

## 背景

東広島市は1974年に誕生し、昭和50年代後半から急速な成長を見せている都市である。2005年に周辺5町と合併し、人口約17万人、広島県の面積の約7.5%を占める大きな市へと成長した。特に、市内中心部では経済・産業の発展が続き、流入人口も増加傾向にある。また、東広島市は豊かな自然環境、大学や試験研究機関などの知的資源を保有している。

これらを活かすため、東広島市は「未来にはばたく国際学術研究都市」という将来像を掲げ、地域内ににぎわいのある拠点づくりを進め、市民の活発な交流による地域の活性化を「**交流が盛んなにぎわいのあるまち**」という目標を示している。

しかしながら、周辺部では過疎化が進行しており、発展する中心部に対して地域格差が大きくなっている。周辺部では市民が享受できるサービス内容には制約が多く、同じ市内においても生活水準には差がついている。さらに合併により周辺地域の名称が消えることで、地域独自の魅力が希薄化してしまい、来訪者が減少することが懸念されている。

また、市内には広島大学等の高等研究機関が立地しており、非常に沢山の学生を抱えているが、地域との交流の機会が少ない。このため地域の魅力や現状をよく知らない学生も多い。地域住民の目から見ても大学生の活動が把握できないのでお互いの生活の実態が把握できないという現状がある。

## 老若ベンチャーによる地域ブランドの発信

本構想では**学生と地域住民との交流促進による地域活性化**を目標とし、地域住民の生活向上や外部から来訪者を受け入れることのできる生活拠点構築事業を提案する。具体的なプランとして次の2点を提案する。

### 大学生と地域住民による老若ベンチャーの設立

### まちの駅(あぜみちの駅:仮称)事業の展開による地域情報の発信

本事業により、東広島市の基本構想における

「**交流が盛んなにぎわいのあるまち**」づくりを実現することができる。



図1:対象地域(東広島市豊栄町)周辺図

## 老若ベンチャー

本構想の1つの特徴として、**大学生と地域住民で構成される老若ベンチャー**によって経営を行う点である。大学生は新しいアイデアや、事業を行う時間も多く持っている。しかしそれらを活かす機会に恵まれない学生も多いという現状がある。一方で地域住民やまちが保有している資源や特産品は貴重な財産であるが、地域住民のみで外部に対しての効率的なPR活動を行っているところは少ない。

そこで異なる長所を保有する両者が協働し、ベンチャー団体を設立することで、交流を深めると同時にまちの駅事業を中心に活力を生み出すことができる。

### [活動の展開]

1. 大学では経営に関心を持つ学生、HP構築経験のある学生などを、地域住民から農業経営者、まちの案内人(希望)者等を募集する。
2. まずは両者の距離を縮めるため、地域の産業や課題の理解、学生の活動の紹介などを行う、その後事業の必要性や何が提供できるかを話し合う。
3. 設立資金や経営指導等の援助をしてくれる支援企業やベンチャーキャピタルを募集する。経営事業を進める上で企業にはアドバイザー等の役割を依頼し、まちの駅の設置に関する準備を行い実際に事業を展開していく。

最終的に、まちの駅の売り上げやネット販売、各種観光プログラムの企画・斡旋などで、利益を出し、**自立した経営**を行っていく。

## あぜみちの駅

### (1) まちの駅とは？

まちの駅とは、地域住民や来訪者が自由に利用できる休憩場所や地域情報を提供する機能を備え、さらには地域内交流・地域間 連携を促進する公共的空間である。まちの駅には、設置主体に制限がない、個性ある名称をつけることができる、求められる機能は道の駅と同じ(休憩機能・案内機能・交流機能・連携機能)、空き店舗の活用策として非常に有効といった利点がある。

まちの駅を生活及び観光の拠点施設として整備することで、周辺住民に対しては生活水準の向上を、地域外からの来訪者に対しては魅力的な情報サービスの提供を行う。

### (2) 対象地域

本構想では、まちの駅を設置する場所として市北部の「**田園交流ゾーン**」(豊栄町)を挙げる。東広島市の基本構想において、豊栄町およびその周辺地域は県北及び県南地域の中間に位置し、農業等地形条件を活かした産業が特色である。このゾーンに求められる機能として「新鮮で安全な農産物の供給の場」「自然・農山村の体験学習としての交流の場」「スポーツレクリエーション機能を活かした交流の場」「緑豊かな自然や美しい田園風景に囲まれた多自然居住の場」等がある。

今回対象地域で仮想的にまちの駅を設置する地点を図1に示す。付近には支所や病院、スポーツ施設等の施設が集積している。また土曜・日曜・祝日のみ営業している店舗が存在するため、事業展開には適した場所といえる。

### (3) サービス内容

まちの駅では主に以下の3つの事業によるサービスを展開する。

1. まちの駅施設の経営と市内の交通弱者への配達サービス
2. HPによる地域のPR活動
3. 地域の魅力アピールのための企画活動

### [3つの事業]

#### まちの駅施設の経営と市内の交通弱者への配達・送迎サービス

まちの駅となる店舗には、地域内の人々のために生活必需品などを置き、外からの来訪者にたいしては案内パンフレットや情報掲示板、まちの案内人サービスなどを行う。

**店舗従業員は学生が、まちの案内人は地元住民**が主体となって行う。

また、市内エリアに限り、注文に応じて**学生による配達サービス**を行う。対象は移動が困難な高齢者など。配達員は大学生をアルバイトとして雇用し、携帯電話等で配達の注文を受け、授業の空き時間や授業終了後等を利用して配達に向かう。

加えてアルバイトの配達員が大学から各地域に向かうとき、病院などで用事を済ませた住民が地域に帰る時間と合った時は相乗りをする「**帰宅相乗りサービス**」等も可能である。

#### HPによる地域のPR活動

対象地域における総合的な**地域ポータルサイト**を構築し、東広島市のホームページや現在点在する各種情報提供サイトなどとの連動を図るとともに情報の整理や提供方法についても企画を行う。また、**ネット販売システム**を設置し、市内で注文された商品などは学生配達サービスで届けることができる。

さらに、学生のネットワーク活用による呼びかけ活動を提案する。「口コミ」や「ソーシャル・ネットワーキング・サービスシステム」の活用で効率的な情報発信を期待できる。

#### 地域の魅力アピールのための企画活動

##### 体験型P&R観光プログラムの企画運営

「田園交流ゾーン」の大きな魅力である農業等の既存資源を活かした**農業体験・牧場体験等のツアーの企画・PR活動**を行い地域内、地域外からの来訪の促進を図る。来訪の際には車での移動が大半であると考えられるのでまちの駅を発着点とする**パーク&ライド形式**で行う。

##### 特産品開発

特産品であるまつたけ、りんごを使った新商品開発の企画をプロデュースし、**地域ブランド化**を目指す。商品はまちの駅で販売。他の地域への売り込みも行う。



図2:まちの駅整備イメージ写真  
参考:フレスコ画の駅 葛の里番館  
出典:葛生まちづくり株式会社HP

