

よねざわくわくなまちづくり

～ここで紡ぐ未来への物語～



山形県	山形県立米沢鶴城高等学校
生徒氏名	佐藤 永琉 鈴木 なな未 中原 歩美 佐藤 美優 五十嵐 結菜 宇野 美月 大沼 萌依 関 菜々美 藏田 光姫 沖田 葉音
指導者氏名	穴戸 俊文 野本 真穂
期 日	令和7年11月11日(火)～12日(水)
会 場	東京都江戸川区総合文化センター大ホール

目次

序 章 はじめに	3
1. 新たなスタート	
2. 米沢市まちづくり総合計画	
第1章 現状分析	4
1. 米沢市の現況	
2. ウェルビーイング	
3. 山形県教育目標	
第2章 研究仮説	6
1. 研究目標の設定	
2. 仮説の設定	
第3章 企画	8
1. バスツアーの名称および行程	
2. マーケティング分析	
第4章 実践	11
1. バスツアーを考えよう	
2. おもてなし	
3. 米沢の味めぐりおススメマップ	
4. バスツアー（6月7日&6月14日）	
第5章 検証	15
1. バスツアーの検証	
2. 生成AIによる検証（Google Notebook LM、Google Gemini 等）	
3. 米沢市役所担当部署からの評価	
4. 外部評価	
5. 仮説の検証	
第6章 課題と展望	21
1. バスツアーの振り返り	
2. ワークショップからの学び	
3. 米沢市長との意見交換会	
4. 新たな展開	
5. これからの活動	
第7章 おわりに	24

《 協力企業等 》
尚綱学院大学 松田道雄教授
山形県産業経済部地域産業経済課 JR 東日本米沢支社 米沢観光コンベンション協会
米沢市企画調整部域振興課&秘書広報課、産業部商工課&観光課等
株式会社桑名園 cafe mamenoki 有限会社米沢珈琲 上杉城史苑 愛の武将隊
株式会社タスクフーズみやさかや 染色工房わくわく館 小野川温泉旅館組合
山形大学工学部 山形県立米沢栄養大学 山形県立米沢女子短期大学
表紙は3年生美術部に所属する加藤千佳氏が作成
その他おススメマップにご協力いただいた16社の企業の皆様

序章 はじめに

1. 新たなスタート

私たちの学校は、令和7年4月に旧米沢商業高校と旧米沢工業高校が統合し米沢鶴城高校として新しく開校した。昨年度、旧米沢商業高校商業研究部は全国大会へと出場する機会を得て商業を学ぶ高校生が高度な研究を披露し合う中で、閉校記念品に関する研究成果を発表することができた。この経験は、自らの研究を社会に届ける意義と、そのためのプレゼンテーション力、論理的思考力の重要性を実感する貴重な機会となった。

2. 米沢市まちづくり総合計画

(1) まちづくりフォーラム

令和6年10月5日(土)開催の米沢市総合計画ミーティングに参加させていただいた。この会議は、市民や学生がまちづくりに対する関心を高めること、幅広い意見を新総合計画に反映することを目的に実施され、米沢市に根付く文化や資源を「かて」にした新たなまちづくりの「かてもの(魅力や資源)」の作成をテーマに話し合いが進められた。高校生だけでなく大学生や市民の皆様との年代を超えて交流する機会があり、歴史・文化・産業等の多角的な視点から意見交換が行われた。



グループ討議

(2) 高校生ミーティング

令和6年10月23日(水)に米沢市内6校によるワークショップが開催された。社会課題を認識し、解決に向けた具体的な行動を検討するために「自慢したくなるまち」について議論を深めた。そして、観光名所も含めて現地を訪れて見たり聞いたり食したりすることで、体得できるツアー等があれば、米沢市の魅力を探ることができるのではないかと考えられた。そこで私たちは、例年5月に大学生を対象に実施しているバスツアーについて、米沢市学園都市推進協議会に高校生の企画立案による米沢市の魅力を探るツアーをご提案したところ共同開催が決定した。



ワークショップ

ブレインストーミングによる米沢市の魅力と課題を分析(アイディアを付箋に!)

食	自然	歴史	教育	ものづくり
米沢ラーメン	豊富な温泉地	上杉鷹山	学園都市	米沢織物
玉こんにゃく	ほたる観察	上杉謙信	少人数学級	オープンファクトリー開催 (工場見学可能)
米沢牛	西吾妻山登山	伊達政宗	給食無償化	
芋煮	アウトドア	直江兼続	スキー授業	販路開拓支援
鯉の甘煮	豪雪地帯	上杉家廟所	学校再編	生産年齢人口減少
舘山りんご	森林の荒廃	中心街空洞化	通学距離増加	後継者不足
個人商店減少	気候変動	人口減少	地域連携希薄	

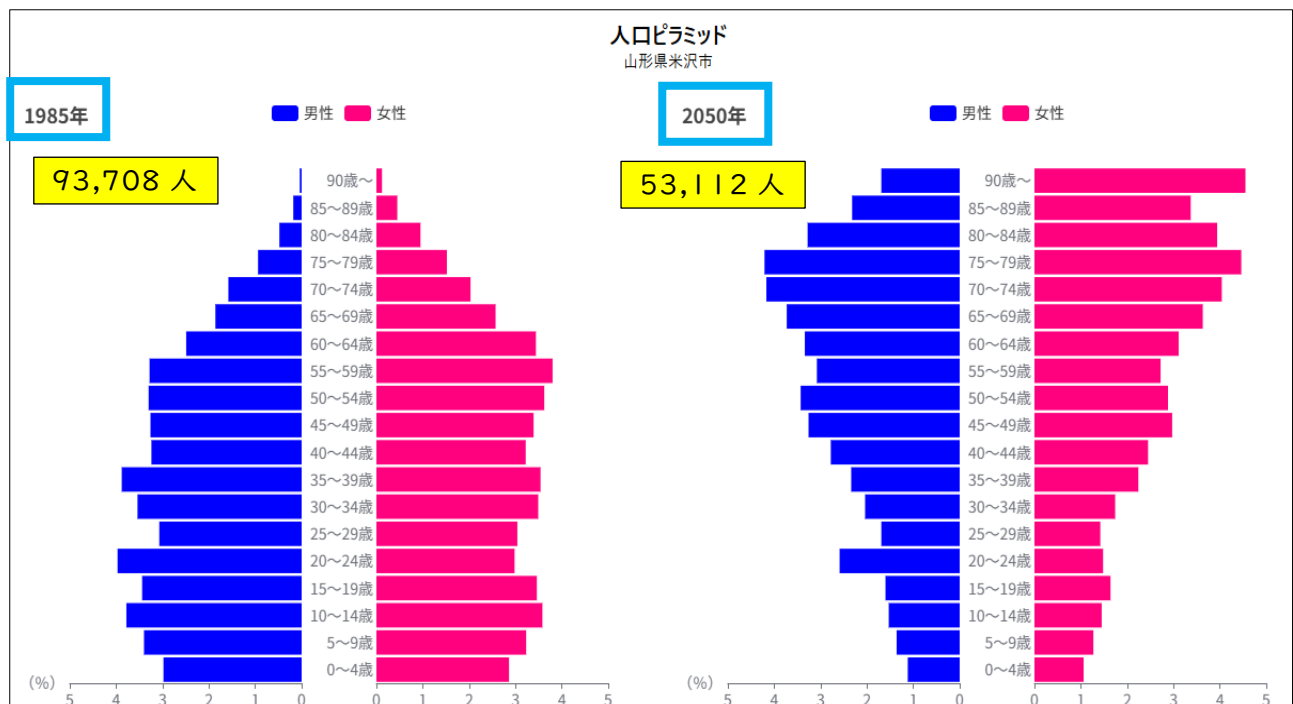
※米沢牛は抜群の知名度、スキー授業は雪国文化、黄色は魅力、緑色は課題

第Ⅰ章 現状分析

Ⅰ．米沢市の現況

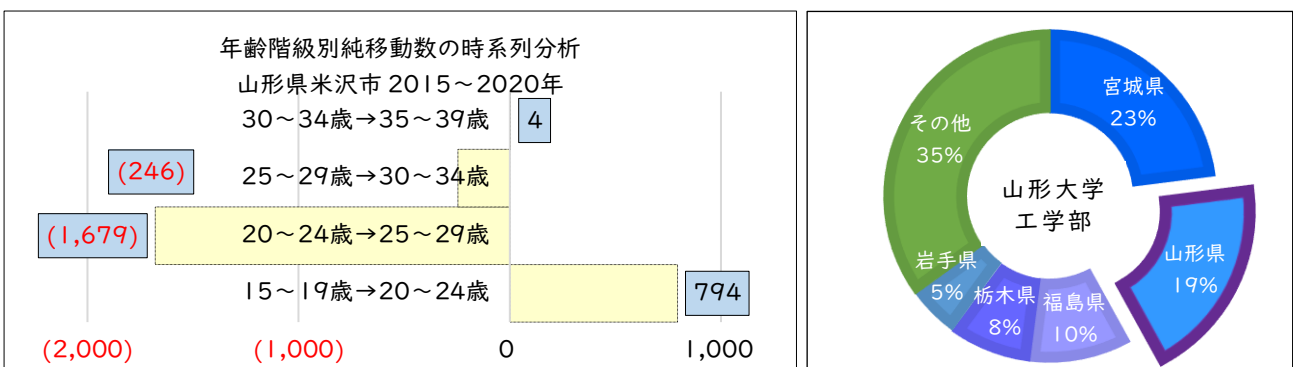
(Ⅰ) 米沢市の人口

米沢市の人口は1985年には93,708人であった。人口ピラミッドをみると生産年齢人口が高くなっている。当時まちの中心街は百貨店等の商業施設に買い物客が訪れ人で溢れていたという。その後は自家用車の普及により、郊外型ショッピングセンターが台頭し、これが中心街の空洞化を引き起こすきっかけとなった。私たちは、将来の米沢市の人口について RESAS で分析したところ 2050 年の予測人口は 53,112 人であり、今後 25 年で人口が加速度的に減少する可能性が高いことを認識した。



出 典：RESAS サマリーポータルより

米沢市は、山形大学工学部、山形県立米沢栄養大学、山形県立米沢女子短期大学の2つの大学と1つの短期大学がある学園都市であるが県外からの進学者が多くなっている。特に、山形大学工学部は81%が県外出身者のため、米沢市の人口が一時的に増加するものの、大学卒業後は様々な理由から米沢を離れる人が多く見られ、地元に着定する人が少ないため人口が減少している。なお、2050年20歳～24歳男性が一時的に増加しているが学生の影響によるものと思われる。



出 典：山形大学入学者別出身地割合

総務省：総務省国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所日本の地域別将来推計人口

(2) 米沢市の魅力

米沢市といえば「食」「自然」「歴史」「ものづくり」「学園都市」が挙げられる。米沢市内の全ての小中学校の体育館には、米沢藩の家祖である「上杉謙信公」と「なせば成る なさねば成らぬ 何事も 成らぬは人の なさぬなりけり」という言葉を残した「上杉鷹山公」の肖像画が必ず飾られている。

食	米沢の味 ABC、米沢ラーメン、玉こんにゃく、小野川豆もやし、うこぎ
自然	米沢八湯、雪灯籠まつり、かまくら村、多くの桜の名所
歴史	上杉家の城下町、上杉博物館などの歴史ロマンが満載
ものづくり	米沢織物、笹野一刀彫、中核工業地域、刺し子、有機エレクトロニクス
学園都市	地元企業と連携した活動、3つの大学があり学生数約 3,600 人

参考資料：米沢市観光コンベンション協会、部活動におけるブレインストーミングの意見参照



米沢ラーメン



雪灯籠まつり



上杉の城下町



米沢織物



山形大学工学部

2. ウェルビーイング

米沢市の現状を把握するために、デジタル庁にある地域幸福度（Well-Being）指標を分析してみることにした。「買物・飲食」の分野では、米沢牛など高級志向の店が増える一方、地元住民が日常的に利用できる価格帯の店の維持も重要である。

地域幸福度（Well-Being）指標とは、市民の「暮らしやすさ」と「幸福度（Well-Being）」を数値化・可視化する指標である。

主観的ウェルビーイングとは、一人ひとりが自分自身で感じる認識や感覚によって見えてくるもので、「人生への幸福感や満足感」「生活への自己評価」などが挙げられる。

客観的ウェルビーイングとは、客観的な数値基準で把握でき、平均寿命や生涯賃金、労働時間や有休取得率、人と関わる時間、介護時間など、統計データで計れるものである。

【強みとして読み取れる分野（主観データを参照）】

分野	主観	客観	読み取り point
自然の恵み	64.0	56.2	暮らし・産業・文化・健康に関わる価値を持っている
自然景観	53.7	60.4	四季折々の自然が暮らしに溶け込んでいる
文化芸術	51.3	45.2	伝統文化が誇りに繋がっている可能性が高い

【課題として読み取れる分野（主観データを参照）】

分野	主観	客観	読み取り point
初等中等教育	27.4	43.0	教育費や学級規模に課題があると思われる
移動・交通	31.9	44.7	公共交通機関（バス）の運行が限られている
買物・飲食	32.1	46.7	昨年12月に地元スーパーの事業停止等の影響か

出 所：一般社団法人スマートシティ・インスティテュート地域幸福度（Well-Being）指標

3. 山形県の教育目標

令和7年3月に山形県の教育目標が発表され、県民の皆様へメッセージが伝えられている。地域の声を反映しながら策定されており、「県民みんなでチャレンジ」というスローガンのもと、家庭・学校・地域・企業が一体となって子どもたちの未来を支えることを目指している。

【山形県の教育目標】

ウェルビーイングを目指し多様性あふれる持続可能な社会の実現を担う山形の人づくり

チャレンジ1「体験」 (ワクワク無限大)	チャレンジ2「探究」 (「なんで？」を大切に)	個人の幸せだけでなく、社会が幸せを感じられるために、県民みんなが自分の力を活かしながら、前向きに取り組んでいることが重要。
チャレンジ3「尊重」 (みんなが主役で応援団)	チャレンジ4「協働」 (みんな笑顔で)	

出典：第7次山形県教育振興計画 概要版

第2章 研究仮説

1. 研究目標の設定

仮説を設定するにあたり研究目標を決めることにした。

研究目標	米沢市に居住した学生に米沢市に愛着を持ってもらい様々な人と交流することで、卒業後も住み続けたいと思えるようなきっかけを提供する。
ターゲット (ペルソナ)	米沢市に初めて居住する(した)学生。
ペルソナ	年齢、性別、職業、家族構成、ライフスタイル、価値観などの具体的な属性や心理的・行動的要素を詳細に設定することで、あたかも実在する人物のように設定すること。

2. 仮説の設定

バスツアーを開催するにあたり、米沢市の魅力を取り入れ、成功させるための秘訣を生成AIに聞いてみることにした。今回使用したのは「チャット GPT」「Copilot」「Google Gemini」の3つである。

質問事項は、『高校生が企画立案してバスツアーを開催する際に、米沢市の魅力を取り入れたい。企画を成功させるための秘訣を教えてほしい。』である。3つの生成AIの回答を下表にまとめ、そこから共通項を見つけることにした。

どの生成AIにも「ターゲット層を明確にする」というアドバイスがあったので、ターゲットを「米沢市に初めて居住する学生」に設定した。そして、学生目線を意識して、「行くことが目的」から「旅の中で何かが得られる体験」を重視してバスツアーの企画立案することにした。つまり、米沢市を知る・探る・体験することを念頭に、学生におもしろいと思っていただけるように知的好奇心を高めるためのバスツアーを実施することにした。

生成 AI (A)	生成 AI (B)	生成 AI (C)
米沢市の魅力を明確にする	地元の人との交流を設ける	米沢市の核となるテーマ設定
ターゲット層を明確にする	ターゲット層を明確にする	ターゲット層を明確にする
集客の工夫(チラシ SNS)	体験型コンテンツを入れる	地域企業との連携

(1) 研究仮説

研究を進めるにあたり次の研究仮説を立てることにした。

研究仮説	学生を対象とした地域体験型バスツアーを実施し、飲食店のおススメマップを配付することにより、交流人口・関係人口が増加し、参加者および地域住民双方のウェルビーイング向上が実現されるのではないか。
研究理由	学生生活終了後も米沢市に愛着を持って生活を継続してもらえようなきっかけを創出するため。

交流人口とは、その地域に訪れる人々その地域に住んでいる人々に対する概念のことである。関係人口とは、移住した定住人口でも観光にきた交流人口でもない、地域と多様に関わる人々のことである。

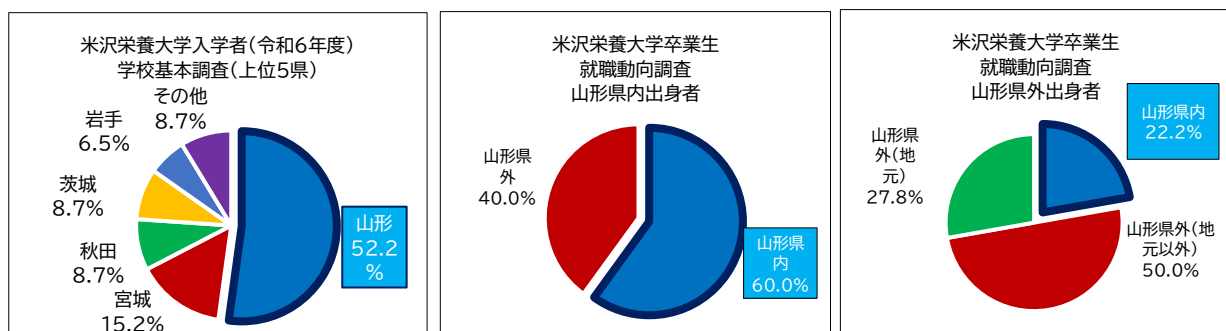
研究を進める上での参考意見とするために、生成 AI に施策（アクション）と手段（エビデンス）について聞いてみることにした。

質問内容は『「学生を対象とした地域体験型バスツアーを実施し、おススメマップを配付することにより、交流人口・関係人口が増加し、参加者および地域住民双方のウェルビーイング向上が実現されるのではないか。」という仮説を証明するための施策（アクション）と効果を証明するための手段（エビデンス収集）について3つ教えてください』である。

仮説を裏付けるための施策（アクション）	効果を証明するための手段（エビデンス）
① 学生向けバスツアーの実施 例）地元の魅力を体験できるテーマ型	① 定量データの収集 例）ツアーの参加者数、マップ配付数等
② 学生向けおススメマップの配付等 例）映える・安い・面白スポットを厳選	② 定性データの収集 例）参加者の感想、事業者の声
③ フィードバック調査 例）また来たい・紹介したいを調査	③ 比較分析 例）イベントの参加者数の変化

(2) バックカスティングの思考

学生時代を米沢市で過ごした人たちが米沢市に愛着を持ってもらうことについてバックカスティングを視野に入れることにした。米沢市を「第二のふるさと」と感じ、戻って来たいと思われるような環境を整えることを目指し、調査研究に取り組んでいきたいと考えている。



グラフ：文部科学省学校基本調査、山形県立米沢栄養大学（資料提供）

バックカスティングによる現状分析を行った。米沢栄養大学の入学生は、山形県内出身者が約50%であり、県外から進学してくる人が多くなっている。また、フューチャーデザイン

という将来世代は現在の政策決定に意思を反映できないという問題意識に立ち、現世代が将来可能性（将来世代の利益のための思考・行動）を発揮できる社会の仕組みをデザインすることが大事であることも認識できた。

2035年 (目標年)	米沢市に定住する若い家族が増加し、市内経済が活性化 元学生同士や地元住民との交流イベントが盛んに開催されている
2030年 (数年後)	地域企業との連携を強化し、若者向けの魅力的な雇用を提供 地域の生活環境を全国にPRするプロモーションキャンペーンを展開
2025年 (現在)	米沢市で過ごしている学生への調査を実施し、定住の障害や希望を把握 学生時代におけるコミュニティを形成できるような“きっかけ”づくり

バックカスティングは、目標とする未来の理想像から出発し、その実現のために必要な道筋を逆算して計画を立てる方法論のことを指している。現在の課題を解決するために未来志向でアプローチする手法で持続可能な開発や地域活性化の分野で広く用いられている。

県外出身者が大学・短大卒業後に米沢市に定住し活躍している人へのインタビュー

私は米沢栄養大学の助手として勤務しつつ、平日の勤務後や休日を利用して本学の大学院に通っております。他の大学院へ行く選択肢もありましたが、助手として勤務し、教育経験を積みながら大学院へ通うことができる本学が私には合っていると感じ、米沢に残ることを選びました。また、米沢のみなさんはとても温かく、歴史に誇りを持っていらっしゃるのもとても素晴らしいと感じ、大学時代に支えていただいた山形県のみなさんに少しでも貢献できるよう米沢に残りました。
(群馬県出身)



県外出身者の私にとって、米沢は「人の温かさ」と「学生が地域と深く関わる機会の多さ」が大きな魅力でした。地域の方々はとても親しみやすく、外から来た私に対しても温かく声をかけてくださったり、活動の場を与えてくださったりと、人々との距離の近さに心が和みました。また、学生が地域のイベントやまちづくりの取り組みに積極的に関わっている姿が印象的で、年齢や立場に関係なく協力しあえる環境で、地域の中で役割を持てることに驚きとやりがいを感じました。米沢市地域おこし協力隊（福島県出身）

群馬県出身の女性は、米沢市の郷土料理である芋煮や茄子漬（丸茄子）が美味しいと回答してくれた。また、米沢市に住んでみて初めての冬は雪が多いことに驚いたそうである。雪が積もらない土地に住んでいたため、冬期間に雪がどのくらい降るのか県外出身者に分かったと便利であるという貴重な回答もいただくことができた。

第3章 企画

バスツアーをするために、米沢市の観光名所を調べてみることにした。学生には米沢市を知る・探る・体験することを重視して、米沢市企画調整部地域振興課との打ち合わせでは昨年の行程を参考にしながらも高校生らしい企画を提案することにした。また、山形県教育目標にある「体験」「探究」「尊重」「協働」の4つのキーワードを視野に入れながら実践したいと考えている。さらに、参加者に米沢市の「食」について興味関心を持ってい



バスツアー企画会議

ただけるように、米沢市の特産品であるABC（Apple、Beef、Carp）の要素を取り入れる等、学生の視点になって物事を考えることや、学生と交流が深まるようなことに着目した。

2. マーケティング分析

(1) バスツアー実施によるSWOT分析

学生対象のバスツアーの実施をする上でSWOT分析を行った。今回のバスツアーでは、謎解き要素を盛り込んだ観光ルートが強みにすることで他にはないユニークなツアーに設定した。

Strengths (強み)		Weaknesses (弱み)	
食べ物	ラーメン、米沢牛、芋煮、玉こんに	意識	バスツアーに対する関心が低い傾向
施設	上杉神社、上杉博物館、小野川温泉	価値観	自由度の旅行を好む傾向が強い
自然	雪遊び、蛍、森林、おいしい水	交流	参加者の交流が一度だけの可能性
Opportunities (機会)		Threats (脅威)	
参加者	特典等の強化で参加者が増加	嗜好	大学生の興味や嗜好の変化
定着	ホームタウン化に繋がる可能性	独自性	他の観光地と差別化を図る必要性
観光地	知る・探る・体験することができる	内容	ツアーの独自性や差別化

(2) STP分析

次のようにバスツアー開催によるターゲットとポジショニングを決定した。また、ツアー開催による交流人口および関係人口への効果についても分析することにした。

Segmentation (市場の細分化)		Targeting (対象となる消費者)	Positioning (バスツアーのイメージ)
地理的	米沢市内	知的好奇心の強い人	知的ツアーとしての特色
心理的	歴史/文化/グルメ	歴史/文化/グルメ好き	美食と歴史と謎解きを融合
行動的	米沢市内在住者	学生	地域コミュニティの形成

区分	ツアーによる効果
交流人口	学生が地域の魅力を体験⇒SNSで発信⇒他の学生や家族が訪問
関係人口	知る・見る・地域体験⇒米沢市内の定住、就職への関心、継続的な関係構築

(3) マーケティングミックス (4P政策)

バスツアーのマーケティングミックスを決定した。

Product (製品)	Price (価格)	Place (流通)	Promotion (販促)
高校生ガイドによるバスツアー	1,000円 (昼食代)	観光名所 伝統産業の体験活動	リーフレット、SNS 新聞による記事掲載

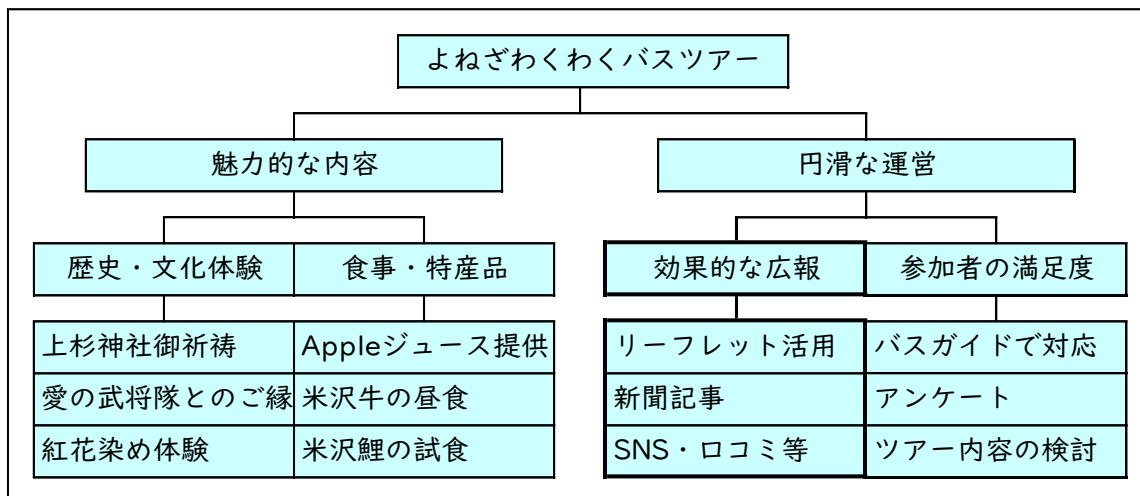
(4) VRIO分析

バスツアーについて、競合企業との競争を優位に進められるかという視点から、企業が保有する経営資源を分析するVRIO分析を行った。

Value (価値)	Rarity (希少性)	Imitability (模倣可能性)	Organization (組織)
米沢市に来たことがない人を増やし経済波及効果に繋げる。	市役所と高校生の共同である。	米沢ABCに特化したことは模倣困難、バスツアー自体は模倣可能である。	米沢市企画調整部地域振興課&米沢鶴城高校商業研究部が実施している。

（５）ロジックツリー分析

バスツアーを成功させるためにロジックツリーを用いて、当日までの準備を円滑に進めるため、企画・運営についての項目を整理し、広報活動に力を入れることを確認した。

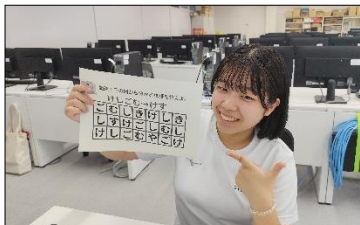


第４章 実践

１．バスツアーを考えよう

（１）バスツアー行程およびスケジュール管理

今回のバスツアーは、米沢市学園都市推進協議会からの補助金によって成り立っている。参加者の経費を抑えるために、米沢市所有のバスを利用し２回に分けて実施することで経費を節約することにした。また、タイムテーブルの作成をしてみるといくつかの課題に直面した。昼食は米沢ラーメンを想定したが、店側の事情で断念せざるを得なかった。



No	準備項目	内容
1	米沢市を知る研修会	講師の先生を招き米沢の歴史への知識を深めた
2	事前の現地視察	現地へ視察に行き、実際のルートを確認
3	パンフレット作成	学生の興味関心を引くための資料を作成
4	アンケート調査用紙作成	期待度・満足度の分析に必要な調査項目の精査
5	謎解き作成	米沢市に関連した知的好奇心を高めるための問題を作成
6	関係者との連絡調整	訪問地との打ち合わせ、参加者の人数含む

(2) 当日まで

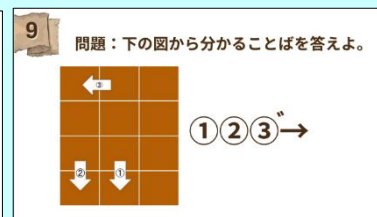
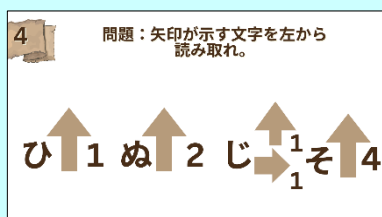
学生の皆様に楽しみながらも米沢市の魅力を知っていただくため、日程は細部まで綿密に調整した。少しでも気になる点があれば修正を繰り返し、さらにブラッシュアップさせた。私たちも、訪れる場所すべてに足を運び、当日の行動について入念に確認し、充実したバスツアーにできるように準備を進めた。

パンフレット作成においては、間違った知識を伝えないように、収集した情報一つ一つの正確性を調べた。

また、ツアーに参加してくれた学生が米沢市についての知識をさらに深めることと、他の学生とのコミュニケーションを目的とした、オリジナルの「謎解き」も用意した。



参加者に配付するパンフレット



《 謎解き 》すべての問題を解くことで米沢市に関するキーワードを当てる！

(3) バスガイド研修

バスツアーを開催するにあたり、私たちが米沢市内のガイドをすることになっている。人前で話すことに慣れていない私たちにとって、ガイドの練習は必須であると考え、地元企業の旅行会社に依頼をさせていただき研修会を実施した。発声練習も含め、丁寧な言葉遣いを意識することや抑揚を持って話すことでお客様に好印象を持っていただけという話を伺った。



バスガイド研修

(4) 米沢を知る研修会

九里学園高等学校で日本史を教えている遠藤英教諭から講話をいただいた。米沢藩や上杉鷹山、直江兼続等、地元の歴史に深い造詣があり、著書や講演活動を通じてその魅力を広く伝えておられ、私たちもツアーガイドをするために知識や教養を高めた。



米沢を知る研修会

2. おもてなし

参加者に米沢市について興味関心を持っていただくために、米沢織物の端切れを活用した「ティッシュケース」や「しおり」等を制作することにして、バスツアー当日におみやげを配付することにした。9月に米沢市の織物工場等を見学できるオープンファクトリーが開催されることからそのPRも兼ねることにした。



ティッシュケース作成中



ティッシュケース しおり

3. 米沢の味めぐりおススメマップ

飲食店のおススメマップをバスツアーに参加する大学生に配付をすることにした。掲載範囲は、大学および短大周辺として、その中から大学生の価格帯やアクセス面を考慮した。店舗の魅力が伝わるよう、レイアウトの構成に時間がかかったが、イラストや旧米沢商業高校のキャラクターを取り入れるなど、誰にでも親しんでもらうことのできるマップを完成させることができた。参加者以外の学生にも訪れていただくことで、お店のファンを増やして、売上増加だけでなく交流人口や関係人口が増加する一助になることを願っている。



令和7年6月1日 山形新聞



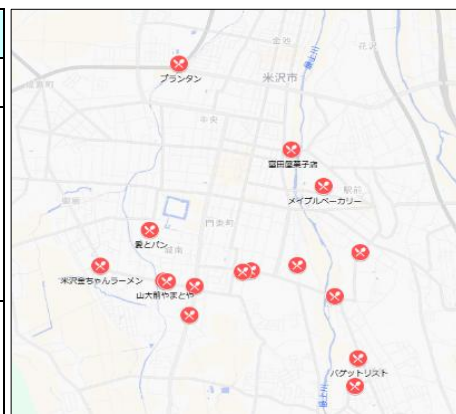
おススメマップの人気店舗

パン販売店	洋菓子店	洋菓子店	ラーメン店

Google マイマップの長所と短所

長所	短所
<ul style="list-style-type: none"> 無料で手軽に使える 共同編集と共有が簡単 情報の一元管理 多様な表現が可能 データのインポート可能 	<ul style="list-style-type: none"> カスタマイズ性の限界 オフラインでの利用制限 ルート最適化機能の制限 大規模データに不向き ナビ機能が使用できない

アナログ版のマップを Google マイマップの機能を活用してデジタル版として制作し6月28日に公開した。しかし、公開後の PR 方法が不十分なため、1日のアクセス数は14件と限定的な効果であり、ネットの世界で「バズる」までにはいかなかった。



Google マイマップで店舗を公開

4. バスツアー（6月7日&6月14日）

バスツアーの様子は以下の通りであり、地域愛を育みながら新しい仲間と出会える貴重な機会になったと思われる。当日は緊張したが、晴天に恵まれて実施できたことは参加者にとってはとても良かった。

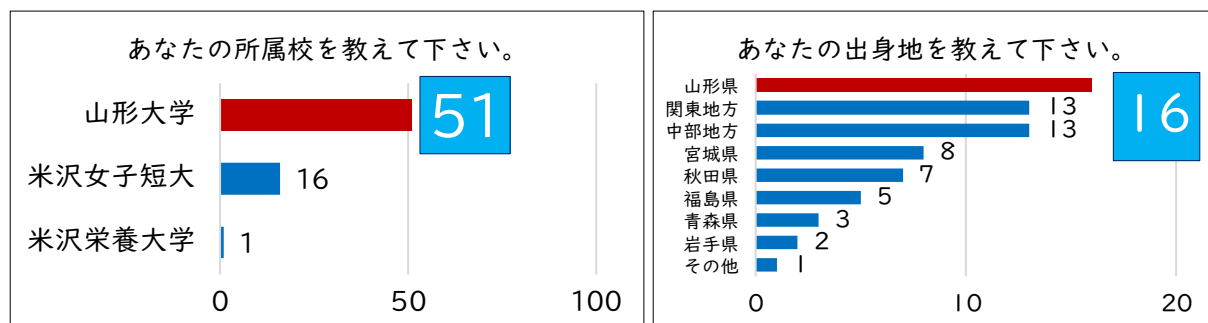


第 5 章 検証

1. バスツアーの検証

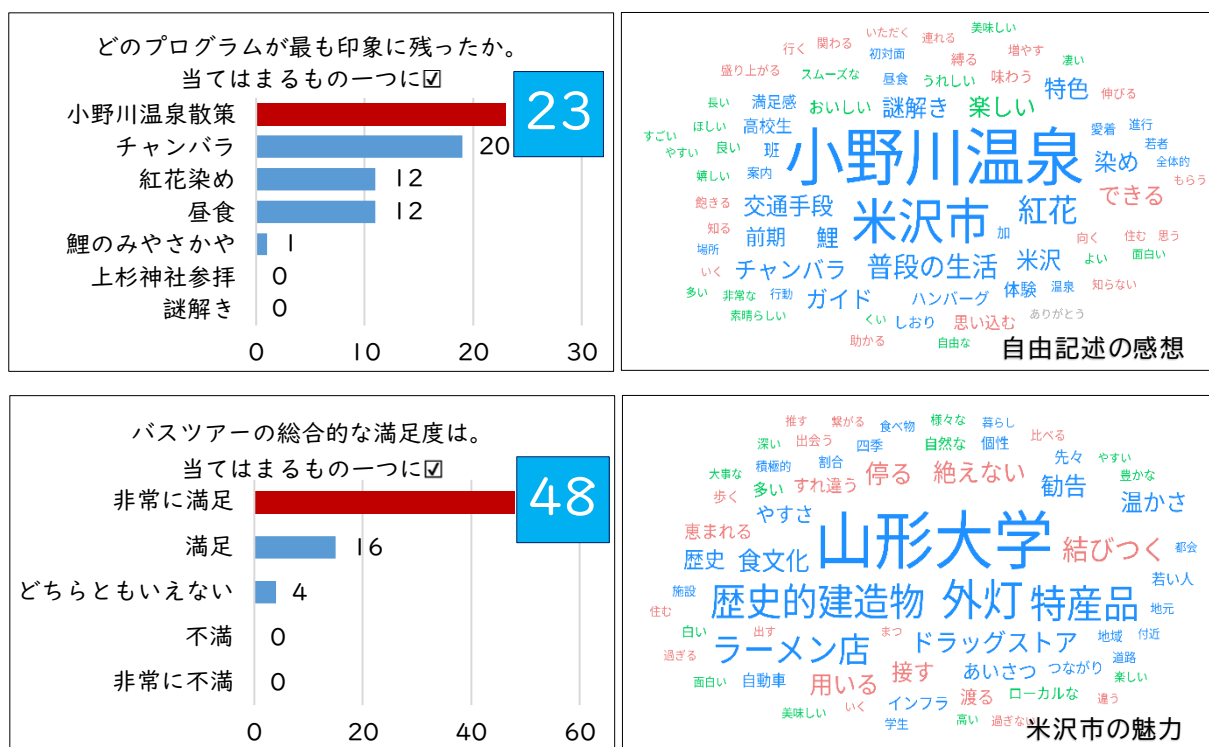
(1) 参加者数

6月7日（土）、6月14日（土）の2回開催をして参加者数は両日あわせて68名である。4月上旬に山形大学工学部のオリエンテーション、講義等で先生方からPRをしていただいた効果があったものと思われる。山形大学工学部は、1年生のときには山形市にある小白川キャンパスに通う人がいて、2年生から米沢市に来ることを意味する「渡米」してきた人の中に米沢市での生活を楽しみにしてきた人もいた。

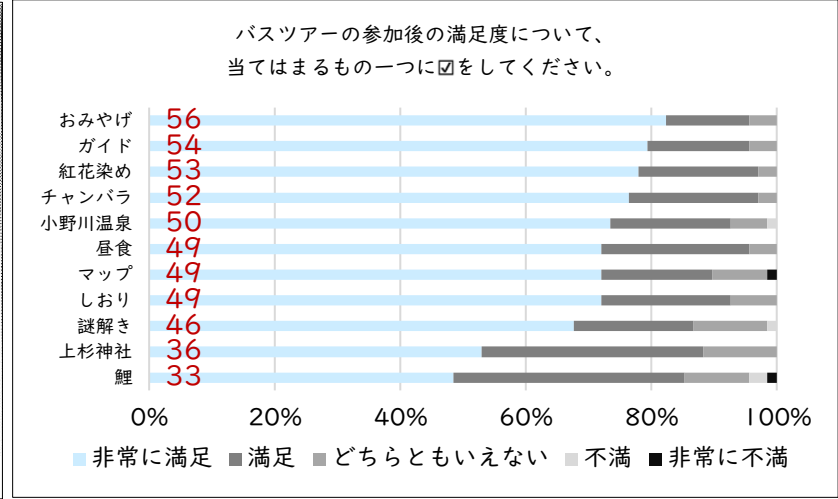


(2) アンケート検証

「どのプログラムが最も印象に残ったか。」というアンケートに対し小野川温泉散策に回答が集中している。小野川温泉では謎解きで班ごとにさらに交流を深め、非日常である温泉街で様々な話題で盛り上がったと思われる。また、自由記述をテキストマイニングにかけた結果、「小野川温泉」、「チャンバラ」、「染め」などのキーワードが出たため体験型のコンテンツが思い出として残りやすい傾向があることが分かった。

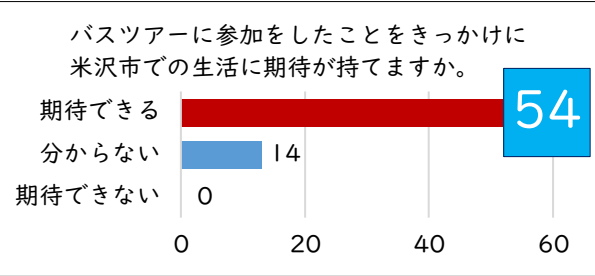
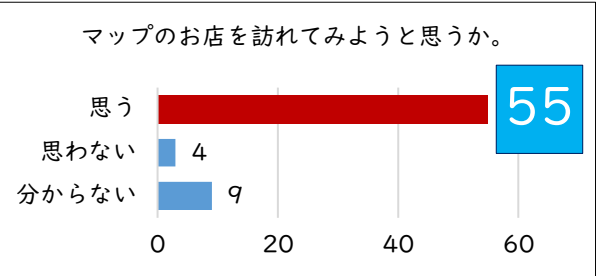


バスツアーの満足度調査では非常に満足と回答した学生が多かった。それぞれのプログラムを調査すると「おみやげ」「ガイド」「紅花染め」「チャンバラ」の満足度が高かった。私たちのガイドだけでなく米沢の風土が学生の心に響いたのではないと思われる。米沢市の魅力をテキストマイニングにかけると、「結びつく」や「温かさ」などのワードが出たことから、学生にバスツアーを通して目には見えない魅力を感じていただいた。



令和7年6月19日 山形新聞

交流人口および関係人口を増加させるためには、米沢市のお店を訪れて消費に繋げることが求められる。おススメマップの作成後の学生に対する意識調査と学生のこれからの学園生活について確認してみることにした。



(3) 重回帰分析による検証

表計算ソフトの回帰分析ツールを使い、アンケート調査のアクティビティ（項目）を原因変数として、満足度の結果変数にどれくらい影響しているかについて表計算ソフトを活用して分析（参加者68名）した。その結果が下記のとおりである。

P 値が 0.05 より小さい	統計的に有意とされ、該当項目は満足度に影響していると判断
P 値が 0.05 より大きい	有意ではないとされ、影響がない、または偶然の可能性がある

原因変数	係数	P 値	解釈
小野川温泉	0.446	0.002	満足度に強い正の影響を与える
謎解き	0.447	0.003	満足度に正の影響がみられる
わくわく館（紅花染め）	0.326	0.095	やや有意な正の影響がみられる
チャンバラ	-0.070	0.660	統計的には有意でない可能性が高い
鯉（講話）	0.018	0.849	満足度への影響はあまり確認されない

各訪問地の満足度の影響が、偶然ではなく統計的に意味のあるものだと判断できるため、P値の結果から「小野川温泉」の訪問が満足度に影響しているものと推察できる。米

概要		分散分析表					
回帰統計		自由度	変動	分散	測された分散I	有意 F	
重相関 R	0.761	回帰	11	13.630	1.239	7.010	2.69E-07
重決定 R2	0.579	残差	56	9.899	0.177		
補正 R2	0.497	合計	67	23.529			
標準誤差	0.420						
観測数	68						

	係数	標準誤差	t	P-値	下限 95%	上限 95%	下限 95.0%	上限 95.0%
切片	1.654	0.596	2.774	0.008	0.459	2.848	0.459	2.848
上杉神社	0.188	0.147	1.279	0.206	-0.106	0.482	-0.106	0.482
チャンバラ	-0.070	0.158	-0.442	0.660	-0.385	0.246	-0.385	0.246
わくわく館	0.326	0.192	1.696	0.095	-0.059	0.710	-0.059	0.710
昼食	-0.307	0.162	-1.899	0.063	-0.631	0.017	-0.631	0.017
鯉	0.018	0.093	0.191	0.849	-0.169	0.204	-0.169	0.204
小野川温泉	0.446	0.139	3.206	0.002	0.167	0.725	0.167	0.725
バスガイド	-0.317	0.233	-1.361	0.179	-0.785	0.150	-0.785	0.150
マップ	-0.039	0.127	-0.306	0.761	-0.292	0.215	-0.292	0.215
謎解き	0.447	0.145	3.090	0.003	0.157	0.737	0.157	0.737
しおり	-0.324	0.236	-1.373	0.175	-0.796	0.149	-0.796	0.149
おみやげ	0.294	0.184	1.600	0.115	-0.074	0.663	-0.074	0.663

表計算ソフトによる重回帰分析の結果

沢鯉については講話になったため、十分な満足度を得ることはできなかった。

(4) マップの評価

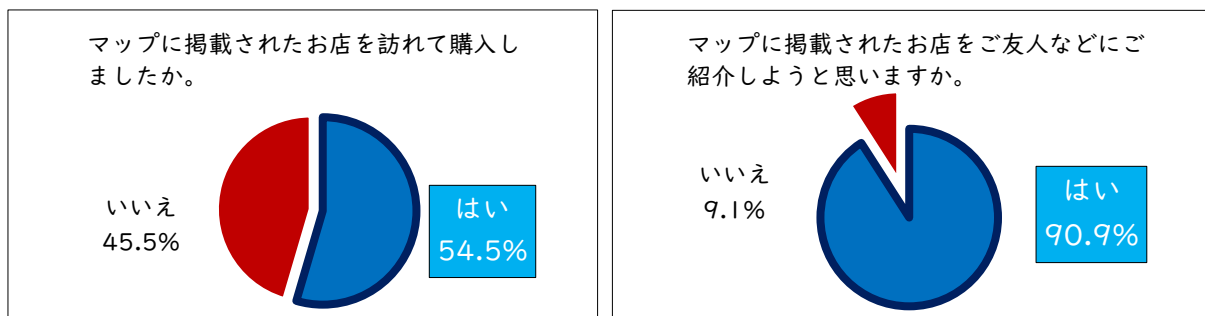
おススメマップの協力事業者に 30 枚、米沢駅や道の駅米沢といった観光施設等には 50 枚、合計 1,000 枚用意した。仮に、反応率を 5 % とすると、約 50 人が掲載店舗を訪れる可能性がある。米沢駅にある観光施設では、すぐに配付が終了し観光客の皆様から好評であった。



飲食店に掲載中

① 学生による評価

学生には QR コードにて回答を求め、提出期限を 6 月下旬としたが回答率（48.5%）があまり高くなかった。周知が徹底しなかったことが要因の一つである。



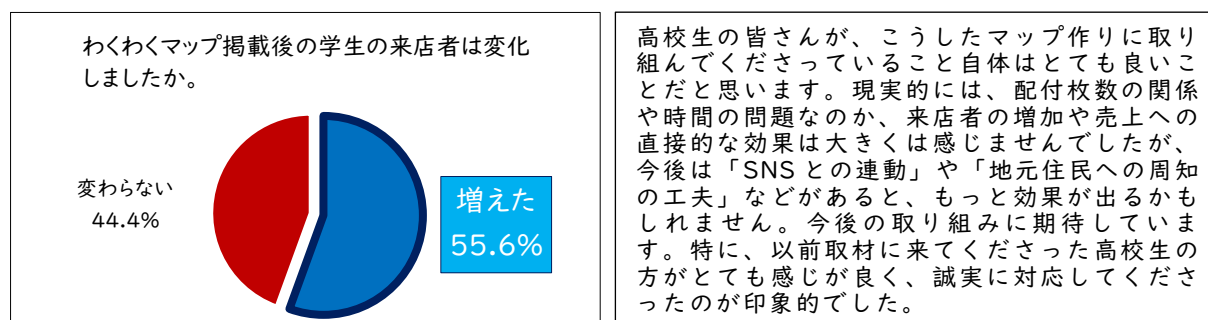
9 月中旬にバスツアーに参加をした短大生にディープインタビューを実施したところ新たに判明したことがあった。それは、短大周辺には飲食店が少ないことから学生の外食は極端に少なく、中食（なかしょく）をする人が多いことである。山形大学工学部の学生は夏期休暇中のためメールにて質問をさせていただいたが、マップを有効活用している実態が分かった。外食は週に 3 ～ 5 回行く人がいて、短大生とは違った結果になったことに驚いた。



バスツアーから3か月後のディープインタビュー（米沢市での学生生活について面接調査を実施）

②店舗側による評価

マップに掲載した１６店舗中、１２店舗からの調査結果の報告であるが学生の来店が増えて
いる店舗が多いことが分かった。



２．生成 AI による検証

※Google Notebook LM

今回のアンケート結果について、生成 AI（Google Notebook LM）を活用してアンケートデータを PDF ファイルにして分析した。特に、生成 AI による音声データは、アンケートの集計結果を分析するために会話（対話）形式で評価をしてくれることからフィードバックをするのに、私たちにとって最適のツールになった。

（１）バスツアーは学生の米沢市への期待度や満足度にどのような影響を与えたか

参加者の感想からは、バスツアーが米沢市への愛着や理解を深めるきっかけになったことが示唆されている。「チャンバラ」や「紅花染め」を体験することで米沢を知ることができた。また、「普段行くことができない場所に行くことができてよかった」、「座学で聞くだけでなく五感で米沢を感じることができた」と答えている人が多い。

（２）交流人口（米沢市を訪れる人々）への影響

「田舎過ぎず都会過ぎないところが住みやすい」という回答が得られた。

項目	分析結果
①イベントの推奨意向の高さ	58 名の学生が友人や次の新入生に勧めたいと回答
②観光スポットへの高い満足度と再訪意欲	小野川温泉散策 非常に満足 54 名
	紅花染め 非常に満足 49 名
③おススメマップによる訪問促進	55 名の学生が訪れてみようと思うと回答

（３）関係人口（米沢市との継続的な関わりを持つ人々）への影響

米沢市の特色についてあまり愛着のようなものはなかったが、今回のイベントに参加してみて「米沢市をもっと知りたくなった」という声があり、バスツアーが米沢市への新たな興味や愛着を喚起したことが伺える。

項目	分析結果
①米沢市の生活で期待感の醸成	54 名の学生が米沢市での生活に期待が持てると回答
②米沢市への愛着と理解の深化	米沢をもっと知りたくなった等の回答が多数
③新たな魅力の発見	小野川温泉、紅花染め、鯉、紅花クッキー等

（４）期待値と満足度の関係

バスツアーの満足度が高くなった人が多い。しかし、「始まる前の期待度」と「ツアー終了後の満足度」が一致した人だけでなく、少数ではあるがバスツアー自体の愛称が合わなかった人もいる。どうすれば、期待値と満足度を高められるか考える必要があると思われた。紅花染め・謎解き・おみやげ等の体験を含めたことが満足度を高めている。

（５）課題

「日常の利便性」が良くなると更に住みやすくなる。「バス等の公共交通機関」「電車の本数の増加」「公共交通機関の電子マネー（Suica）等の利用」が増加すると更に充実した学生生活を送ることができる等の意見もあった。大学周辺に大学生の価格帯に相応なお店が増加すると、生活の利便性が向上する。

※Google Gemini

さらに、私たちは「Google Gemini」で、その振る舞いを細かくカスタマイズして使う「Gem」と呼ばれる機能に着目した。その機能を使って「アンケート分析アシスタント」を作成して、そのカスタマイズした AI を使ってアンケートの PDF を読み込ませて分析を行い参加者の満足度を高めるための改善策を把握した。

《 アンケート分析 》
アンケート結果（質問事項に対しての５段階評価）から読み取れる事実と、それぞれの設問の回答結果の関係性を分析し、参加者の満足度を向上させるためには何を行えば良いのかを考えてください。

（１）「小野川温泉散策」と「謎解き」の時間配分の見直しと強化

改善策	小野川温泉での滞在時間を延長し、自由時間を設けることを検討してください。これにより、参加者が温泉街をより自由に散策でき、足湯カフェなどをゆっくりと楽しめるようになります。また、好評だった 1,000 円チケットの継続的な提供も、満足度維持に貢献します。
期待される効果	参加者が温泉街の魅力を深く体験できるようになり、満足度が向上します。

小野川温泉では、温泉に入浴できることは案内したが、共同浴場や温泉旅館等によって料金等が違うため、あらかじめ「おススメ」を紹介することで効率的な入浴や足湯ができた可能性が高い。

（２）「班行動」と「自由時間」のバランス調整

改善策	交流を促す仕組みの導入：自由な行動を許容しつつ、プログラム内の特定の時間帯（昼食後など）に、班単位での交流を促す「ミニゲーム」や「アクティビティ」を導入してください。
期待される効果	参加者の多様なニーズに応え、ツアー中の人間関係の満足度と、個人の体験の満足度の両方を高めます。

チャンバラ、紅花染め体験、小野川温泉では班行動を促しておらず交流を促進するためには出会った皆様と一緒に過ごす時間が必要であった。

(3) 「高校生ガイド」との連携強化とプログラムへの組み込み

改善策	高校生が企画した「おススメマップ」や、バスツアー中の「謎解き」の要素を強化し、高校生ガイドがより深く関わるプログラムを開発してください。謎解きの難易度を調整したり、地域住民との交流を組み込んだりすることでよりインタラクティブな体験ができます。
期待される効果	参加者が米沢市の魅力や歴史を深く理解できるようになり、若者向けのイベントとしての魅力を高めます。

「謎解き」の難易度をもう少し上げることで交流が更に深まることを再認識した。また、地域の皆様の協力をいただくことで、米沢市に更に興味関心を抱いていただけるプログラムを提案することができたかもしれない。

《 生成 AI 分析による総括 》

私たちの自己評価だけでは振り返ることが出来ない分析を生成 AI の見解を踏まえたことで、満足度を高めるための改善策を把握できたことは、次回の企画立案に活かすことができるものと思われる。

※生成 AI を利用した展開（生成 AI 駆動型開発）

本校専攻科の協力をいただき、生成 AI の機能について勉強中である。Dify や Genspark には下記の機能があり、それぞれ目的に応じて活用できることが分かった。特に、Dify はこれまでの部活動における写真等を含む情報資産活用ができ、RAG（検索拡張生成）という機能で、インターネットでは検索することが出来ない店主の人の柄や店舗情報等のコアな情報を収集することができるようになり、情報検索の価値が上昇すると思われる。



データを読み込ませて解析中

【生成 AI の活用事例】

おすすめツール	目的	理由
Dify	観光案内ボットを作りたい	ノーコードで開発できる
Genspark	観光地を調べたい	検索結果がAIで整理され見やすい

3. 米沢市役所担当部署からの評価

米沢市企画調整部地域振興課の熊谷様よりバスツアーを実施しての評価をいただいた。

行政では考えつかない高校生らしい斬新なアイデアと刺激をもらうことで、魅力溢れる事業になったと思われる。また、バスツアーが終了した後に、大学周辺のおススメ飲食店を取材してマップを作成する等、ツアー終了後の大学生の地域と接点を生み出す工夫はこれまで考えつかなかったものであり、行政として参考になるものであった。

項目	良かった点（成果）	のびしろ（改善点）
パンフレット	参加者の有益な情報の記載	文字より写真を多くする
謎解き	参加者同士が交流する機会の創出	内容に間違いがないか確認
マップ	学生だけでなく市民にも有益な情報	HP の URL SNS アカウント記載
クッキー	紅花染めの直後に食を実感できた	割れやすいものは注意が必要
全体	新たな人間関係を構築できた	再訪してもらうための創意工夫

4. 外部評価

宮城県名取市にある尚絅学院大学教授で地域活動論が専門の松田道雄先生は、山形県の中学教師時代に「だかしや楽校」の発案者であり地域活動のスペシャリストである。今回のバスツアーについて事前にアドバイスをいただく等、私たちの活動を支援していただいた。

よねざわくわくバスツアーの実施、そしておススメマップ制作はとても素晴らしい。アンケートの結果等から次のことが言える。

- ① ツアーの開催で交流人口・関係人口が増えている可能性がある。
- ② おススメマップの店舗に多くの学生が訪れる可能性がある。
- ③ マスコミを利用して積極的なPR活動がのぞましい。

マップを作るうえで、学生が行きやすい、通いやすいお店を選んだことは評価できる。米沢に初めて住む人もいると思われるので「地元の人と会話が楽しめる」をコンセプトにして作成すれば、知らない土地に来た学生にとって行ってみたくなる人が増えるのではないかな。



5. 仮説の検証

ここまでの検証結果を下表にまとめた。マップについては継続検証が必要であるが、下記の5つの評価から仮説は立証できたものと思われる。

アンケート評価	学生のバスツアーやマップに対する期待が高いことから、これからの交流人口の増加が期待できる。	5
A I 評価	参加者が実際に体験する場が多く、それに対する満足度が高いことから、学生にとって魅力的なバスツアーとなったと思われる。	4
マップ評価	アンケートの結果から人々の店に対する関心が高まったことにより、来客者増加を促すことができた。	3
担当者評価	高校生らしいアイデアによって、学生同士の人間関係の構築につながる等、関係人口を増加させることができる可能性が高い。	4
外部評価	バスツアーにより、交流の場をつくるだけでなく、米沢市を初めて訪れた学生の米沢市に対する興味関心を高めることができた。	4
総合評価	様々な角度から仮説を検証した結果であり、仮説は概ね達成できたと思われる。	4.0
検証結果	バスツアーとおススメマップの配付は、学生の米沢市に対する期待度と満足度を大きく向上させ、その結果として交流人口および関係人口の増加に寄与する可能性が高い。	

第6章 課題と展望

1. バスツアーの振り返り

自己肯定感を高めるために、ツアーに参加した学生のアンケートや生成 AI の分析等を踏まえて自己評価をし、次の活動に活かすために成果と課題をまとめた。

米沢市と共同で行ったことにより、予算を削減した企画を実現できたことや参加者同士の交流を促進できたことが成果として挙げられた。市役所の皆様だけでなく、多くの企業が関わっており、一人ひとりがそれぞれの活動に責任感を強く持って活動することができた一方で、事前打ち合わせが不十分であり、計画通りにいかないこともあった。特に、鯉の講話は満足度が

あと一歩であり創意工夫が求められた。また、私たちのガイドによる指示が的確ではなかったことも踏まえ、自己満足にならないように情報を共有した。

成果	<ul style="list-style-type: none"> ・マップのお店に訪れた人が多いことから、経済波及効果があったと思われる。 ・視察や担当者との打ち合わせを念入りに行うことができた。 ・手作りのおみやげを配付したため米沢織物を身近に感じてもらうことができた。
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・私たちが緊張してしまったため、学生との交流が活発ではなかった。 ・予期せぬ事態（忘れ物、体調不良者）に迅速に対応することが出来なかった。 ・ガイドをするためのシナリオを用意したがあまり実践出来なかった。

2. ワークショップからの学び

私たちは、8月に山形大学工学部で行われた「サービスデザインによる社会課題解決講座」を受講した。サービスデザインは、単にモノを開発するのではなくサービス全体の体験を設計する考え方で、社会課題という複雑な問題を多角的に捉え、根本的な解決策を見出すのに役立つことが分かった。

また、置賜地域のまちづくりワークショップに参画をした。高校生が地域の課題を発見し、解決策を企画・立案することで、将来の地域社会の担い手を育成することが目的である。市の青年団やOB、地域で活動する大人たちがファシリテーターとして関わっていて、高校生と地域社会とのつながりを生み、世代を超えた活動になった。

さらに、米沢市で9月14日に開催されたオープンファクトリーにボランティアとして参画し、県内だけでなく県外から訪れた人と交流をして、まちづくりには「ひとつづくり」が大切であることを体験から学ぶことができた。



山形大学工学部発表



まちづくりワークショップ



オープンファクトリー



ボランティアスタッフ

3. 米沢市長との意見交換会

9月7日（月）に米沢市長を訪問し「まちづくり」に関して意見交換会をする機会をいただきいくつか質問をさせていただいた。特に、人口減少問題については、令和7年度から義務教育の給食費を無償化にする等、子育て世代を大切にする施策を実施している。

米沢市は将来的に人口減少が進むことが想定されている。市民が住み続けたいと感じられるようなまちづくりを目指し、子育て世代を重視した教育施策として給食無償化や医療無償化に取り組んでいることがわかった。私たちの活動に賛同をいただき、次年度のバスツアー実施にあたり市長への協力をご相談した結果、「参加可能」との回答をいただくことができ部員一同「わくわく」した。



市長との交流会



市長室にわくわくの文字



発表



市長との記念撮影

4. 新たな展開

これまで地域資源である「紅花」を活用して商品開発をしてきたが、紅花は希少性が高く価格が高騰している。そこで、米沢市民に馴染みのある「うこぎ」に着目することにした。7月上旬に米沢栄養大学で開催されたうこぎの料理教室に参画をして実食をしてみるとうこぎは「ほろ苦い」大人の味がした。また、昨年米沢市内のスーパーが事業停止し、米沢市内の豆腐店で生産のときに出る「おから」の販売先を確保するのが大変であるという話を聞き「おから」を使ったスイーツ作りに挑戦してみることにした。7月下旬に地元のカフェを経営している旧米沢商業高校卒業生からご指導をいただき、米沢市の新たな銘菓を目指し「うこぎ」と「おから」を活用したスイーツ作りに挑戦した。試作のアンケートの結果を踏まえ、交流人口や関係人口の増加のきっかけとしたいと考えている。

若者よ、ウコギ食べよう
伝統野菜の効能など学ぶ料理教室

シャキシャキ食感に驚き
米沢市若者よ、ウコギ食べよう。伝統野菜の効能など学ぶ料理教室。参加者らはウコギを使ったスイーツ作り体験をした。ウコギの味や食感を堪能し、食感を保った。

うこぎの町米沢が主催の「米沢市若者よ、ウコギ食べよう」の料理教室。米沢市若者よ、ウコギ食べよう。伝統野菜の効能など学ぶ料理教室。参加者らはウコギを使ったスイーツ作り体験をした。ウコギの味や食感を堪能し、食感を保った。

古山裕喜会長(左から2人目)指導の下、うこぎ料理を作る参加者。米沢市・米沢栄養大

「ウコギ」は、(香原市)...

令和7年7月18日 山形新聞

米沢の紅花 可能性は
関係者や高校生 普及活動や今後語るシンポ

米沢市関係者や高校生ら、米沢の紅花の可能性について話し合った。米沢市関係者や高校生ら、米沢の紅花の可能性について話し合った。米沢市関係者や高校生ら、米沢の紅花の可能性について話し合った。

まづり開催中 各地でイベントや展示
米沢市関係者や高校生ら、米沢の紅花の可能性について話し合った。米沢市関係者や高校生ら、米沢の紅花の可能性について話し合った。米沢市関係者や高校生ら、米沢の紅花の可能性について話し合った。

紅花の魅力を発信し、可能性について意見を交わした。トークディスカッション。米沢市・伝説の社

令和7年7月19日 山形新聞



うこぎとおからを使ったスイーツ試作中



うこぎマドレーヌ



おからタン

5. これからの活動

今年は、バスツアーをすることで交流人口や関係人口を増やすことにチャレンジしたが物語には続きがある。この活動を1年で完結させるのではなく、新たな視点や発想から次の展開を模索することにした。目的は持続可能なまちづくりの在り方を考えることで、「フューチャーデザイン」を意識して、市民・企業・自治体の皆様と意見交換会をするだけでなく、地域課題を共有し解決するために実践活動をしたと考えている。

期日	内容
10月18日	地域資源の「うこぎ」や「おから」を活用したスイーツの販売
11月18日	大学・経営者とのまちづくりフォーラムにて米沢市の課題共有
11月29日	山形大学工学部によるロボットとの対話型市民会議への参画

フューチャーデザインは、将来世代は現在の政策決定に意思を反映できないという問題意識に立ち、現世代が将来可能性（将来世代の利益のための思考・行動）を発揮できる社会の仕組みをデザインすること。

令和7年度【知る】	令和8年度【関わる】	令和9年度【定着】
きっかけづくりと土台形成	交流の深化と継続性の確保	持続可能な仕組みの定着
米沢市への関心を高め、来訪の動機を創出する。地域交流の基盤づくりを開始する。	来訪者と地域の継続的な関係構築や地域住民・企業の主体的な参加促進。	地域交流の仕組みを定着させ、持続可能な運営体制を構築する。
<ul style="list-style-type: none"> ・バスツアー実施 ・おススメマップの作成 ・ワークショップの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・米沢銘菓を目指し商品開発 ・フォトロゲイニングによるまちあるき ・バスツアー継続実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・マルシェの継続参加 ・他地域との連携イベント（米沢フェア、物産展、交流ツアー）

第7章 おわりに

令和7年6月に米沢市に初めて住む学生に対してバスツアーを実施することができた。実施後のアンケート調査からは学生の満足度が高く成功で終わることができたと思われる。

バスツアーの準備やおススメマップの取材にあたり、地域の皆様との対話で常連客に支えられて経営が成り立っていることを話してくれた。また、インターネット通販等の影響があり個人商店の集客が減少していることも理解でき、おススメマップの参加店向けアンケートでは高校生に期待することが記載されており、地域の皆様との対話から学ぶことがあった。

令和8年度に向けて、「来訪者と地域の継続的な関係構築」をするためにまちづくりの一環として観光に力を入れて取り組みたいと考え、「観光客向け周遊」の新たなマップの作成に着手した。米沢市の関係部署にご提案をしたいと考えている。政府は「消費額拡大」と「地方誘客」をインバウンド施策の柱に据え地方都市への訪問を促進しているが、山形県全体として外国人観光客の認知度が低く米沢市も例外ではない。つまり、米沢市にはインバウンドに対して受入能力に余裕があるものと思われる。

ところで、まちづくりをスポーツの視点から実施する「フォトロゲイニング」の話を自治体からいただき、10月25日（土）にモニターとして参加することが決定した。持続可能なまちづくりになるように、意欲的に参加をさせていただきたいと考えている。

最後に、私たち自身がスキルアップすることを目的に10月26日（日）に福島県郡山市で開催される全国高等学校産業教育フェアに視察研修に行くことにしている。観光ビジネスのアイデアなどの商業的な知識に加え、工業・農業・家庭等の他教科の魅力について幅広く研修できるよう、積極的に参加をしていきたい。

フォトロゲイニングは、地図上にあらかじめ設定されたチェックポイントを制限時間内で多く巡り獲得した合計得点を競うスポーツである。

《 参考文献 》
 地域活動論を知る 尚絅学院大学出版会 松田 道雄
 ガチャガチャの経済学 株式会社プレジデント社 小野尾勝彦
 売上を減らそう 株式会社ライツ社 中村 朱美
 マーケティング 実教出版
 一般社団法人スマートシティ・インスティテュート「地域幸福度（Well-Being）指標」（参照日：2025. 7. 25）
 ユーザーローカル AI テキストマイニングによる分析