

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2020 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題タイトル（注1）	No.	タイトル	自治体名
	-（事務局用）	地域資源を生かした小学校区のエリアマネジメントについて	豊中市
チームがつけたアイデア名（注2）（公開）	庄内小学校を子どものための「子どものアートスタジオ」にリメイク！		

（注1）地域課題タイトルは、COG2020 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題タイトルを記入してください。

（注2）アイデア名は各チームで独自に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 赤字部分は削除して該当の番号を記入

チーム名（公開）	おもちゃランド		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	3	
メンバー数（公開）	6名		
代表者（公開）	大戸愛以		
メンバー（公開）	安藤千紘 宮前あかり 森中美結	藤本采 蘇毅康	

#### **【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。**

<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 COG2020\_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 COG2020 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin\_cog2020@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開いたしません）
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、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」中も同様をお願いします。
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。）

アイデアの説明全体が肖像権・著作権等を侵害していないことの確認	○
---------------------------------	---

## 2. アイデアの説明（公開）

### (1) アイデアの内容（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、これこれの課題解決のために、何をやる社会的な活動（サービス）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、実践したくなり、活用してみたい、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の要点はこれ！をごく短く書いてください＞

庄内を子供で活気あふれる街にする

＜この課題解決のためのアイデアが具体的に実行される場面を想定してください。そこで・・・＞

＜「何を」するアイデアか、それを「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するかをわかりやすく書いていきます＞

＜よいアイデアを生むには関連データの分析確認とデザイン思考によるアイデアを使う人への共感が必要です＞

●庄内小学校を子どものための「子どものアートスタジオ」にリメイク！

子どもの教育環境の課題、豊中市南部地域活性化構想のテーマから、子どもの創作した作品を展示、販売することで、他人に評価してもらう成功体験の場を提供する。  
また、大阪梅田から電車で10分という庄内のアクセスの良さを生かし、他の地域の人も気軽に訪れやすく、世代を超えて楽しめる魅力的なスポットにする。

＜アートスタジオの概要＞

- ・ 子どもを対象にデザインや絵、音楽などのアーティストのワークショップを実施する。（ワークショップスペース）
- ・ ワorkshopは子どもの作品を素材として、アーティストがプロダクトデザイン化し商品化することを目的とする。
- ・ 商品は、ステッカーやポストカード、マグカップなど
- ・ 商品化したものを実際にアートスタジオで販売する。（アートショップ）

将来的には、小学校跡地が地域の人が気軽に来られる場、地域交流の拠点となることを想定して、子どもが手伝い、高齢者が働ける食堂スペースをオープン。食器類は子どものアートスタジオで制作した食器を使い、食材は近隣の老人ホームと協力し子供と農園で野菜を育てるなど地域の多世代が協働できる場所として整備していきたい。

＜地域のリソースを活用＞

- ・ 子どもワークショップの講師は(できるだけ)地域のアーティストやプロダクトデザイナーを起用。
- ・ 商品化においては地域の中小企業と連携しプロトタイプを作成。商品によっては生産も行う。
- ・ 実際に作られた商品はアートスタジオだけでなく、地域の商店などでも販売するほか、居酒屋やレストランなどでも使ってもらえるようにする。

＜この施設の楽しみ方＞

★子ども目線

作る：絵を描く、音楽を作る

→プロの画家と共に子どもたちが自由に絵を描く。また、音楽家監修のもと、子どもたちと一緒に音楽を作る。

見る・聞く：自分の作品と共に他の子どもたちの作品に触れ、刺激を受ける。

売る：自分が創作した絵が使用されたグッズを誰かに買ってもらうという成功体験。

★大人目線

見る・聞く：普段見ることのできない子ども ならではの作品を見ることができる。

子どもの新たな才能を発見できる。

買う：子どもたちのデザインをもとにプロがアレンジしたものを買うことができる。

→手軽にチャリティーに参加することができる

<ワークショップの方法>

・ワークショップは複数回実施し、絵を書くだけでなく、子どもたちが地域の企業や制作・生産現場を見学するなど、様々な学びの中でプロダクトデザインを学んでいく。

<ショップについて>

視覚・聴覚を刺激するような作品を展示する

→子どもが描いた絵を展示する。そして、その絵に合わせた音楽も子どもたちが作り合わせて展示する。

(例) テーマを一つ決め、そのテーマに沿った絵を子供が描き、それを展示する。

音楽はその絵のテーマの沿うように大人と共に作り、実際に展示のBGMとして用いる。

→収益は施設の運営費として活用するほか、子どものために活動する施設や団体（子ども食堂等）を支援する資金とする。

## 2. アイデアの説明（公開）

## (2) アイデアの理由（公開）

### (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、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

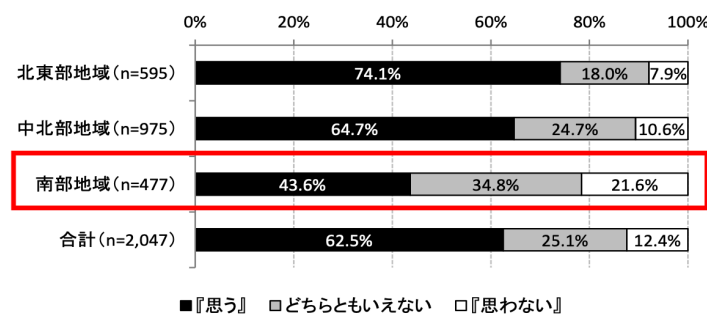
<このアイデアを提案する理由（なぜ）を書いていきます>

<先の（1）で書いた「何を」「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」というアイデアの内容を支えるための、「なぜ」これをやりたいのかの思いを上記のデータを示しつつ書いていきます

○南部地域の現状

南部地域の問題点として若い世代（18～39歳）の定住率が低いという結果が出ている。資料1のグラフは「今後もいまの地域に住み続けたい」と思いますかという質問に対する回答である。

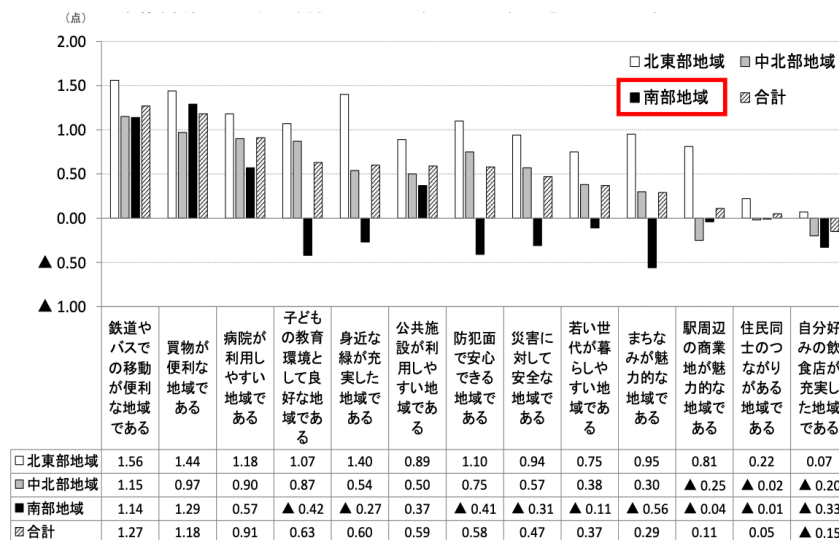
（資料1）



どちらともいえない、思わないという回答を合わせると56.4%の人が住み続けたいと思っていないということが分かる。

「地域の現状について」の若い世代の上記のように考えている理由は資料2を見ると分かる。

（資料2）



[資料1, 2] 南部地域の活性化に向けた調査研究 I（とよなか都市創造研究所）  
「豊中市の若者意識と行動に関するアンケート調査」

このように、13項目中9項目マイナスのイメージになってしまっている。

その中でも、良い評価を受けている「移動手段が便利な地域である」、「公共施設が利用しやすい地域である」という点に着目した。この良い評価を利用して、マイナスのイメージになってしまっている「若

## 2. アイデアの説明（公開）

## (2) アイデアの理由（公開）

い世代が暮らしやすい地域である」という問題解決に取り組めるような提案になっている。

[参考資料]

[https://www.city.toyonaka.osaka.jp/joho/keikaku/houkoku/keikaku\\_housin/machi/nanbukousou.files/nanbukousou.pdf](https://www.city.toyonaka.osaka.jp/joho/keikaku/houkoku/keikaku_housin/machi/nanbukousou.files/nanbukousou.pdf)

○南部地域活性化構想について

豊中南部地域は

- ①子どもたちの元気があふれるまちづくり
- ②誰もが安全に安心して暮らせるまちづくり
- ③賑わいとゆとりのあるまちづくり

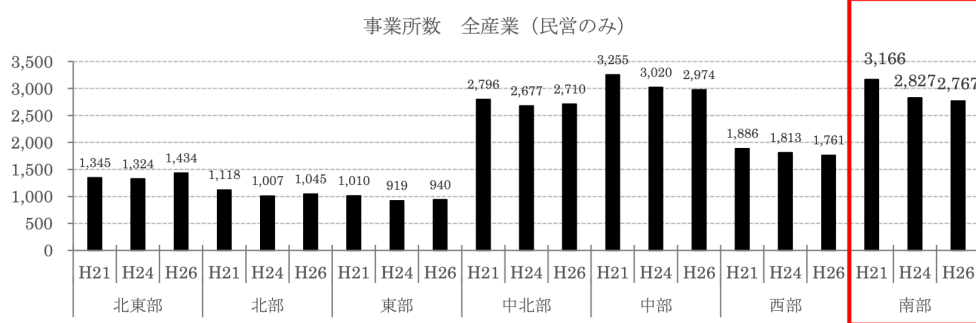
という方針を3つの柱として挙げており、この柱の中でも①子どもたちの元気があふれるまちづくりに焦点を当てた。

子どもたちの元気があふれるまちづくりの項目の中には、①子どもの個性や生きる力を伸ばす②「魅力ある学校」づくりを推進するという推進項目がある。

①の内容では、教育活動全体を通じて、芸術体験・キャリア教育など多様な体験を通じた学びの機会を提供するという項目があるほか、②では、地域との連携や、地域資源である事業所の集積・大阪音楽大学を活かすなど特色ある独自の教育カリキュラムを実施すること謳っており、地域資源を活用した芸術体験プログラムが求められている。

○地域の中小企業との連携

豊中市南部地域には他の地域に比べて多くの事業所があり、特にものづくり関連工場が多数ある。この中には小ロットでの生産を行える工場もあり、カウンターパートナーとして連携できれば、子どもの様々なアイデアを製品にすることができる。



資料：経済センサス

南部地域の主な企業

- ・ i. D. S. 株式会社 →国内外ブランドのOEM鞆製造、自社のオリジナル製品縫製、皮革製品製造等
- ・ 株式会社テトラファースト →ニットの自社製品販売の工場。

## (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。

**<アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきます>**

**<アイデア実現する主体>**

- ・ 大阪音楽大学ミュージックコミュニケーション専攻の授業の一環として関わる。(3-4年の演習グループとして継続的に実施可能)
- ・ 近隣のお店と協力してプロジェクトを行うことで、施設のアピールとなると同時に庄内全体を活気あふれる街にすることができる。

**<実現に必要な資源>**

●ヒト：

- ・ リサーチとワークショップデザイン：大阪音大ミュージックコミュニケーションの3, 4年生が演習授業の枠組みで実施。
- ・ ワorkshop講師：地域のプロダクトデザインを行えるアーティストや音楽家、音大生のボランティア
- ・ 創作したプロダクトの商品化できる中小企業

●モノ：

- ・ 各ワークショップ会場（大学内の教室（スタジオ利用）
- ・ 試作品などの制作、製品化に協力してもらえる南西部の中小企業工場（特に鉄加工や鋳物業など）
- ・ 子どもたちの絵を商品（モノ）を作ってくださいの企業が必要になる。
- ・ 子ども食堂や子供の居場所となっている施設に呼びかけ、当面は地域の交流拠点などを利用してワークショップを実施する。

●カネ：

- ・ クラウドファンディング、地域の助成金を活用  
⇒可能であればそのまま事業化へ

**<実現にいたるまでのプロセス>**

**・ 1年目：「子どもがアーティストになるはじめの一歩」**

プロダクトデザインのはじめの一歩として、庄内のお店の広告になるようなステッカーのデザインから始める。徐々に難しいもの、親が子供の描いた物を記念として残せるような小物（スマホケースやお弁当箱、水筒など）にプロが手を加え、売り出す。音楽制作では、館内で流すBGMを子供とプロが一緒に作り、最後はそれをCDにして持ち帰られるようにする。

**・ 2年目：「非日常的な芸術体験」**

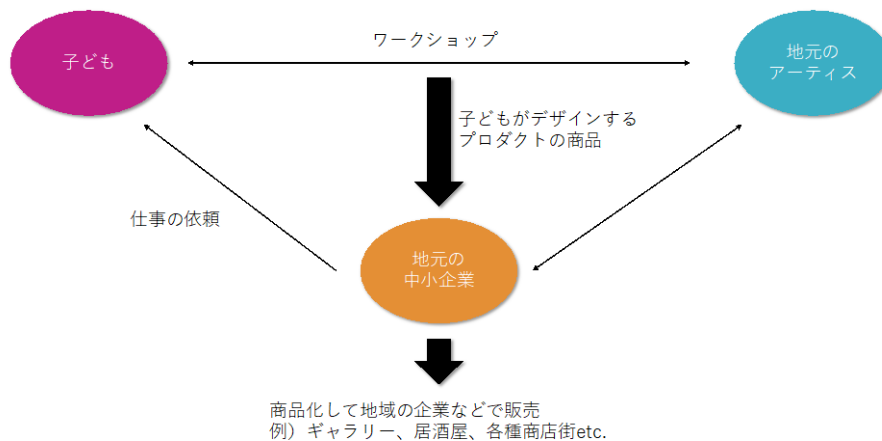
子供が体験したことのないような大きなキャンバス（庄内のお店の看板や音大の壁、庄内の高架下のトンネル、街の壁や庄内のお店の椅子など）にテーマに沿った絵を自由に描くイベントを実施。書いた後の絵は消さず、プロが手を加え街のアート、観光スポットの1つとして展示。音楽制作も、施設を飛び出し、より沢山の人に聞いてもらえる場（庄内の商店街のBGMや庄内のお店のBGMなど）で流す音楽を子供達とプロと一緒に作り、実際にそれを流す。  
→たくさんの方の目に触れる場で活動することで、より多くの人にこの施設のことや活動内容を知ってもらうことも視野に入れている。

## 2. アイデアの説明（公開）

## (3) アイデア実現までの流れ（公開）

### ・3年目以降：「庄内から大阪へ、大阪から全国へ」

1年目と2年目でしたことをまとめ、1年目から行っていたプロダクトデザインを用いた小物をその施設だけではなく、全国的に販売（ネット販売）をし、尚且つ日常的に使用しやすいもの（服や靴、ドリンクホルダー、メガネケースなど）にまで小物の幅を増やす。2年目で行っていた大きなキャンバスにテーマに沿った絵を自由に描くイベントを行事化し、その施設の大きな目玉とする。音楽制作は1年目と2年目で行ったことを継続し、庄内だけでなく他の地域や大手商業施設などのBGMを作るなど、街の枠を超えた活動をしていきたい。



3年目以降

・昨今の情勢を踏まえコロナウイルス対策として、マスク・トイレの蓋（蓋を閉めることで飛沫感染防止につながるという考え）・手指消毒の機械などにプロダクトデザインを用いることで、感染拡大防止につながるような活動も、年数関係なくしていきたいと考えている。

#### <販売品例>

靴、スマホケース、音楽（CD）、リュックサックのポケット、店の看板、楽器ケース、メガネ。ガチャガチャのハズレ、ドリンクホルダー、ブックカバー、水筒、飛行機の羽、音大の壁にプロジェクションマッピング、壁・椅子にペイント、トイレの蓋、消毒の機械、マスク、名刺、お弁当箱、高架下のトンネル、服 etc.

秋のアイデア考案段階における課題提示自治体との連携状況について、以下の質問にお答えください。