマについての意見交換を行い、大学生が旅行で重視することや旅行の際に観光地を調べる方法を提供し、鳥取県内で若者が行きたくなるようなプランを提案した。	
【年間目標に対してできなかったこと】 北陸カレッジでは、「敦賀観光協会」の方以外の観光地で働く従業員などの方々へ取材をしなかったため、現地の方のニーズをくみ取ることができなかった。 若旅 in ふくやまでは、就職活動に観光を組み合わせたツアー企画のため、観光も楽しんでもらうことを目指して地元企業と連携し、独自のお弁当などを提供したいと思っていたが、準備不足により地元企業の方と関わることはできなかった。 秘境地発掘ツアーin とっとりでは、大学生が旅行で重視することに続き、具体的に旅行先を選ぶ際の決め手となる要素を知るためのアンケートなどが実施できなかったため、魅力的なプランにはならなかった。	【改善すること】 今後、西日本旅客鉄道株式会社が主催する事業に参加する際、観光地で働く方の想いを伺う機会を作り、実際の現場で感じられている現状を把握する。 若旅 in ふくやまでは、訪問先の企業だけでなく、事前に地元根付いている企業を調べ、ツアーの目的の説明および協力してもらいたいことを準備してから進めていく。 秘境地発掘ツアーin とっとりでは、本学内で大学生を対象としたアンケートを実施し、若者の具体的な意見を多く集め、ホームページに掲載するなど、プランの改善を行う。

年間目標（３）「若者に対象地域への興味や関心を持ってもらうため、SNS を活用して自分たちの活動内容や対象地域の魅力を発信する。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 10 代 20 代の若者に本プロジェクトの活動内容や活動の対象地域である「福井県敦賀市」や「鳥取県鳥取市」「東伯郡」「西伯郡」「広島県福山市」の魅力を伝え、関心を持ってもらうためにそれぞれの事業で Instagram アカウントを作成し、情報発信を行った。 「福井県敦賀市」の魅力発信では「北陸カレッジ」の事業において、魅力紹介に関する投稿を計 12 回行った。投稿では、名勝地や体験型の施設、宿泊先の紹介などを通し、合計 75 件の「いいね」があった。 「鳥取県鳥取市」「東伯郡」「西伯郡」の魅力発信では「秘境地発掘ツアー in とっとり」の事業において、魅力紹介に関する投稿を計 8 回行った。投稿では、各地域のおすすめスポットやグルメなどを紹介し、合計 43 件の「いいね」があった。 「広島県福山市」の魅力発信では「若旅 in ふくやま」の事業において、魅力紹介に関する投稿を計 7 回行った。投稿では、観光名所や地元企業の紹介を行い、合計 34 件の「いいね」があった。 上記の活動に加え、「広島観光リサーチ in 若旅 P」では、若者の旅行事情を理解し今後のプロジェクト活動に反映するため、本学学生や経大祭および祇園・興動祭へ訪れた地元の人を対象に、アンケート調査を実施した。実施したアンケートの内容については、旅行に行く際の費用（期間ごと）や広島県内のおすすめの観光スポット等を組み込んだ。アンケート調査の結果、経大祭、祇園・興動祭で合計 88 件の回答を得た。旅行に行く際の期間と費用について、旅行期間 2 泊 3 日が 48%で最も多く、2 泊 3 日の旅行にかかる費用について、最も多い回答が 4 万円以上 5 万円未満で 37%という回答結果となった。また、旅行頻度が半年に 1 回が 36%となった。また、ランキング形式や知られざる観光地等などのテーマで投稿した。 上記の活動の結果、もっとも多い「いいね」が 10 件。リーチ数が 7 件。となった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 SNS を活用し若者への興味関心を持ってもらうについては、若者が投稿を見てくれたのかがわからなかったことと、投稿へのコメントが無かったため、興味関心を持ってもらえたかがわからなかった。 広島観光リサーチ in 若旅 P では、集計したデータを Excel 等に反映することに苦戦し、アンケート結果の集計に時間がかかったため、11 月から投稿を開始するなど頻度が低くなってしまった。そのため、アンケート調査で集まった意見の中の一部しか発信することができなかった。		【改善すること】 SNS を使った発信の結果、投稿を見た人の属性や何を感じたのかが得られるリアクションについて、情報を得る方法を検討する。 広島観光リサーチ in 若旅 P では、Google Form などを活用し、アンケート結果をすぐに Excel へ反映させるなどの方法や、Excel のスキルについて詳しく勉強する機会を設ける。また、「いいね」やフォロワー数を増やす方策を検討する。

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
2023 年 9 月 7 日	福井新聞	敦賀旅 若者目線で提案へ 広島的大学生 体験通し構想練る

4. プロジェクト活動評価（4段階評価：A. 優れている B. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	3	②	1
2	予算執行額は適当であったか	4	3	②	1
3	チームとして活動に取り組んだか	④	3	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	4	③	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	3	②	1
小 計		4	3	6	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	太田川キレイキレイプロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2006 年 7 月 12 日	活動期間	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	ootagawa_hue		
コーディネーター名	濱田 敏彦	リーダー名	竹中 聡司
メンバー数	8 人（2023 年 12 月 31 日現在）	会計責任者	中村 祥真
プロジェクトの 企画背景	太田川は全長 103km の一級河川であり、広島市街で 6 つにわかれる広島県を代表する河川である。 本プロジェクトが設立された 2006 年度、太田川河川敷はキャッチボールやジョギング、釣りなど、地域の方々に親しまれ、様々な用途で利用されていた。しかしその反面、ゴミの不法投棄は増加傾向であり、そのゴミが雨水とともに太田川に流れ込むことで、水質汚濁などの河川環境悪化の一つとなっていた。そこで、広島県にとってかけがえのない太田川の素晴らしさを多くの方々に知ってもらい、太田川やその河川敷をゴミ一つない環境にすることで、広島県の誇れる川を目指す環境美化プロジェクトとして活動をスタートした。具体的には、太田川河川敷の定期清掃や、太田川の魅力や不法投棄が起きている現状等を発信することで太田川の今を知ってもらう活動、また、太田川を利用したイベントなどの実施や、広島県内の環境保護に取り組む大学連合「えーこじゃけん」を拡大するなど、次代を担う若い世代が環境保護について考えてもらうことで、不法投棄件数を減らすといった活動を行ってきた。		
プロジェクトの 活動趣旨	2022 年度、環境省によると、全国の不法投棄の新規発見件数は年々減少しているが、現在でも 5.1 万トンものゴミが不法投棄されていると報告があった。そこで、環境省は不法投棄についての早期発見、対応による拡大防止の取組を一層推進している。広島県では、県を代表する太田川において、美しい河川環境を目的としてた、企業や自治会等の方々と協力して行う「クリーン太田川」という清掃活動を実施している。しかし、太田川河川事務所によると、太田川河川敷には 2021 年度と比べて一般ゴミが多く不法投棄されていることがわかり、より多くの清掃活動が求められていることがわかった。そこで私たちは、昨年度清掃活動を実施した場所の不法行為に関するデータを活用し、太田川の現状を知ってもらうためのパンフレット製作・配布を行った。また、本プロジェクト名の書かれたビブスを着用して清掃活動を行うことで、若い世代や地域の方々に太田川の環境美化について意識を持ってもらい、太田川をゴミ一つない環境にすることを目指す。更には、本プロジェクト活動に賛同してくれる大学と設立した大学連合「えーこじゃけん」と共に、より広範囲に渡り環境美化意識を伝える活動となるよう取り組んで行く。		
プロジェクトの 活動目的	私達の活動や太田川を利用したイベントを通じて、広島市民や学生に環境美化に対する知識を高めてもらい、愛着を持ってもらうことで環境美化意識を高める。そして、各々が環境も守るために太田川について考えて行動してもらうことで、ゴミ一つない環境にすることをやり、広島県民が誇る川にすることが目的である。		
プロジェクトの 年間目標	(1) 川に対する愛着や興味を持ってもらい、環境美化意識を高めてもらう。 (2) 広島市民にさまざまな媒体を通して、太田川の魅力を発信する。 (3) 定期的な清掃活動を通して、太田川の環境を保全する。		

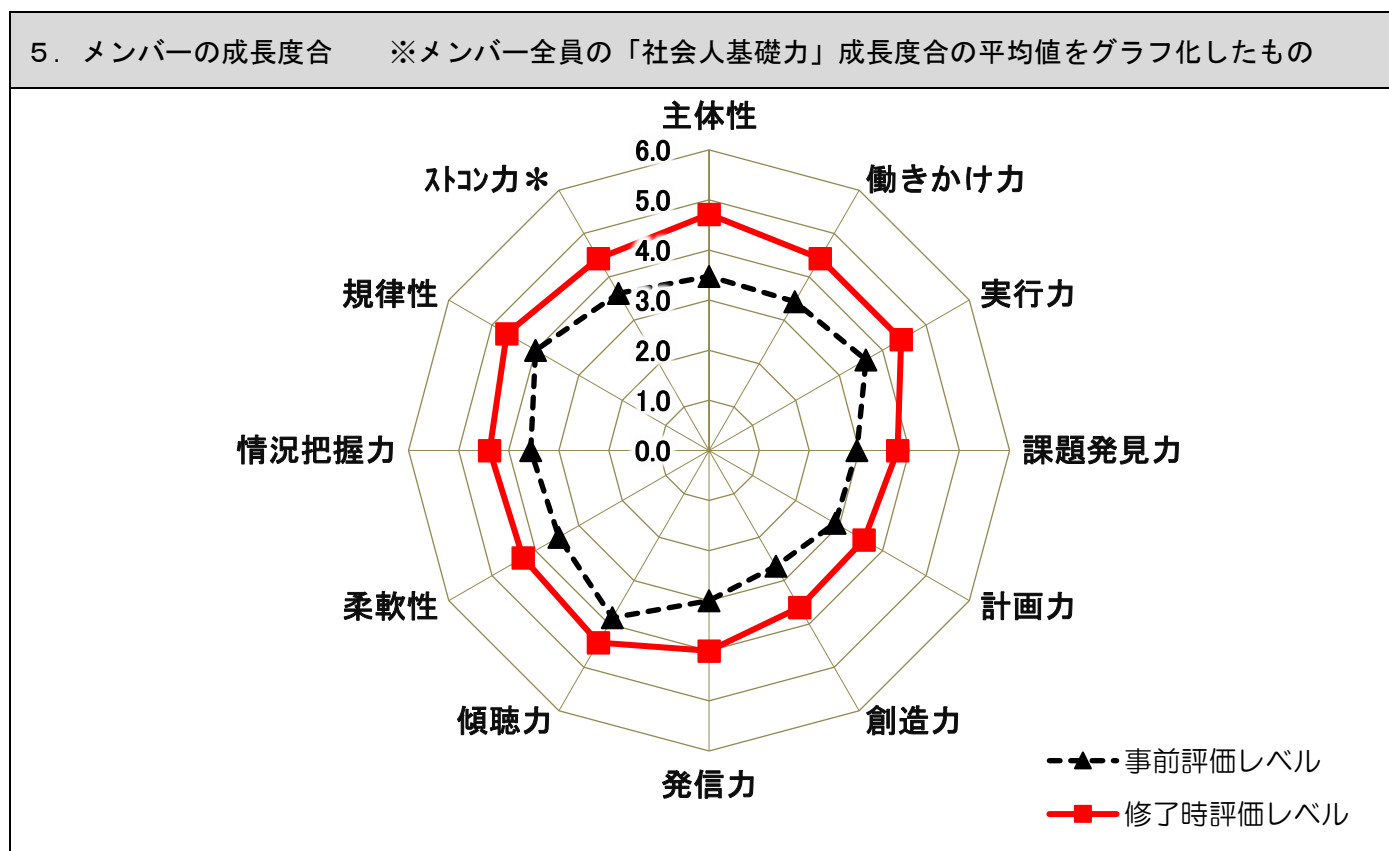
2. 活動実績		
年間目標（１）「川に対する愛着や興味を持ってもらい、環境美化意識を高めてもらう」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 広島市民に太田川に対する愛着や興味を持ってもらい、環境美化意識を高めてもらうために太田川の支流である古川で「古川で遊ぼう」イベントおよび大学連合えーこじゃけんの加盟校で実施する「大学連合えーこじゃけん一斉清掃」をえーこじゃけんの連携活動として行った。 5月28日に「古川であそぼう」を大学連合「えーこじゃけん」加盟校の広島修道大学、安田女子大学の学生達とともに円滑に行うために、小学生を対象として川に関するイベントを行っている環境カウンセラーの西村浩美様を講師として迎えて勉強会を行った。この勉強会では、30名の参加があり、共に古川の生態、川の歴史、イベント広報の仕方、子ども達の安全管理、川での教え方、川でのイベントで気を付けることなどについて興動館で教えていただいた。これにより、環境系の活動を行う大学生の環境美化意識を高めることができた。 10月21日の「古川であそぼう」本番では、対象者である子ども達の参加はなかった。しかし「えーこじゃけん」メンバーである本プロジェクト7名と広島修道大学1名の計8名で生物調査を行い、川にいる生物を観察することでえーこじゃけんメンバーに環境美化意識を高めた。 11月26日に行った「大学連合えーこじゃけん一斉清掃」では、太田川河川敷新庄橋を中心に、本プロジェクト7名と広島修道大学の学生5名、安田女子大学の学生5名の計17名で清掃活動を実施した。集めたゴミは燃えるゴミ700g、燃えないごみ440g、ペットボトル450g、合計して1,590gとなり、普段の定期清掃での平均のゴミの合計量と比べて約800g多い結果となった。参加者からは「一斉清掃の後、道路を歩くとゴミを探す癖ができました。ゴミを拾うことに抵抗がなくなったことで意識が変わった。」という感想をもらっている。このことから、環境美化意識を高めることができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 10月21日の「古川であそぼう」では、地域の情報を調べていなかったため、古川付近にある小学校の運動会と実施日が重なり、子ども達の参加が無かったことで環境美化に対する意識を高めることができなかった。また、日程も問題以外にも、イベントの広報が古川周辺の公園に来る親子にチラシを配布するという方法だったため、受け取ってもらえなかった。	【改善すること】 イベントの日程を決める前に、近所の公民館などの地域の団体に相談し、実施予定日に他の地域行事が重複しないか確認を取った上で実施日を決定させる。また、対面によるチラシ配布に頼らず、近所の公民館と連携してチラシを設置させてもらうなどの広報活動を行うことで、イベントの周知を図る。	

年間目標（２）「広島市民にさまざまな媒体を通して、太田川の魅力を発信する」	目標達成度
	低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム）	
太田川の魅力について SNS を使って発信することで、広島市の住民に愛着を持ってもらい、不法投棄抑制を目指す活動を行った。今年度は Instagram を利用して、太田川やその支流にある 6 本の川（太田川放水路、天満川、本川、元安川、京橋川、猿猴川）に架けられている橋について紹介することで、川に関する関心を持ってもらうことを目指した「ぶらり太田川」を実施した。 今年度は、祇園大橋、観船橋、緑大橋、天満橋、広瀬橋、相生橋、元安橋、平和大橋、万代橋、京橋、猿猴橋、大正橋、平和橋について、それぞれの橋の特徴や架けられた時期、歩いた感想などの魅力を発信した。毎回の投稿では平均 16.5 件の「いいね」をもらえ、フォロワーも 18 人増やすことができた。	

【年間目標に対してできなかったこと】 今年度は SNS を使った発信のみとなったため、発信する媒体が限定的となったことにより太田川の魅力を広く発信することができなかった。また、SNS で魅力を発信していること自体も広報できていなかったため、限定的な発信となってしまった。	【改善すること】 SNS を見てもらえないと、伝えたい魅力が届かないため、投稿することに加え、外部団体の SNS で紹介してもらうなど、本プロジェクトの SNS 自体を広く発信する方策を考える。また、投稿そのものも最低限掲載すべき情報に加えて魅力が伝わる文章を学び実践する。
年間目標（３）「定期的な清掃活動を通して、太田川を環境を保全する」	目標達成度
	中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 太田川のうち、祇園大橋から新庄橋にかけてのゴミ環境について、道を歩いていてゴミが目立たない状態を保つために「定期清掃」の実施や環境保全活動を行っている三井ボランティアネットワーク事業団主催の「三井合同清掃」への参加や太田川河川事務所主催の「クリーン太田川」に参加した。 「定期清掃」では、今年度の新たな試みとして、本プロジェクトに参加していない広島経済大学の学生やえーこじゃけんに加盟している他大学の学生を対象として案内を行った。今年度は５回の清掃活動を行い、計 36 名の大学生が参加し、そのうち 9 名が初めての参加だった。参加した大学生から「清掃活動に参加するのは初めてだったので、楽しかった」という声があり、環境系の活動に触れていない大学生へ環境保全についての体験を提供することができた。 また、集めたゴミについて、6 月に実施した定期清掃において、去年は 680g だったが、今年度は、1,070g となり、ゴミが増えた。しかし、10 月では、去年は 1,590g であったが、今年度は 520g と減った結果となった。 2 年前と比べて、発泡スチロールなど大きく目立つゴミが減り、たばこの吸い殻がメインになっている現状から、日常生活でよく出るゴミのポイ捨て対策が今後の課題になっている。 隔月に参加する三井ボランティアネットワーク事業団主催の「三井合同清掃」や太田川河川事務所が主催する「クリーン太田川」には年間を通して参加し、他団体の環境ボランティアグループと情報交換や交流を行うことができた。	
【年間目標に対してできなかったこと】 本プロジェクトの活動でもゴミが無くなるのが無い現状から、環境保全のためのゴミを捨てない意識を育むことができていない。 加えて、毎月第一日曜日を定期清掃日としていたが、雨天時などの天候で中止となり、9 回予定していた定期清掃が 5 回のみの開催となってしまった。	【改善すること】 子どもが若者になった時に、ゴミは持ち帰ることが当たり前の社会になることを目指して、子どもを対象とした太田川のゴミの現状を伝える機会を作ることを検討する。 天候によって清掃ができなくなる場合を見越して、延期日を設ける。

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. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	3	2	1
2	予算執行額は適当であったか	4	3	2	1
3	チームとして活動に取り組んだか	4	3	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	4	3	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	3	2	1
小 計		0	6	4	1
総合計（20 点中）		11 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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	animal_hue		
X (旧 Twitter)	@animal_hue		
コーディネーター名	森川 覚、前馬 優策	リーダー名	木元 遼
メンバー数	21 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	鉄崎 ひより、太田 安結
プロジェクトの 企画背景	広島県は犬・猫の殺処分数 (8,340) 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数が多い県であった。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 8 年目を迎える。当初、殺処分数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、活動圏にも限界があるが、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合いながら実施することで専門的な知識を補填し、情報共有という手段を通じてより充実した活動を展開していく。		
プロジェクトの 活動趣旨	広島県の犬・猫の保護数・殺処分数はともに減少傾向にあるが、広島県動物愛護センターなどの動物保護施設の収容頭数は未だに多い状況である。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。そのためには「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い、「animal セミナー」「命の教室」で専門的な知識をつけ「SNS」「パネル展」「いぬねこ教室」などでその得た知識を拡散する、そして私たちの理想である「広島県の不幸な動物をゼロ」に繋げる。		
プロジェクトの 活動目的	本プロジェクトの活動目的は、「広島県の不幸な動物をゼロ」である。 この目的を実現するためには、「動物に対する意識改革」が必要であり、対象者に保護動物の現状や動物の行動、性格について正しく知ってもらうことが重要である。 正しい飼育環境やペットを飼うための心構えを持つ人が増えることで、将来悲しい思いをする動物たちがいなくなり、幸せな動物を増やすことができる。そして、動物保護施設で保護される動物たちもいなくなり動物も人間も平等で豊かな社会が実現する。この社会こそ、私たちが目指す【広島県の不幸な動物ゼロ】だと言える。		
プロジェクトの 年間目標	(1) 保護動物との接し方イベントを開催することで、偏見をなくし、一生の家族探しの手助けをする。 (2) 広島県の保護動物の現状を把握し、学び得た知識を発信することで、理解を深めてもらう。 (3) イベント参加者にはアンケート、SNS 閲覧者からはリアクション等をもらう、その結果を基に、よりよい投稿やパネル展に繋げていく。		

2. 活動実績		
年間目標（１）「保護動物との接し方イベントを開催することで、偏見をなくし、一生の家族探しの手助けをする」	目標達成度	
	低い	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は、本学の学生を対象として、保護されている犬の正しい接し方を知るイベントを開催する。実際に保護動物と接することで、動物愛護センターに保護されている動物の攻撃性が高いのではないかなどの否定的な印象を無くすことを目指して「体験ボランティア」を実施した。 9月13日に本学の学生を対象に「体験ボランティア」を「広島市動物愛護センター」で実施し、2名の参加者があった。「広島市動物愛護センター」では、施設の説明や保護動物の収容頭数や性格などを伝え、保護犬・保護猫と接してもらった。施設での殺処分がどう行われるか、動物愛護センターの役割や保護犬・保護猫との接し方を伝えることができた。 参加者から「保護動物は人への不信感から噛みついてくるなどのイメージがあったが、そうではない保護動物もいることがわかった」という意見があった。プロジェクトメンバーも動物愛護センターでの殺処分の説明を受けたことで、殺処分がどのように行われるかを知ることができるよい機会となった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 体験ボランティアでは、8月、9月と2回を予定していたが、企画の準備から実施までの過程が分からないメンバーがいたため、準備に時間がかかり、8月の開催ができなかった。また、9月の体験ボランティアでは、参加者が2名しかいなかったため、成果が限定的となった。	【改善すること】 企画の計画と実施に向けたノウハウを学び、引き継げる体制を整える。	
年間目標（２）「広島県の保護動物の現状を把握し、学び得た知識を発信することで、理解を深めてもらう。」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 普段の生活において触れることのない保護動物について、性格や動物愛護センターの意義、飼育環境についての情報を調べ、祇園地区に住む小学生だけでなく、広い範囲に伝えることで、保護動物に対して興味関心をもってもらうことを目指して、自分たちが動物との接し方について学ぶ「いのちの教室」と保護動物の現状を伝える「パネル展」「いぬねこ教室」を実施した。 「パネル展」では、本学内、「祇園西公民館」で計2回開催した。この事業では、パネルを通して「広島県内の保護動物の様子や現状」「地域猫や迷子犬などのペットに関する知識」「本プロジェクトの活動内容や目標」を知ってもらうことを目指した。実施したアンケートでは「動物も命がある大切な存在だとわかった」「保護動物について知らなかったことばかりだったので学べた」「学べたことやさらに疑問に思うことが出てきた。今後も学んでその疑問を解消し、自分にできることで一匹でも多く助けたい」などの回答があり保護動物への興味・関心や大切さを持ってもらえたパネル展になった。 6月20日にNPO法人「SPICA」の山下氏を講師として本プロジェクトメンバーを対象とした啓発活動「いのちの教室」を興動館で行った。プロジェクト活動をするうえで、知っておくべき知識を身に付けることを目指し、「保護動物の現状」「多頭飼育崩壊について」「殺処分について」などを学んだ。 8月17日に小学生を対象にして「いぬねこ教室～犬の正しい接し方を学ぼう!!～」を興動館で開催した。講師として「いぬのしつけ・ようちえん Shake Hand's」の倉田氏を招き、犬との正しい接し方を学んでもらうことを目指し、「犬がストレスを感じる飼い主の行動」「犬と仲良くなるためのポイント」「犬の感情を読み解くために見るべきポイント」などを伝えた。当日は、小学生3名が参加し、学んだ知識をもとに、実際に「Shake Hand's」から来た犬たちと接することで挨拶の仕方やしつけの仕方を学んだ。この教室を通して、参加した小学生から「実際に犬と触れ合えて楽しかった」といった声があり、犬と接することの楽し		

さを知ってもらえた教室になった。

8月23日に小学生を対象として「いぬねこ教室～動物の命の大切さを学ぼう～」を「祇園西公民館」で開催した。この教室では本プロジェクトメンバーが講師となり、「広島県の保護犬猫の現状」「動物の命の大切さ」を参加者に考えてもらうことを目指した。当日は27名の参加があり、広島県の保護動物の現状やペットの飼い方を知ってもらった。また、祇園西公民館職員の方が飼っている犬と挨拶の仕方も練習することができた。最後に実施したアンケートでは、「今日のお話はわかりやすかったですか？」という項目に対して「わかりやすかった」「少しわかりやすかった」と回答した人が合わせて90%となった。

参加者からは、「犬や猫の命が大切だと知った」「責任を持てていろんなお世話を最後まできちんとする」「殺処分される犬や猫が沢山いることを知った」などの声があり、動物の命の大切さやペットを飼うことの責任などを学んでもらえた教室になった。

【年間目標に対してできなかったこと】

「いぬねこ教室」では、犬との接し方を知ってもらうことに注力したため、保護動物の現状を伝えることができなかった。

今年度の事業意図として、8月17日のイベントでまず犬を好きになってもらい、それから8月23日のイベントで保護動物の現状を知ってもらうことを目指していた。しかし、広報活動において、その意図を表現せず、同じ時期に募集したことにより、片方しか応募しない参加者が大半となってしまった。そのためつながりを欠いたイベントとなってしまった。

加えて、募集対象を1～6年生としたため、範囲が広く、小学校低学年向けの話し方ができなかったことで全ての子ども達の理解が深まる結果にはならなかった。

【改善すること】

2回のイベントに参加しないと効果が見込めない内容にするよりも、犬に触れて犬を好きになるプログラムと保護動物の現状を伝える情報を厳選したプログラムを2時間程度の実施時間枠に収めて、1回で伝えられるイベントを検討する。

対象とする小学生の学年を絞り、低学年向けの場合は話すスピードをもっとゆっくりにし、分かりやすい言葉を用いるなどの工夫を検討する。また、配布した資料をシンプルにして見やすくすることや、各班へのサポートをしっかりとするなど学年に応じた内容を検討する。

年間目標（3）「イベント参加者にはアンケート、SNS閲覧者からはリアクション等をもらい、その結果を基に、よりよい投稿やパネル展に繋げていく。」

目標達成度

中程度

【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム）

今まで、本プロジェクトのパネル展の内容やInstagramの投稿について、自分達目線での内容になっており、対象者のことを考えた情報発信になっていなかった。そのため、今年度ではイベント参加者やInstagramに反応してくれた方々の声を「パネル展」や広報活動に反映させることを目指して行った。

「パネル展」では、来場者から「自分も保護動物を引き取りたいが、高齢のためどのようにしたら保護動物を引き取れるのかわからないので、引き取りを希望する人向けの情報案内があるとうれしい」や「パネルの文字を大きくしてほしい」「パネルの展示順を学びが深まるような流れにしてほしい」という声があった。

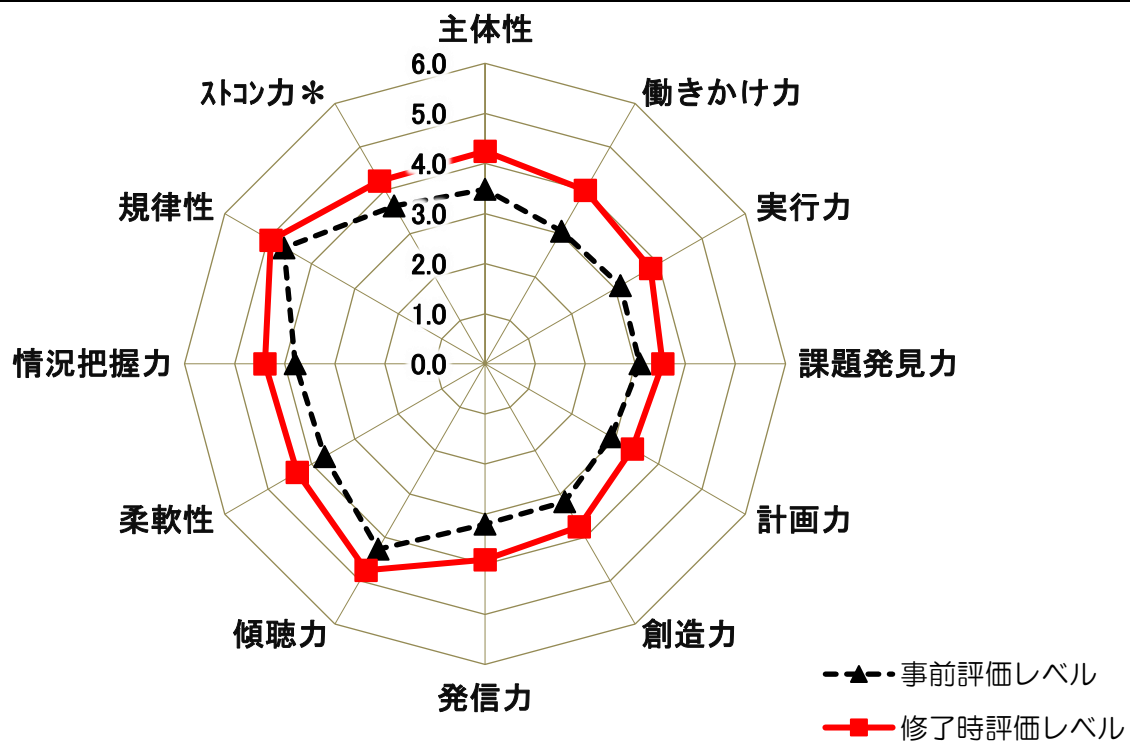
Instagramの投稿では、昨年度までは実施した活動のみの投稿が多かった。今年度はプロジェクトメンバー達が現在の不幸な動物に対する現状をどのように考えているか話し合った投稿や動物愛護センターで保護されている動物達が元気になっていく様子など、内容を厳選して投稿した。それにより「いいね」をいただいた件数が従来の投稿では50「いいね」程度だったのが、100「いいね」を超えるリアクションをいただけるようになった。

【年間目標に対してできなかったこと】 今年度のパネル展は夏までに終了する事業となっており、アンケートでいただいた改善点を次回以降の事業に活かせなかった。また、イベントの実施経験が少なかったことにより、他の事業に注力せざるを得ない状況があったため、Instagram 閲覧者の反応（「いいね」の数等）を確認することで何がたくさん見てもらえるかなどの分析を怠ってしまった。	【改善すること】 改善したパネル展などの企画を実施できるように年度の後半にも同様の事業を計画する。 Instagram の投稿では、今年度のポイントをベースにして投稿件数を増やし、本プロジェクトの活動について理解者を増やす。
--	---

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

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



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

※2 「ストレスコントロール力」を「ストロンカ」と表記

興動館プロジェクト アニュアルレポート

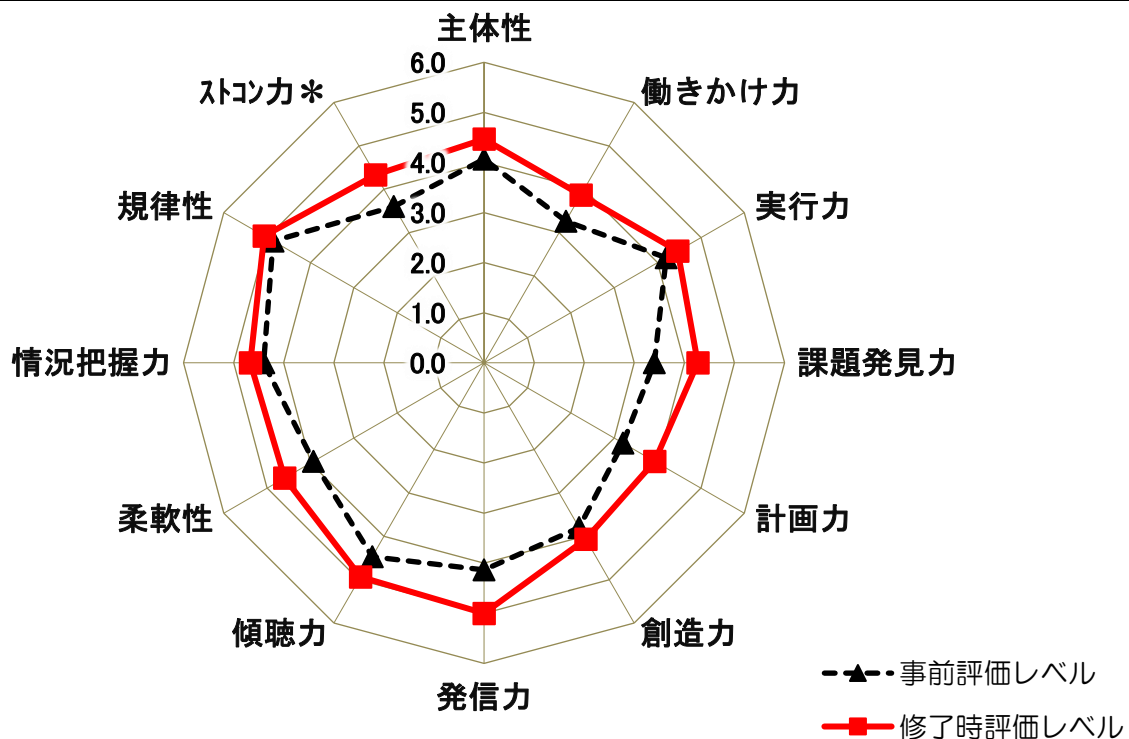
1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	中高生の夢・笑顔実現!!プロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2007 年 1 月 15 日	活動期間	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	giver_dream		
X (旧 Twitter)	@giver_dream		
コーディネーター名	石田 真英	リーダー名	宗近 優紀
メンバー数	13 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	平川 啓太
プロジェクトの 企画背景	広島県教育委員会によると、県内の令和 2 年度における不登校児童生徒数は 5,653 人（うち、小学校 1,638 人、中学校 2,796 人、高等学校 1,219 人）であり、年々増加している。不登校の要因は、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。現在、高校生の不登校生徒数は減少傾向にあるが、小・中学生の不登校児童生徒数は増加傾向にある。 プロジェクトを立ち上げた卒業生である西本荘志氏は、小中学校で不登校を経験、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。		
プロジェクトの 活動趣旨	広島県の令和 2 年度における不登校児童生徒数は 5,653 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。 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・不登校児童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。		
プロジェクトの 活動目的	不登校児童生徒たちに、私たちが企画・運営するイベントなどに参加することで、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ことの大切さを学んでもらう。また、私たちが不登校児童生徒たちの現状についてより深く知り、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。		
プロジェクトの 年間目標	(1) 対象者とのかわりを通して信頼関係を構築する。 (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・運営し、対象者に達成感や前向きな気持ちを持つことができるイベントを実施する。 (3) イベント開催のチラシ発送や SNS を活用したプロジェクトの活動紹介などの広報活動を行い、私たちの活動を周知し、新たな関係性を構築する。		

2. 活動実績	
年間目標（１）「対象者とのかかわりを通して信頼関係を構築する。」	目標達成度
	中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） プロジェクトメンバーと教室から足が遠のいている生徒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「ふれあい広場」への活動を行った。 訪問活動は、事前に学校側と協議したうえで夏季休暇期間を除き、原則として毎週月曜日と水曜日に行い、年間を通して約 60 回の訪問を行った。訪問時には、毎回プロジェクトメンバー2 名で訪問することを欠かさず行い、ふれあい広場に通う 2,3 名程度の生徒と、日常的な会話やカードゲームなどを中心に取り組んだ。活動がすべて終了した後に実施したアンケートでは、「私たちの対応はいかがでしたか」という設問に対し、4 人中 3 人が「とても良い」という回答があった。「大学生と気軽に話すことができる関係になったと思いますか」の設問では 4 人中 3 人が「なれた」という回答だった。 また、この活動を通して、「ふれあい広場」に通う生徒から「ゲームを全力で楽しんでもくれる所が良いと思った」などの声があった。	
【年間目標に対してできなかったこと】 アンケートの声で「カードゲームをするだけでなく、できたら体育館などを使って運動やスポーツをしてみたい」というコメントがあり、活動期間中に生徒のニーズを確認できる関係にはなれていなかった。	【改善すること】 ふれあい広場に通う生徒とお互いを知るためのコミュニケーションをさらに図るために、本学専任のカウンセラーによる勉強会を実施し、コミュニケーションの取り方を理解し、実際の訪問に活かすことで生徒のニーズを聞ける関係になる。
年間目標（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・運営し、対象者に達成感や前向きな気持ちを持つことができるイベントを実施する。」	目標達成度
	低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 対象者が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ことの大切さを学んでもらうことを目的に、6 月には「ワクワクモルックであそボッチャ!」、11 月には「一致団結!! 秋の大大大運動会!!」、12 月には「世界に一つだけのオリジナルカレンダーを作ろう!」を企画した。	
【年間目標に対してできなかったこと】 プロジェクトメンバーの目線でのイベント企画であり、対象者が行きたいと思えるようなイベント内容の企画になっていなかったため、参加者がいなかった。そのため、全てのイベントが実施できなかった。	【改善すること】 対象者が参加したいイベントとは何かを知るために、ふれあい広場に通う生徒にニーズを確認する。その内容を基にイベント内容を考え、企画する。

年間目標（３）「イベント開催のチラシ発送や SNS を活用したプロジェクトの活動紹介などの広報活動を行い、私たちの活動を周知し、新たな関係性を構築する。」		目標達成度
		高い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は、イベントごとに実施していたプロジェクト活動の紹介および参加者募集のチラシを学校へ送る活動と本プロジェクト活動の紹介を行う SNS による広報活動に加え、本プロジェクトの活動を広島市教育委員会に後援してもらうことで対象者に参加してもらいやすくなることを目指した。 チラシの発送では、今年度企画した３回のイベントで延べ 180 校へチラシを発送し、活動の広報とイベント募集を行った。 広島市教育委員会に後援申請については、４月 28 日に不登校児童の対応をしている広島市教育委員会の学校教育部生徒指導課を訪問し、本プロジェクトの立ち上がりから現在までの活動を紹介し、後援依頼書を提出した。５月 9 日に後援許可をいただいたことで、その後のイベントでも依頼書を提出する手続きを行うことで後援協力をもらえることができた。 広島市教育委員会による後援を獲得したことにより、新たな協力団体を得ることができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 SNS の効果について検証しないまま事業として入っていたため、日々の活動の中での優先順位が低く、年間目標に掲げている「SNS を活用したプロジェクトの活動紹介などの広報活動を行う」ことができなかった。		【改善すること】 今後の発信方法において、SNS で発信する効果を学び、学校から足が遠のいている生徒へ効果的な発信を行う。

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
特記事項なし		

４．プロジェクト活動評価（４段階評価：A. 優れている B. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	3	②	1
2	予算執行額は適当であったか	④	3	2	1
3	チームとして活動に取り組んだか	4	③	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	4	③	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	3	②	1
小 計		4	6	4	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	地域発信プロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2018 年 11 月 19 日	活動期間	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	region_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	横畠 佑馬
メンバー数	51 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	石山 立晟、相原 良香
プロジェクトの企画背景	本学のホームタウンである旧祇園地区に、特産品やお土産といった地域の魅力を発信するための商品が明確に PR されていない点に着目し、祇園町商工会の協力を得て、地域の魅力発信や地域のシンボルとなるような商品について地元企業と意見交換をした。そこで、私たち学生のアイディアに対して協力していただける地元企業と連携し、地域の魅力発信につながるような商品を地域の方々と生み出したいという目標ができた。祇園・安佐南区をスタートとし地域の特産品を使った商品開発を通して旧祇園地区の活性化に貢献したいと思い、このプロジェクトを立ち上げた。		
プロジェクトの活動趣旨	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。 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、今年度はアンケートにより明らかになった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。		
プロジェクトの活動目的	旧祇園地区の特産品や、特産品を使用して作った本プロジェクトの商品といった、旧祇園地区において町のシンボルになるものを広報することで、地域の知名度向上および地域外からの消費を増加させる。		
プロジェクトの年間目標	(1) 旧祇園地区の特産品の魅力をより多くの方に知ってもらう機会を増加させる。 (2) 旧祇園地区の特産品を活用した、より特徴的な商品を開発する。 (3) 活動内容や旧祇園地区の特産品、お店といった魅力をインスタグラム、チラシを用いて広報し、地域の活性化に努める。		

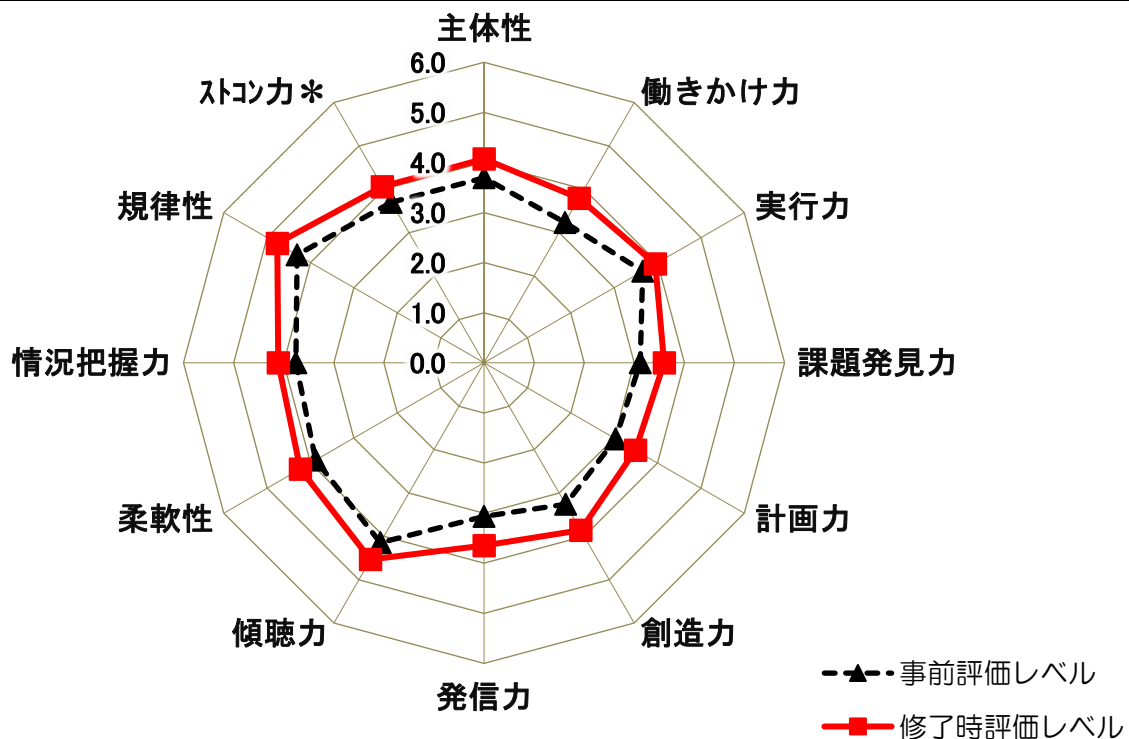
2. 活動実績		
年間目標（１）「旧祇園地区の特産品の魅力をより多くの方に知ってもらう機会を増加させる。」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は株式会社上万糧食製粉所と株式会社シトロンとの共同で開発した「青きな粉マドレーヌ」を旧祇園地区内の多くの方々に知ってもらうことと、開発した商品「青きな粉マドレーヌ」の売り上げ実績を増やし、常設の販売店舗を獲得することを目指して販売活動を行った。 昨年度は年間 6 回の販売機会で 120 個販売したが、今年度は年間 10 回の販売機会（フラワーフェスティバル、平和大通りフェスタ、武田山まちづくりプロジェクト主催イベント、祇園・興動祭、興動館プロジェクト活動報告会、イオンモール広島祇園主催イオン盆祭りイベント、地域のイベントのトモスフェス、フレスタ祇園店、広島経済大学同窓会、広島市立広島商業高等学校主催市商ピースデパート）で 900 個販売した。これにより、商品を購入された多くの方に特産品を使った商品を知ってもらうことができた。 また、今年度は新たにフレスタ祇園店と連携し、期間限定ながらも商品を設置して販売することができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 今年度は、購入者に旧祇園地区の特産品を知ってもらうために、本プロジェクトが開発した商品を 5 つの店舗に置いてもらう目標を立てていたが、フレスタ祇園店との連携で手一杯になってしまい、1 店舗のみでの販売となってしまった。加えて、常設の販売まではできなかった。	【改善すること】 商品を常設してくれる販売先を増やすために、実現可能性の高い店舗の目標数を考える。また、少数担当メンバーだけで仕事を抱えるのではなく、複数のメンバーで役割を分担することと、交渉の進捗状況をプロジェクト内に共有し、活動が停滞しないようにする。	
年間目標（２）「旧祇園地区の特産品を活用した、より特徴的な商品を開発する。」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 2021 年度の活動で本プロジェクトと株式会社上万糧食製粉所と株式会社シトロンとの共同で「青きな粉バターケーキ」を開発した。しかし、地域の方々から「価格が高い」「商品のサイズが大きい」などの声があったため、地域の方がより購入しやすい価格や商品の大きさに改良した「青きな粉マドレーヌ」を今年度新たに開発した。 ほかにも、今年度は 3 つの特産品を使った商品開発を始めた。1 つ目は、独自開発した空宙栽培で根も実も宙に浮かせて育てている長束地区にある有限会社上野園芸の「空宙トマト」と安佐南区山本地区にあるスギタベーカリーとコラボレーションしたピザパンの開発である。2 つ目は、加熱処保存料、甘味料、添加物などを一切使っていない純度の高いことが特徴の祇園地区にある東洋ニッポー株式会社の蜂蜜を使用した商品の開発である。3 つ目は、祇園地区でしか栽培がされていない「祇園パセリ」を使用した商品の開発である。 今年度の活動では 3 つのうち、「ピザパン」を商品化することができた。また、残りの 2 つについても継続した商品開発を行っている。「ピザパン」は 2024 年のフラワーフェスティバルにて販売を開始する予定である。		
【年間目標に対してできなかったこと】 今年度の活動で 3 つの新商品を開発することを目指していたが、全ての新商品の開発協力をスギタベーカリーに依頼してしまい、1 つの商品しか形にすることができなかった。	【改善すること】 スギタベーカリー以外にも協力してくれる旧祇園地区内にある企業を祇園町商工会へ相談したり、安佐南区役所などが発行する地域誌で情報収集したりする。	

年間目標（３）「活動内容や旧祇園地区の特産品、お店といった魅力をInstagram、チラシを用いて広報し、地域の活性化に努める。」		目標達成度
		中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 地域外の方に旧祇園地区の特産品（青きな粉、祇園パセリ、空宙トマト）を使った商品を地元の店舗で買い求めてもらう状態にすることを目指して、Instagram の投稿やチラシの作成、配布を行った。 Instagram を活用した広報では、年間 12 回の投稿を行った。その結果、2023 年 4 月では 551 人のフォロワーが 2023 年 12 月現在で 593 人まで増加した。Instagram のインサイト分析の結果、旧祇園地区以外の方からの閲覧が合計 123 件となっており、多くの方に本プロジェクトの活動を知っていただくことができた。 「青きな粉マドレーヌ」を作っている株式会社上万糧食製粉所や株式会社シトロンの情報および本プロジェクトの活動を記載した広報用のチラシを作成し、フラワーフェスティバル、イオンモール広島祇園のイベントで計 280 枚配布し、多くの方に本プロジェクトの活動や商品の魅力を広報することができた。		
【年間目標に対してできなかったこと】 今年度のチラシ作成と Instagram の投稿では、本プロジェクトの「青きな粉マドレーヌ」の広報は多く行ったが、商品化できなかった「祇園パセリ」や商品化したものの、広報する時期に間に合わなかった「空宙トマト」といった旧祇園地区の特産品や商品を取り扱うお店の魅力発信ができなかった。	【改善すること】 商品化しなければ広報しないという現在の広報体制を見直し、特産品そのものを広報する体制にシフトする。加えて、商品が完成したらすぐに Instagram やチラシに反映させていく。	

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
特記事項なし		

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

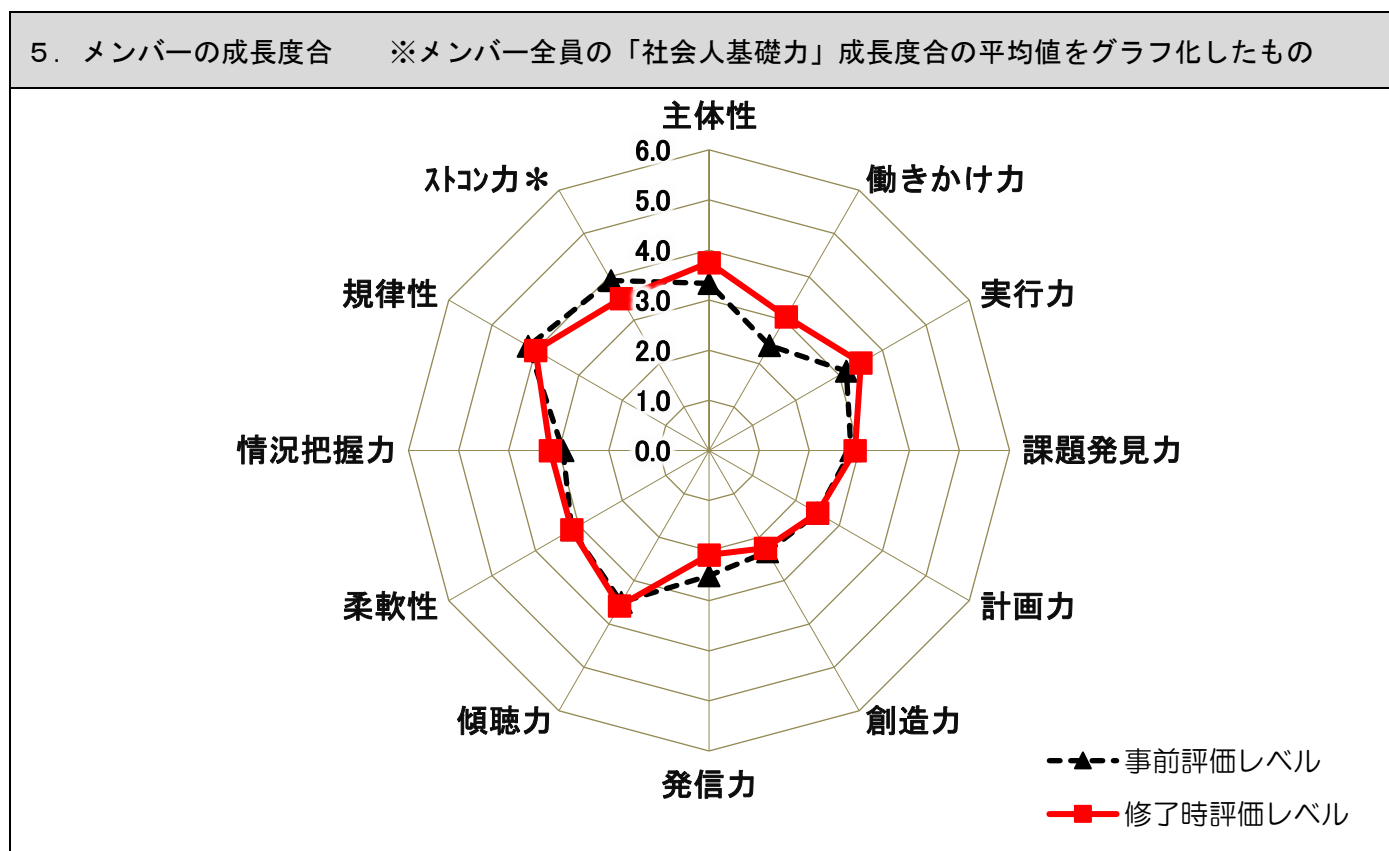
1. プロジェクト概要			
プロジェクト名	種類	災害を知り未来へつなごうプロジェクト	
	準公認		
設立年月日	2012 年 2 月 8 日	活動期間	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	saigai_mirai_hue		
Facebook	toughokushien311saigaimiraiHUE		
コーディネーター名	新垣 繁秀、得津 康義、 後藤 心平	リーダー名	濱本 華伽
メンバー数	10 人（2023 年 12 月 31 日現在）	会計責任者	五島 悠平
プロジェクトの 企画背景	本プロジェクトは 2012 年に東北支援プ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「地元の復興」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だことを広島で伝えてきた。近年では各地で災害が発生しているが、東日本大震災のみならず災害発生から年月が経つにつれ、人々の災害への関心は薄れていっているのが現状である。そのような中で、私達は昨年度の 3 月に宮城県気仙沼市、気仙沼大島、および福島県などの被災地を訪ねた。そこで震災時、震災直後の話を頂くことで、災害時の備えが重要であると改めて感じた。 そこで当事者でない私たちができる事として、現地の様々な世代の方にお話を聞き、災害前後の状況だけでなく、伝えることでどう変わってほしいかなど今後に向けた前向きな思いも聞くことで、これまでの伝える活動をより深いものにしていくとともに、震災の伝承や教訓等を今後の世代も継続されるように全国で活動していきたいと考えている。		
プロジェクトの 活動趣旨	全国各地で起こる大きな災害について他人事のように考えるのではなく、自分のことのように考えることが大切である。そこで、より多くの人々が災害に関する知識を獲得できる機会を設け、災害に備え命を守る術を学ぶ場を作る。更に、これまで繋がりを持っていた方々の話を過去の資料から学び活動に生かしつつ、新しい方との関係を築く。そしてより多くの方の経験を聞かせていただいて、それを発信していく。		
プロジェクトの 活動目的	・ 東日本大震災、西日本豪雨の記憶が薄れてしまわないように、私たちが次の世代へとつなげていく。 ・ 被災地で現地活動を行い、実際の様子や災害に対する備えを広島の人々に伝える。 ・ 地域の防災団体と協力し、地域の方々と私たちが防災について一緒に学ぶことができる場を設ける。 ・ いつ起こるかわからない災害への備えについて考え、知識をつけてもらい命の大切さを学んでもらう。		
プロジェクトの 年間目標	(1) 被災地の復興状況、人々の声を多くの人に発信する。 (2) 災害から教訓を学び、災害への備えの必要性について考え行動できるようにする。 (3) 広島での活動を通して、東北の魅力を伝え関心を持ってもらい、復興支援につなげる。		

2. 活動実績	
年間目標（１）「被災地の復興状況、人々の声を多くの人に発信する。」	目標達成度
	中程度
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 東日本大震災及び西日本豪雨災害の復興状況、被災された方の声を広島に住む若い人に発信することを目指して、「写真展」を実施した。 5月22日から27日にかけて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、「あの日を忘れない」というテーマで東日本大震災に関する写真や災害・防災に関するクイズなどをパネル展示すると同時に、展示場所にプロジェクトメンバーが立って説明を行った。当日は約150名の来場者があり、多くの方に伝えることができた。また、災害や被災時の対応について、選択式で理解度を測るクイズでは、「日本最大の津波の高さは？」で87%。「災害用伝言ダイヤルは？」で88%。「東日本大震災が起きた日は？」では95%の正解率となった。また、来場者から「時間がたつにつれて、どんどん風化して忘れてしまうからこのような展示をしてもらえることで、もう一度思い出すことが出来る」「最近の小さい子供は東日本大震災について知らない子も多いから、その子たちに知ってもらえるいい機会になっている」などの声があった。 7月7日から7月10日まで、祇園西公民館で実施した西日本豪雨災害についての写真展では、広島だけではなく、岡山の被災状況も発信した。加えて、災害・防災に関する知識を深めてもらうポスター展示を行った。来場者には、平成26年8月豪雨で避難された方がおり、「夜の避難の際、豪雨で外灯の明かりが見えず、足元に不安を覚えながら避難した。避難の際には懐中電灯を用意しておくべきだと思った」というコメントをいただき、今後の展示に活かせる情報を得た。	
【年間目標に対してできなかったこと】 公民館を利用される方は高齢の方が多いため、7月に祇園西公民館で実施した写真展へ来られた方は、地域の高齢者が大半だった。そのため、若い人に伝えることができなかった。	【改善すること】 公民館での写真展を実施する際の対象は引き続き高齢者とし、若い人を対象とする際には、多くの若い人たちが訪れる場所での開催を検討する。
年間目標（２）「災害から教訓を学び、災害への備えの必要性について考え行動できるようにする。」	目標達成度
	低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 東日本大震災で被災された方の体験を現地で直接聞き、その災害から何を学んだのかを知り、災害への備えについての重要性を発信することを目指して東北での「現地活動」を実施した。 9月17日～21日の5日間行った東北現地活動では、宮城県気仙沼市や仙台市、福島県郡山市などを訪問した。宮城県東松島市にある「東松島市震災復興伝承館」を訪問した際に視聴させていただいた体験談では、震災発生時に孫を心配した祖父が学校に迎えに行こうとしているのを家族も送り出したことで、その後に来た津波に流されて亡くなった話を聞き、どれだけ心配でもまずは、自分の身を守ることを一番に考えて行動すること、そして、大切な人が避難していないかもしれないと心配することよりも、避難していると信じるのが重要だと学ぶことが出来た。そのことから、大切な家族を心配して危険な行動をすることがないように、事前に家族みんなで災害時の避難先や避難ルートについて学び、実際に災害が起きた時には、家族がバラバラになっていてもその学びを活かし、避難前に探すのではなく再び会えることを信じて避難する重要性を学ぶことができた。 11月1日に興動館において、安佐南区社会福祉協議会で災害支援をしている団体や本学学生を対象に実施した現地活動報告会では、出席した11名の参加者に対して現地活動で学んだ「大切な人も避難していると信じ、まず自分が避難すること」や「災害は起こり得るものとして認識し、災害が起きた時に慌てないように避難先や避難ルートをみんなで確認しておくこと」について、東北での活動内容とともに伝えることができた。また、Instagramのライブ配信でも発信した。	

【年間目標に対してできなかったこと】 現地活動報告会の発表準備に時間がかかり、広報に取り掛かることができなかったため、出席した参加者は、全て本プロジェクトの活動に関わりのある団体や知り合いの学生たちだった。そのため、避難の重要性を伝えるべき地域の方々に発信することができなかった。 東北現地活動で学んだことを今年度の事業である「避難訓練」「親子対象ワークショップ」に反映させて実施する予定だったが、計画不足のため実施できなかった。	【改善すること】 現地活動報告会の発表準備と並行して広報活動に取り組むことや、報告会の様子をビデオで撮影し、後日 Instagram 投稿で配信するなど、その日その場に参加しないと伝えられないのではなく、いつでも伝えられるような活動とは何かを考えていく。 プロジェクトメンバー数と実施しようとする事業の数のバランスを取り、準備から実施までのスケジュールを計画し、一年間でできる活動を考える。
年間目標（３）「広島での活動を通して、東北の魅力を伝え関心を持ってもらい、復興支援につなげる。」	目標達成度 低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 東北の商品を広島で販売し、立ち直りつつある東北の現状を伝えることで、東北への興味関心を持ってもらい、復興の現状について意識してもらうことを目指して「東北名産品販売」を行った。 11月12日に興動館で行われた祇園・興動祭にて、福島県のNPO法人しんせいが市民からの意見である避難時に栄養を取れる食事をしたいという要望をもとに作成した「山のにんじんカレー」と、福島で風評被害を受けたり今も避難生活を続けたりしている障がいのある方々が働く11の事業所等が開発に携わったお菓子「ぼろぼろん」を仕入れて、販売活動を行った。 この販売活動では、合計46,000円を売り上げることができ、購入者から「スパイスと共ににんじんの味を感じられるカレーは初めて食べた。新しい味で美味しい」「購入することで支援になるならうれしい」などの意見があり、多くの方々に東北の魅力を伝えることができた。	
【年間目標に対してできなかったこと】 商品を販売することに一生懸命になってしまい、東北に関心を持ってもらえたのかなどの、購入後のアンケート調査が取れなかったため、東北に対して具体的な数値で興味関心を引けたのかを示すことができない結果となった。 また、福島県立あさか開成高等学校の高校生が開発、販売している「エシカルクッキー」も仕入れて販売しようとしたが、生産時期が異なり、製造できなかったため販売できなかった。	【改善すること】 購入者が東北のことに対してどれぐらいの認識なのかをアンケートまたはヒアリングで知り、商品を購入した後の気持ちの変化を確認する意識調査を行う。 売り上げを上げることを最終目的とするのではなく、この事業が何を指しているのかを都度、メンバー内で確認し、忘れないようにして活動する。

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
2023年7月10日	テレビ新広島 ライク	大学生が災害の教訓を未来へつなぐ 災害から地域の人を守るために…奮闘する学生たち

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



※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	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	2023 年 4 月 1 日～2023 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	繁浪 駿汰
メンバー数	43 人（2023 年 12 月 31 日現在）	会計責任者	河田 知宏
プロジェクトの 企画背景	近頃、SDGs（持続可能な開発目標）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。その中でも私たちは食品ロスについて焦点を当てて活動して行きたいと考えている。農林水産省が発表したデータ※によると、日本国内の食品ロスは年間 600 万トン（事業系 324 万トン、家庭系 276 万トン（平成 30 年度））にものぼり、日本人の 1 人当たりの年間食品廃棄物量は世界で第 6 位、アジアではワースト 1 位となっている。食品ロスは、家庭での廃棄や、小売店での売れ残り、外食先での食べ残しなどから発生する。余った食べ物は、可燃ごみとして処分される過程で、二酸化炭素を排出するほか、焼却後の灰の埋め立ても環境負荷につながる。平成 30 年度のデータ※によると、年間 2 兆 910 億円（国民 1 人あたり 16,400/年）の処理費用もかかっている。また、食品を輸入に頼る我が国（接種カロリーから見た食料自給率 37%（平成 30 年度））が食品ロスを減らし、必要以上の輸入を減らすことで、飢餓に苦しむ国に食料が行き渡るようにしていかなければならない。 SDGs「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、この問題に対して、我々学生も、身近なところから何か行動を起こす必要があると考えた。 ※参考 HP：食品労及びリサイクルをめぐる情勢＜令和 3 年 5 月時点版＞ （農林水産省食料産業局）		
プロジェクトの 活動趣旨	現在日本では年間約 600 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日本市民の約 7 割が食品ロスへの意識が低いことが分かった。しかし、動機付けを行ったところ、約 5 割に意識及び行動に変化が現れ、的確な情報を与えることで食品ロス削減の取り組みにつながるということが分かった。 そこで広島市環境局の方との勉強会で身に着けた食品ロス削減のための知識を生かし、商業施設での啓発活動、ワークショップなどの楽しく参加できるイベントを企画し、食品ロス削減へ関心がない方々に興味を持ってもらう。		
プロジェクトの 活動目的	祇園地域の方々に食品ロスの現状を知ってもらい、食品ロスを削減するための行動に移してもらうための意識改革を目指す。そして、将来的に祇園の街を食品ロス削減モデル地区とし、全国各地にこの取り組みを広げていく。		

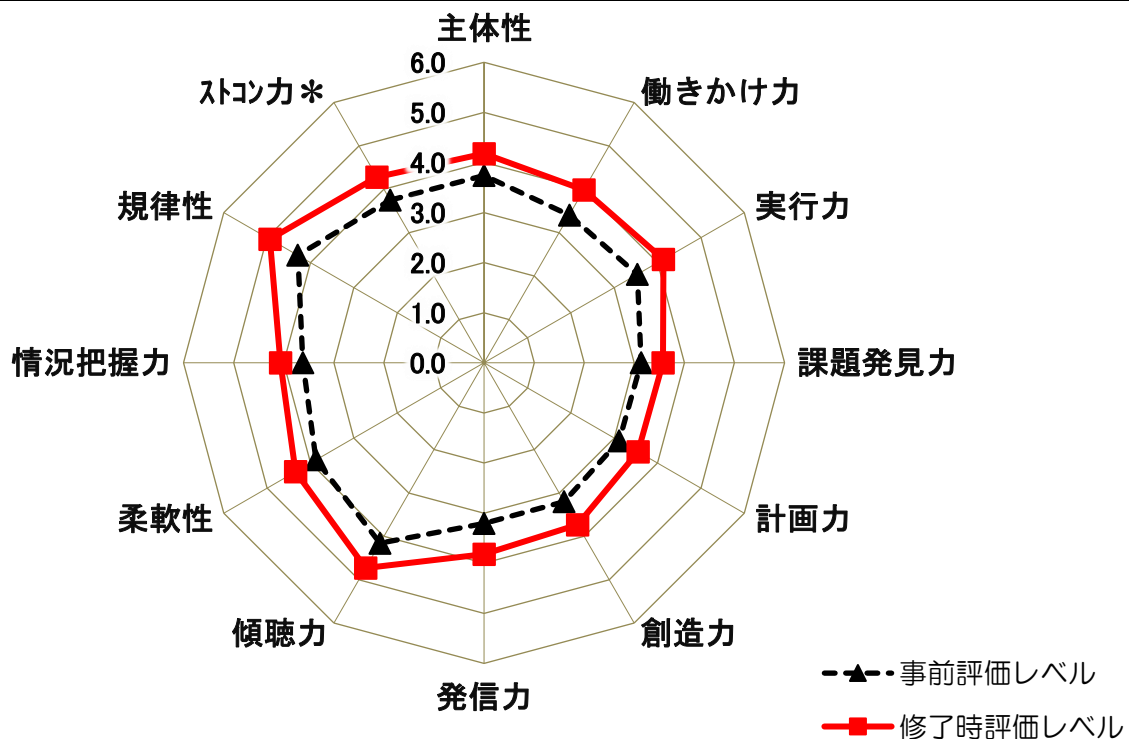
プロジェクトの 年間目標	(1) 祇園地域の方々を中心に食品ロス削減の重要性を伝え、食品ロス削減の意識を高めてもらう。 (2) SNS を利用して若者に食品ロス削減について興味関心を持ってもらう。
-----------------	---

2. 活動実績		
年間目標（１）「祇園地域の方々を中心に食品ロス削減の重要性を伝え、食品ロス削減の意識を高めてもらう。」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム）		
今年度は、食品ロス削減の重要性を伝えるうえで、子どもには日ごろの食生活において、食べ残しが食品ロスに繋がることに気付いてもらうような関りや、祇園地域の住民の方々には具体的な数字を示すことでより食品ロス削減への意識を高めてもらうことを目指して「食品ロス削減と防犯を学ぼう！」と「啓発活動」を行った。 ５月１４日に行った「食品ロス削減と防犯を学ぼう！」では、祇園小学校の児童を対象に子ども達を守ろうプロジェクトと共同でワークショップを行った。子ども達に親しみやすく食品ロスについて知ってもらうため、かるたやすごろく、脱出ゲームなどに食品ロスに関連付けたゲームを行った。イベントの中で行った子ども達を守ろうプロジェクトが行うオリジナル戦隊「ケイダイジャー」の劇で食品ロス削減について理解したかを問いかけたところ、大半が挙手や返答をしてくれた。 「啓発活動」は８月２７日にフレスタ祇園店で、１０月１日にイオンスタイル広島祇園で、１２月３日にイオンモール広島祇園で食品ロスの現状や余った食材を活用したエコクッキングレシピなどのパネル展および子どもを対象にした食品ロスに関するクイズ、アンケート調査を行った。フレスタ祇園店のイベントでは「今回のイベントを通して食品ロス削減に向けての活動意識に変化がありましたか？」という質問に対し、両イベント合わせて 90%が食品ロス削減に向けて行動していきたいという前向きな答えをいただくことができた。また、フレスタ祇園店とイオンスタイルで実施した啓発活動の際に、家庭で余りがちな食材についてアンケートを取り、集計結果をランキングにした。イオンモールでの活動では、集計した余りがちな食材のうち、上位の食材を家庭で消費できるように環境局が発信しているエコクッキングレシピを参考にして紹介した。		
【年間目標に対してできなかったこと】	【改善すること】	
５月１４日のイベントでは、子ども達の食品ロスに対する認識を把握せずに自分たちの考えだけでイベント内容を考えたことにより、大きな成果を挙げたとは言えないイベントになった。 現在行っている事業では、本プロジェクトが最も対象にしなければならない「食品ロスに興味がない人」へのアプローチができていない。	子ども達が食品ロスについての知識を学校で学んでいるかを調査する。 興味を持っていない人にどうアプローチをしていくか検討する。	

年間目標（２）「SNS を利用して若者に食品ロス削減について興味関心を持ってもらう。」		目標達成度
		低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 本プロジェクトが行うパネル展やイベントなどの事業に興味を示してくれるのは主婦や年代の高い方が多く、大学生を中心とした若者の参加が無いことを受けて、SNS を使った食品ロス削減の意識向上を目指して Instagram で啓発した。 今年度は、11 月 12 日に開催された祇園・興動祭において、規格外野菜という市場流通規格に満たすことができず、市場に出回らなくなってしまい農家で余った食材を救おうという企画を考えた。今までのつながりから三原市の個人農家の方に食材を提供していただき、株式会社マイコックのキッチンカーで廃棄予定の野菜を使ったカレーや焼きおにぎりを提供した。この企画について、Instagram でイベント告知や終了後の投稿を行った。		
【年間目標に対してできなかったこと】 Instagram 投稿の閲覧数が少なく、対象である若者に見てもらえていない。 また、他プロジェクトとの協働イベントや啓発活動で実施したイベントに注力するあまり、若者の興味関心を引くような投稿ができなかった。	【改善すること】 若者は「楽しい」「面白い」投稿を見る傾向にあるため、食品ロス削減をテーマとした投稿にせず、「楽しい」投稿の中に食品ロスについて考えてもらえるような情報を盛り込んだ投稿を行うなど、投稿の内容を再度検討する。	

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
特記事項なし		

４．プロジェクト活動評価（４段階評価：A. 優れている B. 普通 C. やや劣る D. 劣る）					
評価項目		リーダーによる自己評価			
総合計		A	B	C	D
1	計画していた活動が実行でき、成果はあったか	4	③	2	1
2	予算執行額は適当であったか	4	3	②	1
3	チームとして活動に取り組んだか	4	③	2	1
4	産学官民などと共に取り組んだか	④	3	2	1
5	活動の対象に影響を与えたか	4	③	2	1
小 計		4	9	2	
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	2023 年 4 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
Instagram	Supo_kyou_hue		
X (旧 Twitter)	supokyou2022		
コーディネーター名	松本 耕二	リーダー名	清水 麻央
メンバー数	33 人 (2023 年 12 月 31 日現在)	会計責任者	森崎 雄大
プロジェクトの 企画背景	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。公共交通機関はだれ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ない。わが国の障害者の数は人口の約 7% (2021) とされ、マイノリティな存在である。このため人々の障がい者への意識や関心は低い。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であった。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。 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。		
プロジェクトの 活動趣旨	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くことのでき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、「共生社会の周知度」の世論調査（内閣府）では「共生社会」という考え方を知らない人が 33.7%、また、「共生社会」という言葉だけ聞いたことがある人は、19.6%である。以上のデータから、「共生社会」に対する認知が全く進んでいないという現状が分かる。 そこで、広島県内の障がい者スポーツに関わる組織・団体の協力を得て、障がい者スポーツを通じた交流（競技紹介や体験）を行う機会を主催する。この活動をきっかけにパラ（障がい者）スポーツの会場運営や競技サポートの参加促進に繋げていく。これら障がい者スポーツへの体験活動を通して、マイノリティである障がい者についての理解をさらに深め、共生社会の実現に向けた相互の意識向上を図ることとする。		
プロジェクトの 活動目的	障がい者スポーツを通じて、障がい者についての理解を深めることで、誰もが能力を発揮し活躍できる「共生社会」実現への意識を高める。		
プロジェクトの 年間目標	(1) 障がい者との交流の場を増やし、障がい者スポーツの認知度を高める (2) 障がい及び障がい者に対する正しい知識と体験により偏見をなくす		

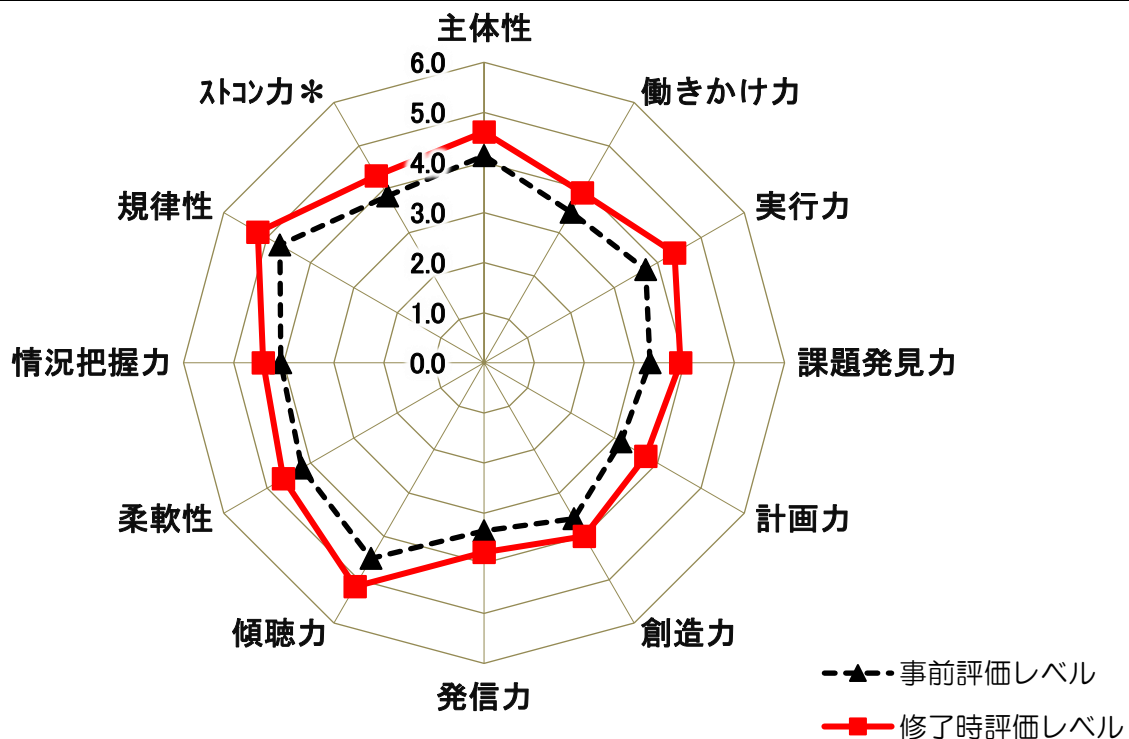
2. 活動実績		
年間目標（１）「障がい者との交流の場を増やし、障がい者スポーツの認知度を高める」	目標達成度	
	中程度	
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は、障がい者スポーツを通じて子どもから高齢者までの幅広い世代に障がい者との交流をする場を増やし、障がい者スポーツの認知度を高めることを目指して「車いすバスケットボール体験会」と「ボッチャ体験イベント」「アンプティーサッカー体験会」を実施した。 「車いすバスケットボール体験会」では、車いすバスケットボールチームの広島 Rise に協力していただき、広島経済大学の学生を対象に 6 月 18 日に石田記念体育館で開催した。当日は 15 名の参加があり、広島 Rise の方の指導のもと、車いすバスケットボール（車いすでの移動、ボールの拾い方、ドリブル練習、試合形式の体験）を体験してもらった。 この体験会の最後に実施したアンケートのうち、「またこのような機会があったら参加したいか」という項目で「参加したい」と回答した人が 100%となった。参加者からは、「スポーツは障がいの有無にかかわらず楽しめるものだと感じた」や「未経験者でも楽しめた」「選手の方が優しく教えてくれた」などの声があった。また、今回の体験会でサポートしてくださった広島 Rise の方々との関係を構築することができた。 「ボッチャ体験イベント」では、広島県ボッチャ協会に後援していただき、本学学生や祇園地区を中心とした地域住民を対象として、12 月 17 日に石田記念体育館で開催した。当日は 50 名の参加があり、広島県ボッチャ協会の方にも参加いただき、運営に協力いただいた。このイベントでは、当初、障がいのある人と 3 人一組のチームに分けて総当たりのチーム対抗戦を行うことで交流の場にする予定であったが、残念ながら、障がいのある人は当日キャンセルとなったため叶わなかった。 参加者からは「障がいのある人と平等に楽しめるスポーツを初めて体験して、夢中になって楽しめた」という声があった。 「アンプティーサッカー体験会」では、A-pfelie 広島に協力していただき、広島経済大学の学生を対象として 2 月 25 日に広島経済大学フットボールパークで開催した。当日は 32 名の参加があり、A-pfelie 広島と一緒にアンプティーサッカーを体験した。参加者からは「交流できたことでパラスポーツに興味が出た」や「体験会はハードだったが、また体験したい」という声があった。		
【年間目標に対してできなかったこと】 ボッチャ体験イベントでは、障がい者の参加を促すためのネットワークが無いため、当日唯一障がいのある参加者が欠席したことで、障がい者との交流の場を設けることができなかった。 また、今年度予定していたアンプティーサッカー体験会については、協力団体の A-pfelie 広島と連携について、連絡が遅れたことから 2 月の開催予定となり、当初予定の 10 月に実施することができなかった。	【改善すること】 障がい者の参加を増やすためにも、本プロジェクトの活動やイベントを告知できる障がい者団体とつながり、連携していく。 アンプティーサッカー体験会については、事前に計画を立てて、実行を目指す。	

年間目標（２）「障がい及び障がい者に対する正しい知識と体験により偏見をなくす」		目標達成度
		低い
【年間目標に対してできたこと】（アウトプットとアウトカム） 今年度は身近な大学生である本プロジェクトメンバーを対象として、障がいおよび障がい者に対する正しい知識を学び、偏見をなくすことを目指して活動を行った。 今年度実施した２つ事業（車いすバスケットボール体験会、ボッチャ体験イベント）において、イベント当日に障がい者と交流することや障がい者スポーツについて触れることで理解を深めることはできた。 プロジェクトメンバーからは「４月の時点では、障がいについて触れてこなかったため、障がいについての発言を求められても発言できなかった。今は会議などで障がい者スポーツについて議論する場面では、積極的に発言していけるようになった」「最初は、障がい者スポーツに対して知らないことが多く、説明できなかった。しかし、活動を進めていくにつれて内容やルールが理解でき、イベントの参加者などに説明できるようになった」という声があり、次年度以降のプロジェクト活動に活かせる学びを得た。		
【年間目標に対してできなかったこと】 車いすバスケットボールやボッチャなどの障がい者スポーツを知ることができたが、企画段階では障がいの種類やその対応についてどこまでの対応や知識が必要かわかっておらず、事前の勉強が不足していた。その結果、知的障がいや精神障がいなどの知識を学ぶ機会が無く、四肢欠損も含めた全般的な障がいについて考えることが出来なかった。		【改善すること】 本プロジェクトが取り組み、理解を深めることができる障がいの分野とは何かを改めてプロジェクトメンバー内で考え、正しい知識とは何か、何ををもって偏見とするのかなどを見直す。 加えて、イベント参加者に還元できるように本プロジェクトとして障がいに対する学びを深める場を増やすことを検討する。

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
特記事項なし		

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