

!! オープンガバナンス 2019 市民/学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No.	タイトル	自治体名
	2_2/3_2	八戸まちなか広場「マチニワ」を活用した、八戸中心市街地の活性化について	八戸市
アイデア名(注2) (公開)	八戸の特産を使った「八戸ラーメン完全版」		

(注1) 地域課題タイトルは、COG2019 サイトの中に記載してあるエントリー自治体(連合)が掲げる地域課題を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームが応募されるアイデアにつけるものです。アイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報

チーム名(公開)	マチニワ共同体		
チーム属性(公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input checked="" type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
メンバー数(公開)	7名		
代表者情報	杉本歩夢		
メンバー情報	氏名(公開)	石山結香子 折川天音 佐藤愛莉 竹高優奈 根城奈月 柳沢光希	

(注意書き) ※ 必ず応募前にご一読ください。

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2019_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2019 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2019@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。

3. 公開条件について：

「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示-非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)

5. この応募内容のうち、「3. 自治体との連携」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様でお願いします。

7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシー

ーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、課題解決のために、何をやる社会的なサービス（活動）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したり、活用したくなる、そしてその結果として、課題が解決される、そんなワクワク感のあるアイデアを期待します。2ページ以内でご記入ください。

<応募チームとして解決したい課題>

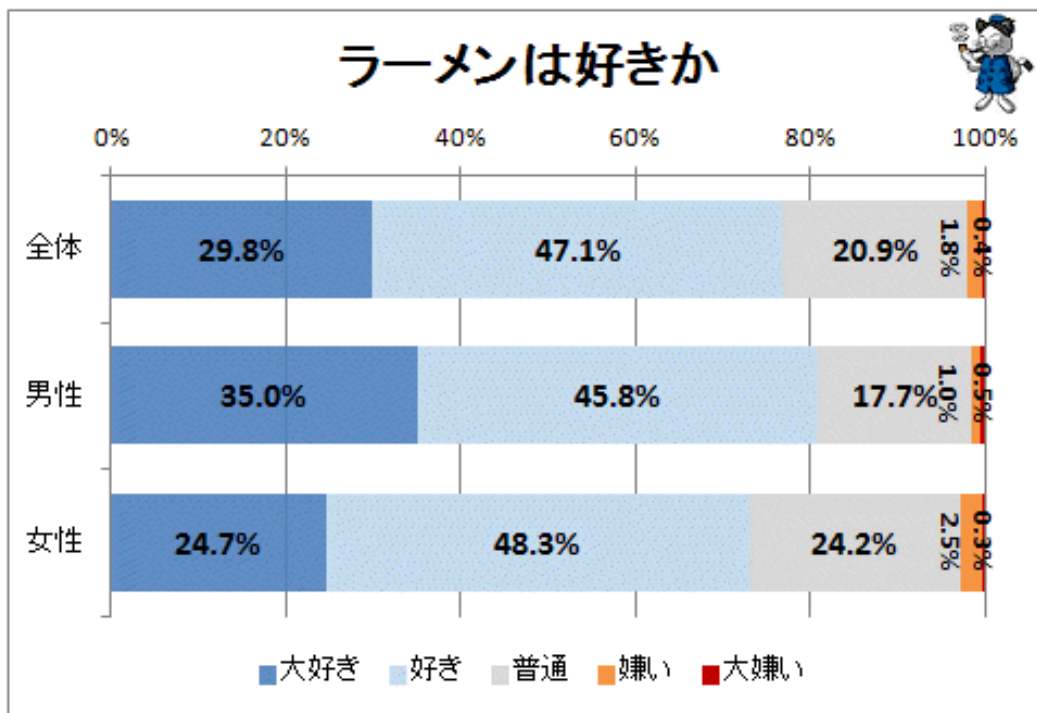
・マチニワの来場者数が少ない。

<解決アイデアの内容>

私たちは3月にマチニワでイベントが一つもないので新しいイベントを増やすことで年間の利用者数が増えるのではないかと考えました。

そこで私たちは八戸の特産品を使い地元の料理店の方の指導のもと、ラーメンを振る舞い、八戸の特産品について知ってもらおうと考えました。私たちがラーメンにしようと思った理由は3つあります。

1つ目は、たくさんの人がラーメンを好きだからです。



出典：ガベージニュース

https://www.google.co.jp/search?q=%E3%83%A9%E3%83%BC%E3%83%A1%E3%83%B3%E5%A5%BD%E3%81%8D%E3%81%AA%E4%BA%BA&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwifhYiw0a_mAhXIyYsBHfghAHIQ_AUoAXoECAwQAw&biw=1920&bih=985#imgrc=EIUqVnxa7yiooM:&spf=1576137347756

このように、ラーメンが好きな人の割合は全体的にみても7割以上の方が好きなのだと分かりました。

2つ目は、八戸では魚介類がたくさんとることができるからです。

八戸でとれる特産品である魚介類は22種類、野菜は15種類あるのだと分かりました。魚介すべて生かしたいと思いつたために出汁にすることですべての食材を生かせるのではないかと考えました。

3つ目の理由は、八戸ラーメンはそれぞれの店によって、材料が異なりますが八食センターの八戸ラーメンの材料は、南部地鶏と白銀産の煮干しでだしを取った特製のしょうゆ味のスープで名川産の長ネギ・田子産のニンニクなどといった地元の食材を使い、麺は手もみの縮れ麺が特徴です。トッピングは、シンプルな葱・チャーシュー・メンマ「シナチク」の組み合わせです。ですがこれでは、八戸の特産品をふんだんに使っていないと考えたからです。

八戸ラーメン



出典先：八戸市商工会議所

この3つの理由から私たちは八戸の特産品である魚介類を使い「八戸ラーメン完全版」を作るのはいかがでしょうかと考えました。今八戸には八戸ラーメンのほかに磯を使った「磯ラーメン」があります。磯ラーメンの材料はよって異なりますが、その中の1つの材料は、ウニ、ホタテ、エビ、ムール貝などの海の幸に、ワカメやふのりなどの海藻類もたっぷりしょうがされています。しかし、これだけでは、八戸を知ってもらうことはできないと考え、私たちは八戸でとれた魚介や野菜を使いラーメンを作るのはいかがでしょうかと考えました。

磯ラーメン

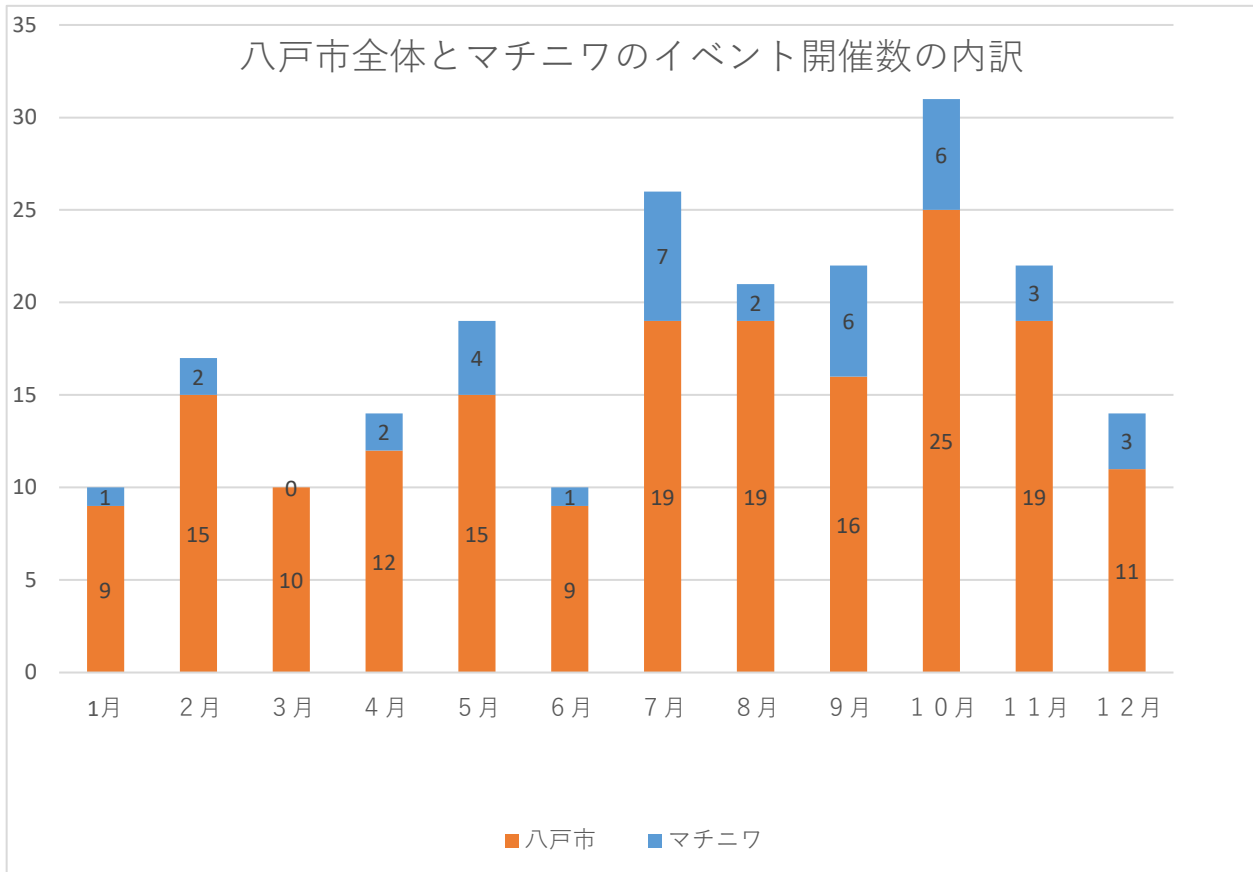


出典先：八戸市

(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの資料や関連の計画、既存の施策などの定性データのことを総称します。データは出所を明らかにしてください。

私たちは、マチニワのイベントが少ないと感じていて、そもそも開催されていることを知らないので八戸市とマチニワのイベント数を調べました。



引用元: https://hachinohe-kanko.com/event_list
<https://hacchi.jp/event/>

出典: 八戸市観光 Navi
hacchi ホームページ

この表を見ると、3月にマチニワで1つもイベントを開催されていなく、八戸のイベントが多い10月と比べて12～3月はイベント数が少ないと感じられました。このことから私たちは、冬にイベントを増やせば来場者数が増えるのではないかと考えました。

私たちの町の中心街にはマチニワと並んではっちという公立の文化観光交流施設があります。私たちはアクセス数について調べました。すると、そもそも開催されていることを知らないということについては、マチニワウェブページのアクセス数は9月に6,698件であるのに対し、はっちウェブページのアクセス数は9月に45,055件と、はっちはマチニワの約6.7倍も検索されています。それを考えると、はっちの目の前にあるマチニワは、はっちほど興味が向けられていないということがわかるので、マチニワで開催されているイベント自体知られる機会が少ないということがわかります。

この表は八戸でとれる魚介類と獲れる月を表しています。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
生スルメイカ	■					■	■	■	■	■	■	■
ヤリイカ	■	■									■	■
船凍スルメイカ	■	■					■	■	■	■	■	■
船凍アカイカ	■	■				■	■					■
海外イカ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
サバ							■	■	■	■	■	
スケトウダラ	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■
タラ	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■
カタクチイワシ							■	■	■	■	■	■
サケ	■								■	■	■	■
カレイ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
ヒラメ								■	■	■	■	■
コウジンメヌケ	■	■	■	■	■			■				■
キンキン (キチジ)	■	■	■	■	■			■				■
アンコウ	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■
イナダ・ブリ							■	■	■	■	■	
ヒラガニ				■	■	■	■	■	■	■	■	
毛ガニ	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■
タコ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
ウニ						■	■					
アワビ						■	■				■	■
ホッキガイ	■	■	■	■								■

■…水揚げされる時期 ■…特に多い時期

出典：八戸市ホームページ

<https://www.city.hachinohe.aomori.jp/index.cfm/14,3227,113,html>

このように、魚介類のほとんどは冬にとれる物が多いのだと分かりました。そして、この冬にとれる魚介類を使いラーメンを作り、3月のマチニワのイベントで来場者に振る舞えばいいのではないかと考えました。

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの実現にいたる時間軸を含むプロセス、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、アイデア実現までの大まかな流れについて、2 ページ以内でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

まず、地元のラーメン店の方々に声をかけ、協力してもらえよう了承を得ます。



次に、八戸でとれる魚介は、

ウニ	さば	スケトウダラ
たら	カタクチイワシ	さけ
かれい	コウジンメヌケ	キンキン
アンコウ	イナダ	ブリ
ヒラガニ	毛ガニ	タコ
生スルメイカ	ヤリイカ	船凍スルメイカ
船凍アカイカ	海外イカ	アワビ
ホッキガイ		

出典：八戸市ホームページ <https://www.city.hachinohe.aomori.jp/index.cfm/14,3227,113.html> などの 22 以上の魚介がとれていると分かりました。

次に野菜です。野菜は、

長いも	ニンニク	長ネギ
トマト	ピーマン	パプリカ
きゅうり	大根	枝豆
キヌサヤ	ソラマメ	イチゴ
ミニトマト	ごぼう	インゲン

出典：八戸農業協同組合ホームページ http://www.ja-hachinohe.or.jp/tokusan/tokusan_vegetables.html などの 15 種類以上があるのだと分かりました。このことから魚介類がたくさんとれているのだと分かりました。この中からラーメンに使えるものを地元のラーメン店の方と協力しながら選び作ります。



試行錯誤をし「八戸ラーメン完全版」を完成させます。



市の方に宣伝方法について相談してみます。（SNS を使った宣伝方法を提案します）

ウェブページでアクセスしたらラーメンを無料でもらえるクーポンが配布されます。

ウェブページにアクセスせずに訪れた方は有料でラーメンを販売します。

こうすることによって、アクセス数も増えていくのではないかと考えました。



このイベントによって来場者数が増えることが予想されるので、テーブル・イス・ゴミ箱の設置を行います。

そして、イベントで使った備品をそのままマチニワに設置し来の人が気軽に快適に過ごすことができるようにしておきます。

そうすることで持続的にマチニワに人がやってきて活気づけることができるのではないかと考えました。

次に、このイベントを知ってもらうための宣伝方法について考えました。

今現在マチニワでの宣伝方法はウェブページで行われています。

<https://hacchi.jp/machiniwa/>

マチニワ活用事業 補助金交付対象事業

募集中

申込締切
8/21
(Wed)

マチニワで
イベントを
企画してみませんか？



出典：hacchi ホームページ

このようにウェブページには載っています。

八戸の総人口は228,159人(令和元年10月31日現在)です。しかし、マチニワのアクセス数は9月だけで6,698件ということから私たちは、八戸市民の大半はマチニワのウェブサイトを見たことがないのでは？と考えました。

そこで私たちはウェブサイトだけでなくInstagramやツイッターなどをはじめてみるのはいかがでしょうかと考えました。

その理由は、3つあります。

1つ目は、ネットを使えば、低コストで宣伝をすることができると思ったからです。

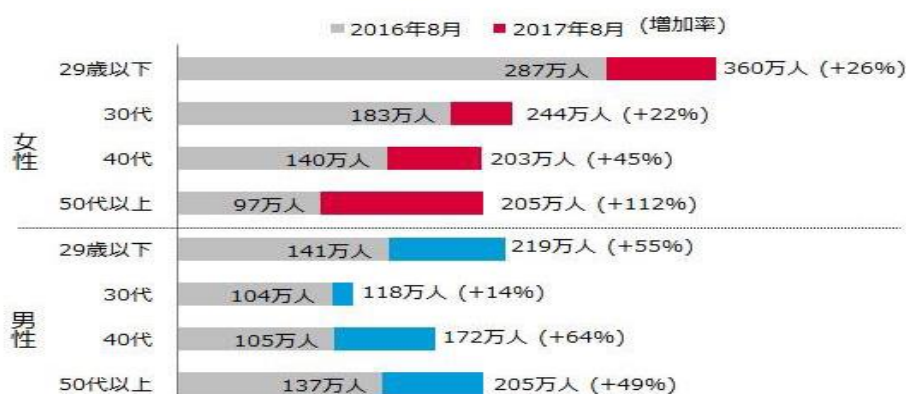
例えば、チラシを配るとなると人件費や印刷代など様々な費用がかかってしまいます。しかし、Instagramやツイッターなどは人件費やチラシにかかる費用を抑えることができます。

2つ目は、Instagramやツイッターなどを使うことで情報が伝わりやすいと思うからです。

例えば、ウェブサイトは、個人で検索しなければ情報を得ることができません。しかし、Instagramやツイッターなどは、投稿されたものが自然と目に入ってくるので情報を受け取りやすいと考えました。

3つ目は、Instagramやツイッターなどは利用者数が多いと思うからです。

Instagramの利用者数



このようにInstagramは、幅広い年代によって使われていることが分かりました

<https://sushi-marketing.com/marketing/instagram>

出典：繁盛マーケティング

