「チーム香南」 ――対等合併の理念を生かした五地区回遊型観光の提案――

やっぱり香南市がえい！香南市魅力発掘プロジェクト（香南市・FLASPO）応募企画書［公開用］

① 香南市のどんな魅力に注目したか、選んだ理由と合わせて教えてください

私が注目したのは、対等合併によって集まった赤岡、香我美、野市、夜須、吉川の五地区が、それぞれ異なる文化、歴史、産業、景観、過ごし方を今も残しており、それらを一つの「面」として巡れることこそ、香南市ならではの魅力だという点です。以下、この結論に至った経緯を述べます。

私は大学で社会デザインを学びながら、全国の地方都市を訪れてきました。［個人に関する記述を省略］その中で、人口数千人規模の町にも独自の文化、歴史、地理があり、二つとして同じ町はなく、面白くない町など一つもないと実感しました。

一方で、合併によって名前や行政区域が変わる中で、旧町村それぞれの地域の顔が見えにくくなる危うさも感じました。行政区域が一つになることと、地域の個性が一つに塗りつぶされることは別です。むしろ、合併した市だからこそ、旧町村の個性を協力して見える形にする必要があると考えました。

香南市は、2006年に赤岡町、香我美町、野市町、夜須町、吉川村が対等合併して誕生しました。合併時の「香南5町村まちづくり計画」では、五町村がそれぞれの特性を発揮しながら連携し、地域全体の調和を図る方針が示されています。

私は、資料だけで判断するのではなく、香南市教育委員会学校教育課を訪れ、小学生向けの地域学習教材を拝見しました。教材では、特定の地区に偏らず、市内全域の歴史、文化、産業が幅広く紹介されていました。また、市内の小学校教諭への聞き取りでも、校外学習で市内各地を偏りなく訪れていると伺いました。これらの調査から、香南市では合併後20年を経ても、五地区の個性と対等性を大切にしていることが分かりました。

さらに、香南市企画財政課にも聞き取りを行いました。地域の企画は、発起人や中心人物が関わらなくなると継続が難しくなる場合があるという現実的な課題を伺う一方、実現性と効果が認められる企画であれば、必要な予算の確保についても検討したいとの意見をいただきました。ただし、現時点で本企画の実施や予算化が決まっているわけではありません。この聞き取りを通じて、香南市を単に提案の題材として選ぶのではなく、実施後の継続性や地域への引継ぎまで考える必要があると認識しました。

しかし、行政や地域教育で五地区が対等に扱われていることと、観光客が五地区をそれぞれ認識し、市内を回遊していることは同じではありません。私自身、原付で四国一周をした際に、手結港可動橋や桜づつみ公園を訪れながら、それらを「香南市の魅力」として捉えることができていませんでした。個々の場所には立ち寄っていても、施設と香南市という名前、さらに五地区の位置関係を結び付けられていなかったのです。

そこで、高知県の「令和6年県外観光客入込・動態調査報告書」に掲載された、香南市内の主要観光施設の利用実績を整理しました。さらに、QGIS 3.40 LTRを使用し、地理院地図を背景として、主要観光施設の位置と年間利用実績を重ねた地図を作成しました。

その結果、野市地区の高知県立のいち動物公園と創造広場「アクトランド」の二施設が、主要五施設の年間利用実績の約88%を占め、夜須地区の道の駅やすにも年間25万人を超える利用者がいることが分かりました。施設ごとに集計方法が異なるため単純な比較はできませんが、野市と夜須に大きな集客拠点がある一方、赤岡、香我美、吉川への来訪や回遊には差があることがうかがえます。

したがって、香南市の課題は、合併によって五地区の個性が失われたことではありません。個性は現在も残され、行政上も対等に扱われているにもかかわらず、観光客にはその違いや位置関係が十分に伝わらず、一部の有名施設だけが単独の「点」として訪問されていることです。

だからこそ私は、対等合併によって集まった五地区の異なる個性を、市内を巡りながら一つの「面」として楽しめることこそ、香南市ならではの魅力であると考えました。

【提案書参照箇所】

2頁・第1章「はじめに」

2頁・第2章「問題意識」

3〜5頁・第3章「なぜ香南市なのか」

4頁・図1「香南市内の主要観光施設の年間利用実績と地区別分布」

16〜18頁・第5.9節「初年度の事業規模と予算」

26頁・「参考文献・参考資料」

26頁・「聞き取り調査」

> **② その魅力をもとに、若者が「関わってみたい」と思える企画・コンテンツを提案してください**

提案する企画は、五地区を対等なメンバーに見立てた五地区回遊型観光企画「チーム香南」です。

本企画では、若い世代を中心に定着している「推し活」の構造を観光に応用します。アイドルグループなどでは、最初は一人のメンバーを好きになり、その人について知るうちに、ほかのメンバーにも関心を持ち、最終的にはグループ全体を応援するようになることがあります。本企画では、旧町村を一人一人のメンバーに例え、まず自分に合う「推しの地区」を見つける楽しさを入口として、最初に一つの地区を好きになる「一地区推し」から、香南市全体を応援する「箱推し」への移行を促します。若者にとっては、観光地を勧められるのではなく、自分自身と地域が結び付く体験そのものが、関わってみたいと思える動機になります。

企画は、四つの柱で構成します。

第一に、赤岡、香我美、野市、夜須、吉川の五地区に、地域の特徴を表すメンバーカラーと「その地区で過ごせる一日」を設定します。赤岡は赤色の「歩いて、見て、知る一日」、香我美は黄色の「山と畑で、食べて休む一日」、野市は緑色の「動物や自然に出会い、まちの便利さも楽しむ一日」、夜須は青色の「海辺で体を動かす一日」、吉川は紫色の「川と田園の中で、ゆっくり過ごす一日」とします。色は、地区名や歴史を詳しく知らない若者にも、「赤色の地区が気になる」「自分には青色の地区が合いそう」と感じてもらい、地区名を覚える入口になります。ただし、これらの色や過ごし方は現時点

での仮案です。実施する場合には、市役所、観光協会、地域住民、観光施設、商店などへ聞き取りを行い、地域が大切にしているイメージと一致しているかを確認したうえで決定します。

第二に、簡単な質問に答えると、自分と相性のよい地区とメンバーカラーが表示される「香南市地区診断」を整備します。診断結果には、その地区の観光施設、飲食店、景観、体験活動を掲載します。また、最も相性のよい地区だけでなく、次に相性のよい地区も提示し、一つの地区への訪問から別の地区への回遊につなげます。この診断サイトについては、企画の実現可能性を示すため、私自身がHTMLを用いてモデルサイトを試作しました。質問への回答に応じて地区を表示し、その地区の観光施設や景観を紹介するところまで、実際に操作できる形にしています。提案だけで終わらせず、どのような画面や参加の流れになるかを示せる段階まで制作しました。

第三に、五地区を巡るシールラリーを行います。各地区の施設で、その地区の色を用いたシールを集め、五色がそろうことで一つの「チーム香南」が完成する台紙にします。台紙は五地区の位置関係や観光資源が分かる観光マップを兼ね、五地区をすべて訪れた参加者には、五色や共通ロゴを用いた限定キーホルダー、完成認定カードなどを用意します。

第四に、各地区の拠点に共通ロゴ、地区名、メンバーカラーを用いたポスター、旗、卓上案内などを設置します。観光客が「今は赤岡にいる」「次は青色の夜須へ行ってみよう」と直感的に分かり、まち全体で企画に参加しているような統一感を生み出します。

なお、五地区には新しいキャラクター、外見、名前、性格を与えません。地区そのものより人物の印象が強くなることを避け、赤岡、香我美、野市、夜須、吉川そのものを主役にします。

診断する、推しの地区を見つける、現地を巡る、シールを集める、完成した台紙を発信するという複数の関わり方を用意することで、観光に強い関心がなかった若者にも参加の入口をつくります。

【提案書参照箇所】

5頁・第4章「具体的な企画」

5頁・第4.1節「近年の『推し活』をモデルに」

5〜6頁・第4.2節「企画の四つの柱」

6〜7頁・第4.3節「メンバーカラーの意味とセンターを設けない『チーム香南』」

7〜8頁・第4.3.1節「五地区のメンバーカラーと過ごし方の仮案」

8頁・第4.4節「あえてキャラクターは設けない」

9頁・第4.5節「診断サイトの試作」

9頁・第4.6節「スタンプラリーではなくシールラリーを採用する理由」

③ 具体的な企画の行程・実施イメージを教えてください

初年度は多数の施設や店舗を一度に巻き込まず、五地区に一か所ずつ拠点を設け、三か月間の試験運用から始めます。候補は、赤岡地区の絵金蔵、香我美地区の月見山こどもの森、野市地区ののいち動物公園、夜須地区の道の駅やす、吉川地区の天然色市場です。採択後の現地調査で、来訪者数、交通条件、施設の運営方針、職員の負担を確認し、協議のうえで正式に決定します。

参加者は、SNS、新聞・テレビ等の報道、大学や駅に設置したチラシから「香南市地区診断」を知ります。スマートフォンで簡単な質問に答えると、相性のよい地区とメンバーカラー、その地区の観光施設、飲食店、過ごし方、移動方法、所要時間が表示されます。

紹介された地区の拠点を訪れると、参加者はシール台紙と地区別シールを受け取ります。台紙や各拠点には、残り四地区の特徴と「次におすすめの地区」を掲載します。例えば、歴史文化を求めて赤岡を訪れた人に海辺で過ごせる夜須を提案するなど、一つ目の訪問を別地区への移動につなげます。

一日で五地区すべてを巡ることは求めません。短時間で二地区を訪れるコース、半日で三地区を巡るコース、一日で五地区を巡るコースを用意するとともに、別の日に続きを巡る参加方法も認めます。

初年度は、自家用車による回遊を中心に設計します。高知県外観光客の76.2%が自家用車を利用し、自動車による入込が全体の約90%を占めるため、実際の観光行動に合わせる必要があるからです。診断サイトと台紙には、駐車場、拠点間の所要時間、次に訪れやすい地区、途中で立ち寄れる飲食店や直売所を掲載します。一方、ごめん・なはり線の駅から訪れやすい施設には、鉄道や徒歩によるアクセスも併記します。

実施の約四か月前には、市役所、観光協会、候補施設を訪問し、実施時期、五地区の拠点、台紙やシールの配布方法、案内物の設置場所、職員に依頼する作業を確認します。各施設には、参加者への説明、シールの受け渡し、台紙の補充、登録完了画面の確認までを依頼し、負担が大きくならない運用方法を決めます。

約三か月前には、地域側の意見を踏まえて五地区の色や過ごし方を調整し、共通ロゴ、シール、台紙、ポスター、卓上案内のデザインを決定します。同時に診断サイトを制作し、各地区の紹介、モデルコース、所要時間、駐車場、参加方法を掲載します。また、拠点ごとの二次元コードと、参加番号を記載した台紙の管理方法を整えます。

約二か月前には、シール、台紙、ポスター等を発注し、診断サイトの動作確認を行います。施設担当者には、参加者への案内手順、登録画面の確認方法、シールの渡し方、在庫が少なくなった場合の連絡方法を説明します。少人数による試験運用も行い、診断から訪問、登録、シール受取までの流れに問題がないか確認します。

約一か月前には、SNSで診断サイトを公開し、新聞社、テレビ局、ラジオ局へ企画資料を送付します。高知県内や四国内の大学、駅、観光案内所などにもチラシやポスターの掲示を依頼します。開始直前には、各拠点へ台紙、シール、案内物を納品し、数量や設置場所を最終確認します。

三か月間の実証期間中は、台紙とシールの残数、診断サイトの利用状況、参加者の訪問記録を定期的に確認します。必要に応じて拠点を巡回し、物品の補充、案内の修正、施設担当者からの聞き取りを行います。

初年度は参加者1,000人、シール台紙1,000部、直接経費約40万円を想定しています。効果は、単なる参加者数ではなく、一つ目の地区から別の地区への移動が生まれたかで検証します。

実証前には候補施設で合計約150人に聞き取りを行い、通常の複数地区訪問率を把握します。実証中は、番号付き台紙と拠点別二次元コードを用いて、訪問した地区、訪問順序、同日中の回遊か後日の再訪かを記録します。さらに、参加者アンケートと非参加者への聞き取りを組み合わせ、企画が予定外の地区への訪問につながったかを確認します（詳細は提案書第5.8節に記載）。

参加者の二地区以上訪問率が事前調査より10ポイント以上高いことを、一定の回遊効果があったと判断する目安とします。あわせて、五拠点のうち四拠点以上が次年度も協力可能と回答した場合に、参加施設の拡大を検討します。十分な効果が確認できなかった場合は、診断内容、地区間の案内、シールの配布方法を改善し、再実証または企画の見直しを行います。

【提案書参照箇所】

9頁・第4.5節「診断サイトの試作」

10頁・第5.1節「各地区一拠点から始める試験運用」

10〜11頁・第5.2節「参加者の行動の流れ」

11頁・第5.3節「自動車利用を前提とした回遊設計」

11〜12頁・第5.4節「シール台紙と達成特典」

12〜13頁・第5.5節「現地での装飾と案内」

13〜14頁・第5.6節「若者への発信方法・広報戦略」

14頁・第5.7節「運営体制」

15〜16頁・第5.8節「効果の測定と今後の判断」

16〜18頁・第5.9節「初年度の事業規模と予算」

20頁・第5.11節「初年度の実施スケジュール」

22〜24頁・第7章「採択後の一泊二日フィールドワーク計画」

④ そのアイデアをどうやって若者に届けるか、発信方法・広め方を教えてください

本企画を若者に届けるうえでは、SNSだけに依存しません。Instagram、TikTok、Xなどは若い世代への発信に適していますが、投稿が多くの情報に埋もれやすく、香南市や観光にまだ関心を持っていない人には届きにくいという課題があります。そのため、既存メディア、学校、交通拠点、観光施設を組み合わせた複数の経路から発信します。

SNSでは、「香南市地区診断」を広報の中心に据えます。診断結果に「あなたは赤岡タイプ」「あなたと相性がよいのは夜須地区」といった画像を表示し、そのままInstagram、TikTok、Xなどへ投稿できるようにします。単に観光地を紹介するのではなく、自分自身と地域を結び付けることで、香南市を知らなかった若者にも興味を持ってもらいます。また、五地区の色を用いた写真や、五色のシールがそろった台紙を投稿しやすい形に整え、参加者自身による情報発信を促します。

一方で、SNS上の発信だけでは、企画そのものの信頼性や地域全体への認知を十分に高めることは難しいと考えます。そのため、実証実験の開始時には、新聞社、テレビ局、ラジオ局へ企画内容をまとめた資料を提供し、取材や報道につなげます。「合併した五地区をアイドルグループのように見立てる」「地区診断から観光につなげる」という企画の特徴を伝えます。報道は若者だけでなく、その家族や地域住民にも企画を知らせます。テレビや新聞で企画を知った家族が子どもや孫に勧めたり、地域住民がSNSで記事を共有したりすることで、異なる世代を通じて情報を広げます。

さらに、高知県内や四国内の大学、専門学校、高等学校に、チラシやポスターの掲示を依頼します。駅、空港、道の駅、観光案内所にも二次元コード付きの案内を設置し、香南市を訪れる前後の人に診断サイトを利用してもらいます。特に、のいち動物公園や道の駅やすなど、すでに多くの来訪者がいる施設では、現地で初めて企画を知る人への発信も重視します。GISによる分析で、多くの来訪者が集まる場所を把握できているため、既存の集客拠点を五地区回遊の入口として活用します。

発信内容は媒体ごとに変えます。SNSでは診断の楽しさや五地区の色を前面に出し、新聞やテレビでは、対等合併の理念、旧町村の個性、市内回遊という社会的な意義を伝えます。チラシやポスターでは、参加方法、シールの配布場所、二次元コードを簡潔に示します。

若者向けの企画であっても、若者だけに直接広告を届けるのではなく、家族、学校、地域住民、既存の来訪者を含む複数の経路から参加を促します。

【提案書参照箇所】

9頁・第4.5節「診断サイトの試作」

9頁・第4.6節「スタンプラリーではなくシールラリーを採用する理由」

10頁・第5.2節「参加者の行動の流れ」

13〜14頁・第5.6節「若者への発信方法・広報戦略」

⑤ あなたの企画に参加した若者は、どのように香南市への興味・関わりが変化すると思いますか

参加前の若者は、のいち動物公園やヤ・シィパークなど、香南市内の一つの観光施設だけを知っている状態であると考えます。また、施設名は知っていても、その施設が赤岡、香我美、野市、夜須、吉川のどの地区にあり、周辺にどのような地域資源があるのかまでは意識していない場合があります。

私自身、秋田県にかほ市を訪れた際、訪問前日に鳥海山へ登っていたにもかかわらず、鳥海山とにかほ市とのつながりを知ったのは、訪問から半年ほど後でした。実際に現地を訪れていながら、観光地を個別の「点」としてしか捉えられず、地域全体を「面」として理解できていなかったことに、強い驚きと残念さを感じました。同じことは、①で触れた手結港可動橋や桜づつみ公園でも起きていました。

この経験から、一つの施設を訪れるだけでは、その施設が地域の中でどのような位置にあり、周辺の地区や観光資源とどのようにつながっているのかを理解することは難しいと考えます。

本企画では、のいち動物公園やヤ・シィパークなどを個別の「点」として覚えてもらうだけでなく、診断サイト、シール台紙、観光マップ、現地案内を通して、五地区の位置関係、個性、地区同士のつながりを示します。ここでも、GISで作成した地図や位置関係の整理を生かします。観光施設の場所や利用実績を見える形にすることで、若者に「有名な施設がどこにあるか」だけでなく、「その周辺にどのような地区や観光資源があるか」を伝えます。

これにより、若者の意識を、「一つの観光施設を知っている状態」から、「香南市には異なる個性を持つ五つの地区があり、それぞれがつながりながら市全体の魅力を形づくっていると理解している状態」へ変化させます。

最初は、診断結果やシール、景品を目的に参加する場合もあると思います。しかし、実際に地域を巡る中で、それまで知らなかった場所、景観、店舗に出会います。一つの地区を好きになった若者が、次に別の地区へ足を延ばし、気に入った地区を再び訪れたり、家族や友人に紹介したり、SNSで発信したりすることで、特定の施設だけでなく香南市全体への愛着が育つと考えます。

本企画が目指す変化は、認知、訪問、地域への理解、愛着、再訪、情報発信という段階で進みます。シールを集めることだけを最終的な目的とするのではありません。シールを入口として、観光施設という「点」を五地区という「面」へ広げ、若者と香南市との継続的な関係をつくります。

【提案書参照箇所】

3〜5頁・第3章「なぜ香南市なのか」

11〜12頁・第5.4節「シール台紙と達成特典」

19頁・第5.10節「参加した若者に期待する変化」

21〜22頁・第6.2節「季節限定企画への発展」

⑥ 1泊2日のフィールドワークでは、どこを訪問して何を確かめたいですか

一泊二日のフィールドワークでは、五地区を巡り、初年度の実証実験に向けた拠点候補の調査と、運営主体となる関係者への聞き取りを行います。

目的は、観光施設を見学することではありません。シール台紙やシールの配布、案内物の設置、参加者数の記録が現場で実施可能かを確認するとともに、現在の観光客がどの地区を訪れ、別の地区へどの程度移動しているのかを把握します。その結果をもとに、企画内容、運営体制、予算、効果測定の方法を具体化します。

私は提案書の作成段階で、①に述べたとおり、教育委員会学校教育課、市内の小学校教諭、香南市企画財政課への聞き取りを終えています。特に令和8年6月8日の企画財政課への聞き取りでは、実現性と効果が認められる企画であれば必要な予算の確保についても検討したいとの意見を得ました。このため、採択後のフィールドワークでは、これまでの調査を商工観光分野と現場の施設へ広げ、実際に継続できる企画へ具体化します。

一日目は、まず香南市商工観光課と香南市観光協会を訪問します。

商工観光課では、既存の観光計画や周遊事業との関係、本企画を市の観光施策として実施する場合の課題、行政と観光協会の役割分担、広報物や共通デザインの管理方法を確認します。また、五地区を色や「その地区で過ごせる一日」で表現することが、市の観光方針や地域のイメージと整合するかについても意見を伺います。

香南市観光協会には、診断サイトやシールラリーを継続的に運営できるか、候補施設や店舗への協力依頼をどのように進めるか、シールや台紙の補充、参加状況の集計、問い合わせへの対応を誰が担うかを確認します。学生が単独で運営するのではなく、市、観光協会、協力施設、提案者の役割を整理します。

その後、赤岡、夜須、吉川を訪問します。赤岡では絵金蔵などを訪れ、絵金文化、祭り、歴史ある町並みを地区の特徴として表現することに違和感がないかを確認します。夜須では道の駅やす、ヤ・シィ

パーク周辺を訪れ、海辺の観光資源を生かした地区の見せ方、繁忙期に発生する施設側の負担、ほかの地区を紹介する案内物の設置方法を調べます。吉川では天然色市場などを訪れ、ウナギ、田園、河川を地域資源として企画に取り入れることへの意見、観光客が立ち寄りやすい時間帯、駐車場、案内方法を確認します。

二日目は、香我美と野市を訪問します。香我美では月見山こどもの森などを訪れ、家族連れへのシール配布が可能か、ミカンなどの農産物、山や農村景観を地区の特徴として表現することについて、施設側や地域側の意見を聞きます。野市ではのいち動物公園などを訪れ、多くの来訪者が集まる施設を香南市全体の回遊の入口として活用できるか、来訪者に市内の別地区を紹介できるか、既存の広報物や催しと両立できるかを確認します。

五つの候補施設では共通して、シール台紙やシールを配布・保管できるか、案内物を設置できるか、職員にどの程度の作業が発生するか、参加者数を簡単に記録できるか、施設にどのような利点があるかを確かめます。また、メンバーカラーと過ごし方の仮案が、地域が大切にしているイメージと合っているかについても意見を聞きます。シールを渡す時間、企画を説明する時間、台紙を補充する頻度を実際に確認し、一施設当たり三か月で5〜6時間程度と想定している作業量が妥当かを検証します。

移動条件については、事前にQGISを用いて観光施設の位置や道路、地区間の距離を整理します。フィールドワークでは、その地図上の分析が実際の移動感覚と一致しているかを確認します。具体的には、自動車による拠点間の所要時間、駐車場の有無、道路の分かりやすさ、二地区または三地区を組み合わせた回遊のしやすさを、実際に移動して確かめます。単に最短経路を調べるのではなく、途中の飲食店、直売所、景観に立ち寄れるかも確認します。ごめん・なはり線の駅から訪れやすい施設については、鉄道、徒歩、自転車による所要時間や案内方法を調査し、自動車を持たない若者が参加できる範囲と、公共交通では訪問が難しい地区を明確にします。

フィールドワーク後には、教育委員会、学校教諭、企画財政課、市、観光協会、候補施設から得た意見を整理します。そのうえで、五地区の色や過ごし方、シールの配布方法、案内物の設置場所、施設側の作業内容、地区間のモデルコース、効果測定の方法、予算を修正します。さらに、誰が企画全体を調整するか、誰がシールや台紙を補充するか、誰がサイトを更新するか、誰が参加状況を集計するかを明確にし、初年度の運営体制と役割分担を確定させます。現地の関係者とともに実施条件を確認し、現在の回遊状況を把握したうえで企画を修正することで、提案だけで終わらせず、実証実験へ移行できる計画に仕上げます。

【提案書参照箇所】

3頁・第3章「なぜ香南市なのか」

15〜16頁・第5.8節「効果の測定と今後の判断」

16〜18頁・第5.9節「初年度の事業規模と予算」

22〜24頁・第7章「採択後の一泊二日フィールドワーク計画」

26頁・「聞き取り調査」

※応募内容のうち、氏名・住所・出身地などの個人情報、アンケート回答、図表・添付資料、外部リンクを除いて掲載しています。企画書の著作権は考案者に帰属します。