

活動テーマ

若者参加による地域のにぎわいづくり

横瀬町全域 立教大学観光学部

1 活動目的

首都圏の若者を含む、町外のゲストを呼び込むことで、来訪者の農業や農産物あるいは加工品の関心を高める。最終的にはIターンによる少子高齢改善、それらを前提とした脱日帰り、宿泊滞在デスティネーション化を目的として、地域ブランディングの向上を目指す。具体的な方策としては、マルシェや寺カフェなどの魅力的なイベントの創出や、民泊、空き家活用による宿泊客の増加を目指しているが、町内複数箇所の宿泊施設との競合が課題の一つである。

横瀬町、立教大学双方と連携協定を結ぶ武蔵野銀行の地域サポートのネットワークを活用し、地域の農林業と県内商工業の新たな連携を「よこらぼ」（官民協働プラットフォーム）ベースでの提案、実現も目的の一つである。

2 活動地域の現状

横瀬町は人口8000人強で、面積は50平方キロ足らず、人口密度は166人で都下西多摩郡に相当する。都内から70キロ圏内で町外での三次産業従事者が6割を超える。秩父域内の他地区同様、高齢化率は3割を超え、対策が急務である。

本活動では、秩父市や飯能市と違い、地元の方々のみ参加している比較的小規模のイベントをサポートしているが、1~2月のあしがくぼの氷柱は、日によっては来場者が町内人口を超え、近年は期間中計10万人以上の参加者が集まる。4、5月の羊山公園芝桜は、公園は秩父市だが、横瀬駅からのゲートウェイとして町内に多くの観光客が押し寄せ、これらはマストツーリズムといってもよい規模の例外である。

3 活動内容

棚田や市内のまつり・イベントへ、学生がスタッフ参加し、アンケート調査や報告書を作成し、若者視点で地域の農地、農産物の魅力を内外に伝える。

あしがくぼマルシェや氷柱においては、学生が企画側として参加し、地域の農産物を用いた加工品を若者のアイデアで開発、提供する。

計画に縛られず、横瀬駅の車両基地を利用した秩父地域酒場イベントなど、自治体からの要望に臨機応変に対応することも大切にする。

4 成果

- 地域イベントスタッフ参加
 - ・「夏の自由研究」（親子向けイベント）
- 火起こし&魚つかみ体験
- 知育菓子教室
- LOCAL グルメまつり YOKOZE
- 座禅&写経体験@東林寺

○シェアエコ+地上絵 GPS アート@埼玉県民の森

- ・寺坂棚田彼岸花まつり
- ・秩父車両基地酒場

○地域イベント企画参加

- ・第7回あしがくぼ里山まるマルシェ（6月）
- ・第8回あしがくぼ里山まるマルシェ&cafe 寺's YOKOZE（11月）
- ・あしがくぼの氷柱（1~2月の期間中2日「立教デー」）

5 課題

①学生による主体的な挑戦

横瀬町との社会連携が活動5年目を迎えるにあたり、常に挑戦し続ける姿勢が、企画参加イベントにおける目新しさや学生ならではの柔軟性を活かす上で重要である。例えば、あしがくぼ里山まるマルシェではリピーターによる参加が多いため、そういった方々に毎回楽しんでいただける企画の立案が必要とされる。

②地元の方々との活発な交流による地域活性化への貢献

スタッフ参加にしても企画参加にしても、横瀬町を何度も訪れていることにより「立教生」としての認識はされているが、地域の方々との交流はまだ浅いといえる。地域住民の声や意見も取り入れることにより、最善のかたちでの地域貢献が可能になると考えられる。

③若者目線での企画考案・地域の魅力発信

私たちの最終ゴールであるUターンとIターンの実現のためには、都市部の若者に横瀬町の魅力をもっと知ってもらうことが必要である。ゴールを達成するには、まずは同じ目線を持った学生のアイデアで若者を呼び寄せることが第一である。地域の方々にとって「あたりまえ」になりがちな農産物など、地域の宝（魅力）を学生目線で商品化もしくはプラン化し、町外へ発信していくことが重要である。

また、脱日帰り・宿泊ゲストイネーション化を目指す上で、周辺の温泉施設だけでなく空き家を利用した民泊の整備も進めていくことで、経済効果の及ぶ範囲の拡大も図ることができる。

6 次年度以降の計画

①あしがくぼの氷柱の立教デーイベントを中心に春マルシェや、寺カフェなどの秋マルシェといったイベントの企画・運営・フィードバックを継続して行う。

②2020年に日本人移民120周年を迎えるペルーとの連携により、地上絵のプロジェクトを企画した。2020年度はさらにこの関係を強化し、120周年に際して作られたゆるキャラである「オセロット」とブコーさんとのコラボや、地上絵プロジェクトなどさらに横瀬町のイベントのタイアップをすすめる。

○何年も継続して行えていることを強みに地域の町民や顔なじみをさらに増やし、より柔軟にニーズに合った関わり方をする。

○同じような時期・イベントのためマンネリ化しがちであるため、企画の新規性、目新しさを求めたイベント作りから集客そしてリピーターを増やす。

