「大分県シビックテック推進事業 クラフトローカル」
Craft Local

「大分県シビックテック推進事業 クラフトローカル」

Craft Local

CASE STUDIES 2023

事例集

地域課題を紐解き
共に探検する

CASE STUDIES

クラフトローカル事例集について

デザイン思考とテクノロジーで地域課題に取り組む

住民が主体となり、テクノロジーを使って生活や行政サービス等をよりよくしていこうとする課題解決の取組手法を学ぶ、4か月間の実践型プログラム『大分県シビックテック推進事業 Craft Local ／クラフトローカル』（全9回）を大分県内3地域（中津市・宇佐市／臼杵市／豊後大野市・竹田市）で実施しました。地域ごとに公募し集まった一般参加者と、立命館アジア太平洋大学との協働により参加した大学生が1つのチームとなり、全7チームが取り組みました。
本事例集は、各チームが取り組んだ活動成果をとりまとめたものです。

Craft Local ／クラフトローカル

クラフトローカルでは、「地域を耕す3つの視点」を育てながら、デザイン思考を活用し、地域課題に対して「私たちはどうすれば○○できるか?」という問い「How Might We」を掲げ、ワークショップ、フィールドワークの実施や、専門家らのアドバイスを受け、解決策を考え改善していきました。

Mentor ／メンター

日本語で「指導者、助言者」と訳されビジネス界でも広まっている仕組みです。クラフトローカルでのメンターは、アドバイスはもちろんのこと、必要なネットワークの紹介や技術の補助、また良き相談相手となって、チームをサポートします。

キックオフ
多様なメンバーによるチームを結成し顔合わせと課題設定を行う

ワークショップ
デザイン思考を用いたアイデア創出のための2日間のワークショップ

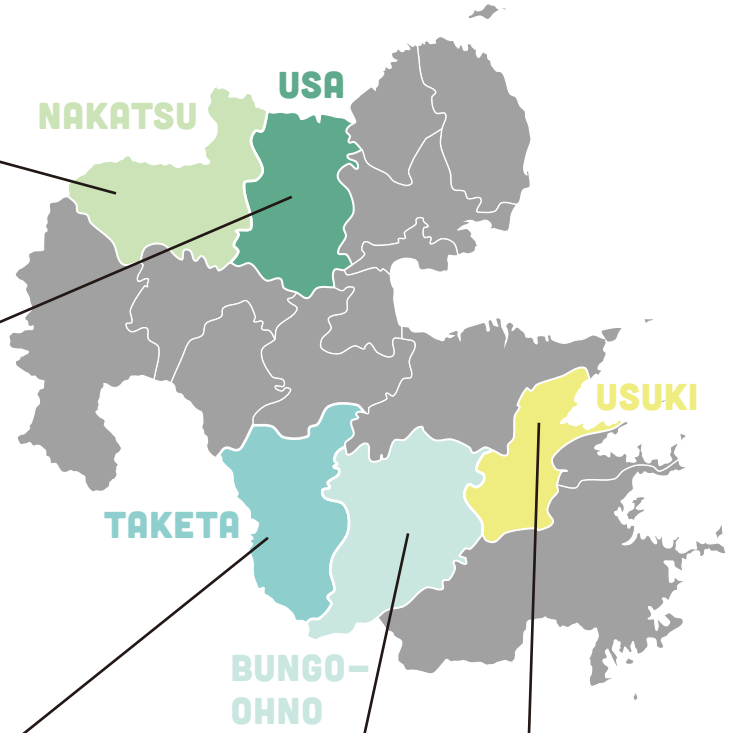
フィールドワーク
各地域へ実際に訪れ人や場所に出会い現場を知る・共感する

専門家セミナー
各地で活躍する専門家等の講義で理解を深める

プレゼンテーション
最終報告会ではチームで協力して活動成果を発表

AREA MAP

大分県内3地域



中津・宇佐エリア

中津市

- 人口総数　81,301人
- 面積　491.44㎢

宇佐市

- 人口総数　50,387人
- 面積　439.05㎢

豊後大野・竹田エリア

竹田市

- 人口総数　18,621人
- 面積　477.53㎢

豊後大野市

- 人口総数　31,585人
- 面積　603.14㎢

臼杵エリア

臼杵市

- 人口総数　33,946人
- 面積　291.20㎢

※人口総数は令和6年2月1日現在

大学連携

立命館アジア太平洋大学と大分県との連携

立命館アジア太平洋大学（APU）では、2023年度に持続可能な社会づくりと観光をテーマとするサステイナビリティ観光学部が設置されました。
高齢化が進む地域において持続可能な社会づくりは喫緊の課題であり、本学学生には座学だけでなくフィールドに出て実践的に地域課題に取り組むことを推奨しています。
「シビックテック推進事業」は、地域住民が多様な主体と連携し、地域の課題解決を図りながら、生活や行政サービスなどをよりよくしていこうとする取組であり、本学学生にとっても貴重な学びの機会となることから、事業に参画しました。

立命館アジア太平洋大学
サステイナビリティ観光学部　教授　須藤 智徳 氏

7 TEAMS' HMW

クラフトローカル取組一覧

	チーム名	How Might We
中津・宇佐	A チーム クロネコなかつ／10人	どうすれば私たちは、 猫に困っている人が 地域と猫を守る市民活動者に 変化させることができるだろうか？
中津・宇佐	B チーム カラアゲ／9人	どうすれば私たちは、 中津に住む若者が一度中津から離れた際に 「もう一度中津に戻ってチャレンジしたい」と 思えるような体験を 商店街の活用を通してデザインできるだろうか？
中津・宇佐	C チーム イモリの森／11人	どうすれば私たちは、田舎暮らしに 興味はあるが移住に踏み出せない人が 定住者になるために、宇佐市暮らしのリアルを 移住前に知れる体験をデザインできるだろうか？

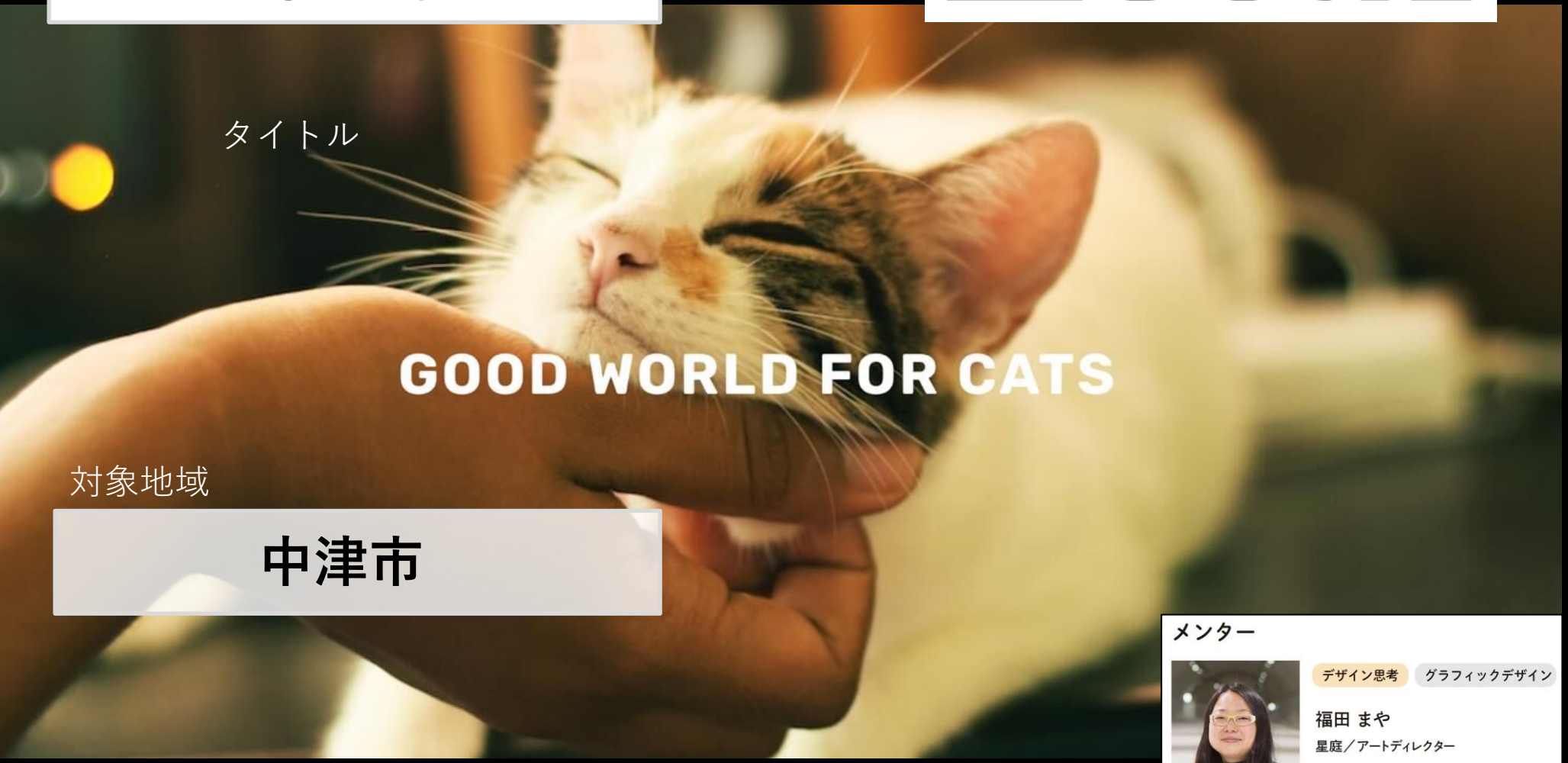
	チーム名	How Might We
臼杵	A チーム 9人	どうすれば私たちは、 大分・九州に移住したい人が 臼杵の良さを知るために臼杵の人と つながる体験をデザインできるだろうか？
臼杵	B チーム 臼杵教育サポートセンター／8人	どうすれば私たちは、 将来を求める若者と 未来を見据える臼杵の企業のために わくわくする出会いのきっかけを 生みだせるだろうか？
豊後大野・竹田	A チーム 12人	どうすれば私たちは、 福岡市に住む若者が 豊肥エリア（竹田市・豊後大野市）で、 自分に合った仕事を創れる仕事環境を デザインできるだろうか？
豊後大野・竹田	B チーム The移住ing／9人	どうすれば私たちは、 いずれは移住者になる観光客を 受け入れる暮らし方についての 共創体験をデザインできるだろうか？

Craft Local

チーム名

クロネコなかつ

タイトル



対象地域

中津市

メンター

デザイン思考　グラフィックデザイン

福田 まや

星庭／アートディレクター

耶馬溪町の森の中でデザイン事務所を運営。デザイン思考で地域課題に取り組む。

チーム紹介　クロネコなかつチーム　10名

会社員・主婦・自営業・大学生等

対象地域

中津市

地域の現状

地域猫の増加

地域の課題

地域で猫に困っている人がいる

私たちの「How Might We」

どうすれば私たちは、
猫に困っている人が
地域と猫を守る市民活動者に
変化させることができるだろうか？

解決策

猫に困った人へ、猫活動への入口として、必要な情報を伝える

将来的な地域ビジョン

猫と人が共生する未来を目指す

（1）私たちの「How Might We?」ができるまで

猫の増加により地域で猫に困っている人がいることに着目

猫カフェ、保護猫団体にインタビューを実施

・猫カフェ運営としての利益は少なく運営者の負担が大きい。

・餌やりの問題は高齢者には限らない

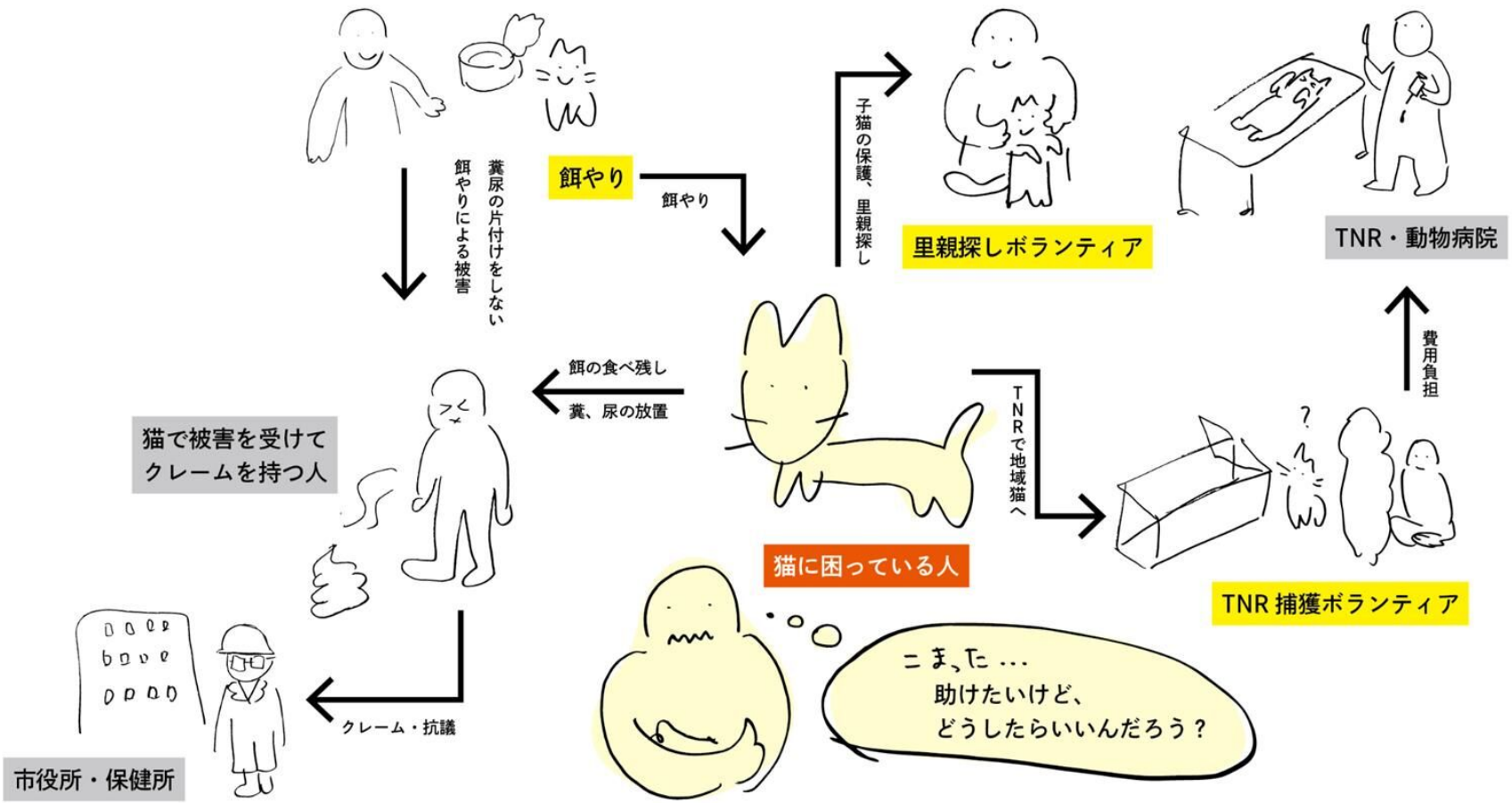
→猫の増加は、糞など多くの問題を引き起こすため、重要な問題であると分かった。

→高齢者が猫にえさやりを行う原因は孤独感からではなく、猫の可愛さや悲惨な状況がかわいそうだからえさやりを行っていることがわかった。

How Might We?

どうすれば私たちは、猫に困っている人が、地域と猫を守る市民活動者に変化させることができるだろうか？

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア



外猫に困る人を中心にした関係者マップ

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

動物病院、行政、ボランティア、個人・団体を対象に
アンケート実施

・情報や取り組みが一方通行の関係で、共有がしにくい。

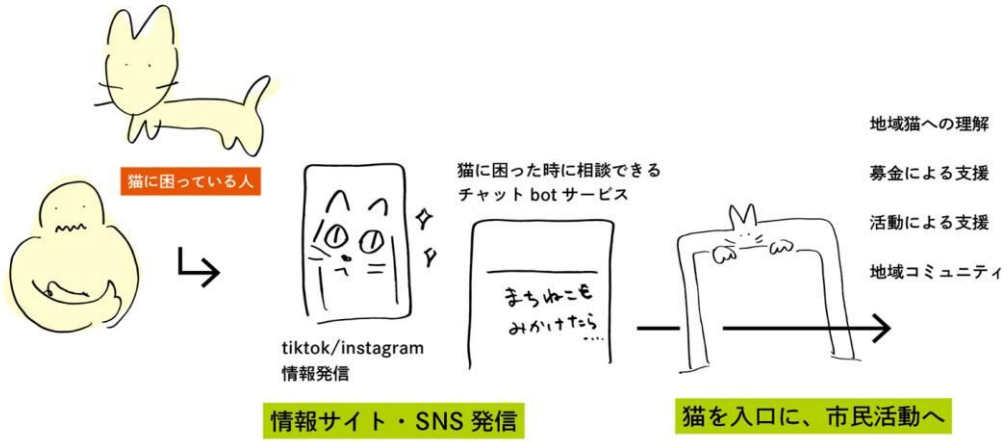
・足りない隙間を縫うような様々な取り組みをボランティアがしているが、中津地域における取り組みをお互いが知らない現状がある。

・さくら猫の啓発活動や地域猫への対処の仕方などの情報も得る。

→情報サイト・SNSから情報発信し、猫を入口に、猫に困っている人を市民活動へつなげることで猫に困っている状況をかえる。

Idea

猫に困った人へ、猫活動への入口として、必要な情報を伝える。



（３）アイデアのプロトタイプ(試作)

WEBサイト

ネコと人と地域が繋がる

「なかつにゃっと」

チャットbot「にゃんにゃん相談室」

猫について相談できるチャットボット

Instagram

ID：kuroneko_nakatu

（４）これからの私たちの活動について

クロネコなかつは、これから保護猫活動をすでに行っている民間ボランティア団体さんや個人の方たち、行政や市議会議員の方々とつながり、「ネコと人間が共生できる」地域に「中津市」がなっていくように活動を有機的につなげていきます！そのために・・・・

●今後のスケジュール

2月～4月

・サイト公開　ネコと人と地域が繋がる「なかつにゃっと」
・各団体との連携
・継続的な仕組みを構築・運用

（４）これからの私たちの活動について

WEBサイト	**WEBサイトを公開し、定期的に情報更新 コンテンツの充実・追加（ボランティアの登録、猫のフードやグッズの販売、協力企業の募集、補助金・助成金情報等）**
チャットbot	**にゃんにゃん相談室の利用者を対象にアンケートを実施し、機能の追加や、改善を検討**
SNS	**Instagramでの情報発信**
各団体との連携	**情報提供 ボランティアをしたい人とボランティアしている人をつなぐ、困っている人と解決できる人をつなぐ**
継続的な仕組みを構築・運用	**ふるさと納税の出品、協力企業の募集、ボランティアの方、一般向け商品の販売、困りごとのサポート等の実働での収入、サイトのアフィリエイト。寄付金・応援金等→運営費用やボランティア団体への寄付**

（４）これからの私たちの活動について

猫と人が共生する未来を目指す

知識を持ってもらいたい

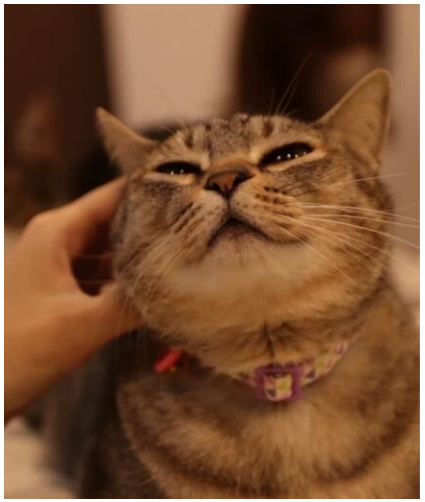
地域全体が猫を見守るような地域になってほしい

困っている人の手助けになって困る人が減るといい

現実にあるクレームが減少するように

現実に活動を行っていく人が増えるといい

一人ひとりができることを行っていくようになれば…



地域全体が猫を見守る・人を見守る

猫にやさしい社会 人にやさしい社会

チーム名

カラアゲ

Craft Local

タイトル

唐揚げ　ジュワッと　中津調査
～食べていたいよ　もっともっと～

対象地域

中津市

メンター

デザイン思考　グラフィックデザイン

福田 まや

星庭／アートディレクター

耶馬溪町の森の中でデザイン事務所を運営。デザイン思考で地域課題に取り組む。

公共不動産　ワークショップ

片野 裕貴

株式会社地域科学研究所

公共不動産の活用や施設マネジメント、ワークショップの運営をサポート。

公共不動産　産学官連携

上野 昌寛

株式会社地域科学研究所　課長

公共不動産の活用や施設マネジメント、産官学連携プロジェクトに携わる。

チーム紹介　カラアゲチーム　９名
会社員・大学生等

対象地域
中津市

地域の現状
商店街に活気がない

地域の課題
一度出た若者が中津に戻ってこない

私たちの「How Might We」
どうすれば私たちは、中津に住む若者が一度中津から離れた際に「もう一度中津に戻ってチャレンジしたい」と思えるような体験を商店街の活用を通してデザインできるだろうか？

解決策
・空き店舗を活用しながら、中津でチャレンジできる場をつくる
・活動や魅力をSNSで情報発信する

将来的な地域ビジョン
移住者・関係人口の増加（高校生は未来の移住者）
商店街の活性化、学生に優しいまちづくり
若者がまちづくりへ参画する場の創出、地元愛の向上

（１）私たちの「How Might We?」ができるまで

● 私たちが見た地域の現状

中津から出た若者たちが帰ってこない・チャレンジできる場所が少ない

● 問題定義

①駅周辺の商店街のシャッター商店街化

②学生たちが気軽に立ち寄れるような場所がない

● ありたい姿

①昼も活気な商店街・商店街の空き店舗を使ってチャレンジ

②高校生がまちづくりに参画（中津に戻ってきたいと思うような）

③若者が中津に戻ってきたいと思った時に、情報が分かりやすく入手できる

How Might We	**どうすれば私たちは、中津に住む若者が一度中津から離れた際に「もう一度中津に戻ってチャレンジしたい」と思えるような体験を商店街の活用を通してデザインできるだろうか？**

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

地元の高校生と一緒に情報発信のコンテンツを作成

・「新しいことにチャレンジできる場があります」「こんな大人が活動されています」といった情報発信

・今後、進学や就職で地元を離れる高校生が、地元の大人と交流することで、また中津に帰ってきたいと思ってもらうきっかけになる

最　終　目　標	**移住したい、戻ってきたいと思った時に 仕事や住まい、交流の機会に関する情報 を一つのサイトで検索できるようにする**

高校生をはじめとした若者が、中津の情報を集めたサイトを作る

日之出町商店街公式ホームページ、インスタグラムの更新

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

- **ユーザー（誰が使う？）**

  移住に関心がある人or中津出身で県外に住んでいる人

- **どういうシチュエーションで使ってもらう？**

  移住したい、戻ってきたいと思った時に仕事や住まい、交流の機会に関する情報を一つのサイトで検索できるようにする

- **使った人はどう変わる？地域はどうなる？**

  ・高校生をはじめとした若者が中津のことをもっと知ってみたいと考える

  ・中津が新しいことをしていると知り、中津に帰ってみようかと考えるようになる

  →中津に戻ってくるきっかけになる

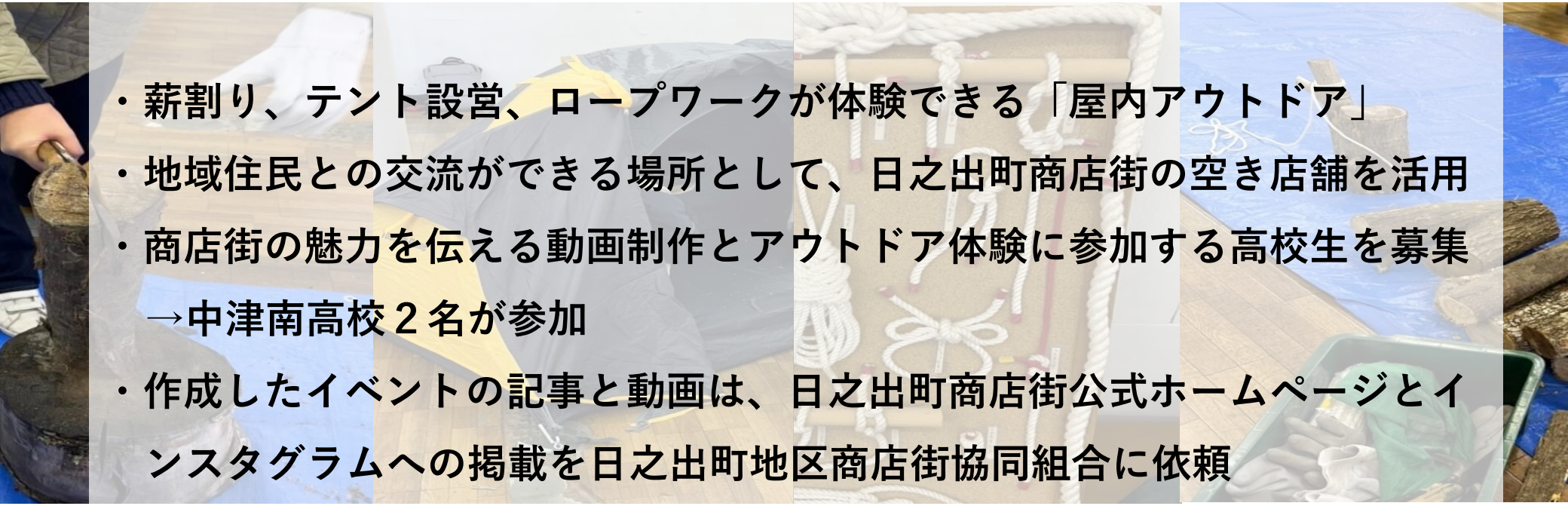
- **その解決策は、誰に働きかけるもの？（誰に変化が生じる？）**

  移住に関心がある人or中津出身で県外に住んでいる人

（３）アイデアのプロトタイプ(試作/検証)

● どのようなプロトタイプを実証したのか？

日之出町商店街で高校生と地元の大人が交流するアウトドア体験イベントの開催
その様子を高校生と一緒に動画をつくり、商店街のホームページやＳＮＳに掲載する



・薪割り、テント設営、ロープワークが体験できる「屋内アウトドア」
・地域住民との交流ができる場所として、日之出町商店街の空き店舗を活用
・商店街の魅力を伝える動画制作とアウトドア体験に参加する高校生を募集
→中津南高校２名が参加
・作成したイベントの記事と動画は、日之出町商店街公式ホームページとインスタグラムへの掲載を日之出町地区商店街協同組合に依頼

（３）アイデアのプロトタイプ(試作/検証)

●誰にどんなフィードバックを得たか？

参加者（大人）からのフィードバック

「県外の人に携わっていただいたことで、中津をより知ってもらえたと思う。今後大分県の中津市があるということを伝えてほしい。興味を持ってもらえたらこれからもっと中津市に関わって欲しいと思う。」

参加者（高校生）からのフィードバック

「もともとは友達にくっついてきた感じで、人見知りがあるからうまくできるか不安だったけど楽しかった。」

「2人だったけど、動画の編集を実際にできたりとてもいい経験ができた。写真撮影や大学生の方と協力できる機会があれば嬉しい。」

（４）これからの私たちの活動について

● 今後、プロトタイプがどうなればいい？

地域住民が継続的に触れ合う場所の提供

● 地域はどうなってほしい？

大きな目標「定住人口を増やす」

小さな目標「シャッター街を盛り上げる」

● チームの今後のスケジュール

今後のビジョンを明確にして、高校生が主体的に動けるような環境を作り継続的に活動してもらうために部活動化する

（４）これからの私たちの活動について

最終目標の「移住したい、戻ってきたいと思った時に仕事や住まい、交流の機会に関する情報を一つのサイトで検索できる」中津市ホームページのイメージ

チーム名

イモリの森

Craft Local

タイトル

対象地域

宇佐市

メンター

デザイン思考　グラフィックデザイン

福田 まや

星庭／アートディレクター

耶馬溪町の森の中でデザイン事務所を運営。デザイン思考で地域課題に取り組む。

ツーリズム　地域支援

谷 知英

写真家・協育コーディネーター

ツーリズムや撮影とあわせて、多種の地域支援に関わる。

チーム紹介　イモリの森チーム　11名
会社員、自営業、大学生等

対象地域
宇佐市

地域の現状
人口減少・高齢化・空き家問題

地域の課題
地域活力の衰退、新規移住者促進

私たちの「How Might We」
どうすれば私たちは、田舎暮らしに興味はあるが移住に踏み出せない人が定住者になるために、宇佐市暮らしのリアルを移住前に知れる体験をデザインできるだろうか？

解決策
移住を希望する若者と地域を繋ぐ、移住希望者特化型デジタルマップの構築

将来的な地域ビジョン
移住検討段階から宇佐市の移住情報を入手しやすくし不安を解消。地域とリアルなつながりを感じられるきっかけを作り移住者増加に繋げる

（１）私たちの「How Might We?」ができるまで

●私たちが見た地域の現状

過去に**多くの移住者が移り住み「元気な田舎」として賑わったイモリ谷**（安心院町松本地区）でフィールドワークを行い、移住者へインタビューを実施した。すると**新たな移住者が増えず住民の高齢化が加速している**ことが分かってきた。主な原因は空き家がない（空き家バンクに未登録）ことや、宅地への農地転用が難しいなどで、**新規移住者の受け入れが厳しい状況が分かった**。

さらに周辺地域の様子にも思いを巡らせると、**にぎわいや活力が必要なのは**イモリ谷地区だけでなく、**宇佐市全体だということに改めて気が付いた。**

（１）私たちの「How Might We?」ができるまで

●問題定義

活力を求める地域は活力を求めている一方で、移住者はより良い移住先を探している。両者を繋ぐ方法がない。

●ありたい姿

宇佐市への移住情報を事前に入手しやすくし不安を解消。移住者が地域とリアルな「つながり」を感じられるしくみを作り、新規移住者の増加と地域活性化のきっかけにしたい。

●その他（活動内容）

移住希望者を想定した日帰り体験移住を実施。リアルな移住後の暮らしを体感することで、「可視化」がプロトタイプを作る上で重要なことが分かった。

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

●ユーザー（誰が使う？）

田舎暮らしへの興味はあるが、移住への不安がある

「都市圏に住む20代後半の若者」

●考えたデータ・デジタルを活用した解決策は？

さまざまな生活情報を可視化し、

宇佐市への移住後の生活がリアルに想像できる

「総合デジタルマップの構築」

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

●どういうシチュエーションで使ってもらう？（案）

・移住フェアや交流イベントで実際にマップを使用してもらう
・先輩移住者が移住希望者に薦める
・移住や地域情報を発信するSNSでマップを共有する

●使った人はどう変わる？地域はどうなる？

移住希望者がマップを利用することで宇佐市の情報を立体的に把握でき、地域の理解度が向上。移住先として選択されやすくなり、宇佐市への移住者が増える

●その解決策は、誰に働きかけるもの？

（誰に変化が生じる？）

移住希望者の満足度向上と、移住者が増加する地域住民

（３）アイデアのプロトタイプ(試作)

●どのようなプロトタイプを実証したのか？

◈Googleマイマップのカスタマイズ(写真１)

◈マップへの導入動画制作(写真２)

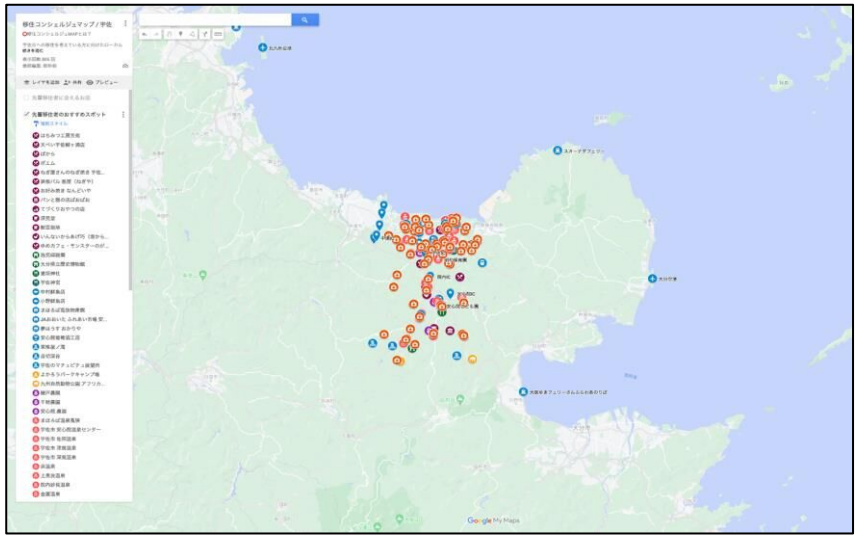


写真１

写真２

（４）プロトタイプの検証

●誰にどんなフィードバックを得たか？

①マップに必要な要素を見つけるために、先輩移住者に自身の移住体験をアンケート（googleフォームを利用）

②移住者以外にも移住コンシェルジュマップを使用してもらい、使用感や意見をアンケート（googleフォームを利用）

●それを受けてどう改善したか、改善しようと思うのか？

11人から回答を得られた。一番多い意見は「さらに詳しい情報が欲しい」。現在掲載している情報は市の移住サイトなどから引用している。本格運用する際には改めて取材などを行い情報の充実を図る必要がある。

（５）これからの私たちの活動について

●今後、プロトタイプがどうなればいい？

移住コンシェルジュマップはメンバーが情報を記入し製作したが実用レベルにするためには、移住希望者が知りたい情報を常にアップデートし続けることが重要。
先輩移住者や市民などの協力を得て、最新情報を追記していきながらマップを成長させていく仕組みを作ることが大切と考えている。
マップを見た移住希望者の不安が少しでもワクワクに変化していくツールになって欲しい。

●チームの今後のスケジュール

アンケート結果を基に、プロトタイプを改修。実用レベルへ導くためにチームメンバーを中心に宇佐市、大分県北部振興局など関係者を巻き込みながら、運用方法を模索していきたい。

チーム名

臼杵A

Craft Local

タイトル

うすきライフスケッチ

対象地域

臼杵市

メンター

創業支援　事業計画策定

宮井 智史

株式会社ASO

年間300件以上の起業支援。多様なネットワークを活かし事業化を支援している。

ワークショップ　演劇

堺 絵理

株式会社地域科学研究所 主任

地域運営デジタル化や、ワークショップの企画運営をサポート。

チーム紹介

臼杵Aチーム　９名
移住者、臼杵市在住30年、
地域おこし協力隊、行政職員、大学生

対象地域

臼杵市

地域の現状

高齢化・人口減少・移住者増加、臼杵に住んでいる人は臼杵がいいのは当たり前と思っている。

地域の課題

臼杵のよさが外に（内にも）伝わりにくい

私たちの「How Might We」

どうすれば私たちは、大分・九州に移住したい人が臼杵の良さを知るために臼杵の人とつながる体験をデザインできるだろうか？

解決策

・**SNS**を活用した臼杵の**ヒトや食、文化**などを発信
・**うすきチャンネル**との協働による情報発信を実施

将来的な地域ビジョン

・移住を考えている人が臼杵を選び「ずっと住み続けたい」と考える場所や機会を提供→**移住者の増加**
・臼杵に住んでいる人と移住してきた人の交流を促進
→**臼杵の良さを再認識、シビックプライドを醸成**

（１）私たちの「How Might We?」ができるまで

臼杵のすばらしいもの＝水
暮らし、文化、食を育んできたが、住んでいる人が気づいていない！

初期のHow Might We

「どうすれば私たちは、臼杵の水の良さに鈍感な人がその価値を知り、守っていくという気持ちを育む体験をデザインできるだろうか？」

フィールドワークから見えてきたこと…

・臼杵は小京都みたいで、きれいなのに、人がいないし、熱量が伝わってこない…
・熱量が見えないだけで、熱量がないのではない。
・会話のきっかけの質問をすると、地元の人はたくさん教えてくれる。
・臼杵の人のもっている熱量（passion）をきちんと伝えられたらいいな。
・外から臼杵を見ると「もったいない」と思うけど、市民は求めていない？
・人が減って、臼杵に長く住んでいる人でも「**なんとかせんといけん**」と思っている人がいる。
　➡　一方で、足を引っ張る人もいる。
　➡　その結果、言いにくくなる雰囲気がある。
・でも外から入ってきた人は、もっと外にＰＲしたい！
・それぞれの考え方を受け入れられにくい雰囲気がある。

（１）私たちの「How Might We?」ができるまで

臼杵を好きになって移住してくる人が増え、
もっと臼杵を好きになって
臼杵を盛り上げたい仲間を増やしたい。

How Might We

どうすれば私たちは、
田舎（九州・大分）に移住したい人が
臼杵の良さを知るために
臼杵の人とつながる体験をデザインできるだろうか？

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

①YouTube―うすきチャンネル内で配信

・**その人の素**が見えるような人にフォーカスした動画

カメラを向けてインタビュー形式で行う場合つくられた言葉になりやすい

→その人の**普段の姿**を意識

・長めの１～3分の動画を配信＋テイストを統一させたものをつくる

②instagram…

アカウント名＝**@usuki_life / 臼杵ライフスケッチ**

・日常を切り取った動画で自分が暮らしているイメージを持ってもらう

→懐かしい臼杵の風景を入れる＝エモーショナルな動画

・15～30秒くらいの動画　→続きはYouTubeに！みたいに誘導する

・作った短い動画はYouTubeにもアップする

人にフォーカスした動画で地域の人々のありのままを映し、人柄や悪い面も含めた臼杵を伝えていく

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

●ユーザー（誰が使う？）

○ 若者・移住を視野に入れた情報取集中の人

●どういうシチュエーションで使ってもらう？

○ 移住先を探す時

●使った人はどう変わる？　地域はどうなる？

○ 臼杵に関する情報を入手し、移住先候補に入れてもらえる

●その解決策は、誰に働きかけるもの？（誰に変化が生じる？）

○ 移住希望者、間接的に、行政・市民に働きかける

「地域」と繋がることが、まず移住者にとって最も大切なこと！

地域を盛り上げてきた「地元の人」を知り、「思い」を聞き、
それを動画にして発信したい！

（３）アイデアのプロトタイプ(試作・検証)

- **インスタグラムのアカウント作成**

- **動画作成、投稿**

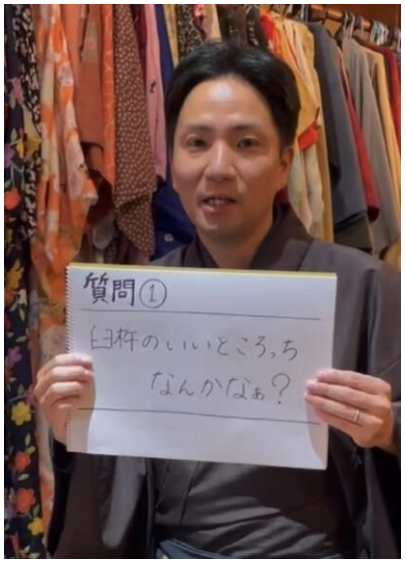
←地域の人のカメラフォルダーにあった素敵な臼杵の景色を動画に作成！

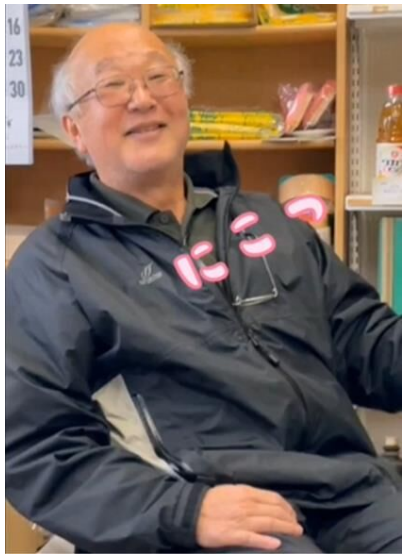
- **二次元コードポップの設置**

←インスタグラムアカウントの二次元コードポップを臼杵市の飲食店や案内所などに設置！

（３）アイデアのプロトタイプ(試作・検証)

臼杵市の人
（YouTubeメイン）





カメラ目線で言葉も
セリフのような動画

オフシーンのような部分
を取り入れた動画に

インタビュー形式で、
①臼杵のよさ
②〇〇さんの夢
③臼杵のこれから
について撮影し、どんな人
柄なのかを伝える

その人の素が見える動画
→その人自身を好きになるよ
　うな動画に
→クスッとなる一瞬も取り入
　れる
＝一般市民だからこそ使える
　一部こそ配信！

臼杵市の日常の風景
（インスタグラムメイン）

企画や撮影・編集が比較的
簡単な日常風景の**ショート動画**
からスタートし継続を意識!

＋

ありのままの日常
臼杵での生活をイメージ

（４）これからの私たちの活動について

● 今後のイメージ

地元生活者を含むグループ

うすきライフスケッチ

・Instagramアカウントの更新、臼杵の風景

・PRツールの作成＆配布、名刺カード・チラシ

・地元の方へのアプローチ、インタビュー素材と協力者

・生活イメージ
・相談受付

・情報収集
・相談

移住希望者

外部機関との協力

・情報収集

・情報収集
・相談

・生配信による
臼杵住民のリアル

地元Youtubeメディア

うすきチャンネル

・Youtube配信への出演

・動画作成へのアドバイス

「市の移住担当部署」

行政

・行政支援

市の移住担当部署

・PRツールの配布委託

・移住相談または希望者へ

「うすきライフスケッチ」の案内

（５）これからの私たちの活動について

継続に向けた課題

それぞれの生活のなかで**「うすきライフスケッチ」**に
どのくらいリソースを割けるか！？

・・・・じゃけんど！

動画撮影できる仕組みをつくる　・・・ゆる～く

＝**自分たち＋仲間のネットワーク**を作っていこう

ex)カメラマンの登竜門！として臼杵の写真,動画コンテストを開催
=臼杵フォトトリップと連携する

ex)ほっとさんスタジオの再活用←プチインターンシップなど

☆アイデアを出しながらここでの繋がりを楽しく継続させる

Craft Local

チーム名

UESC

臼杵教育サポートセンター

タイトル

学生と企業が「おもしろい!!」を創るインターンシッププラットフォーム

FUKIDASH

対象地域

臼杵市

メンター

創業支援　事業計画策定

宮井 智史

株式会社ASO

年間300件以上の起業支援。多様なネットワークを活かし事業化を支援している。

チーム紹介

臼杵教育サポートセンター　８名

自営業、就農者、フリーランスWeBデザイナー、グラフィックデザイナー、会社員、大学生

対象地域

臼杵市

地域の現状

街や企業に若者が減っている

地域の課題

若者とつながるきっかけがない
若者が挑戦できる環境がない

私たちの「How Might We」

どうすれば私たちは、将来を求める若者と未来を見据える臼杵の企業のためにわくわくする出会いのきっかけを生みだせるだろうか？

解決策

学生と企業が互いの意見を出し合って『**おもしろい!!**』インターンシップを作り上げるプラットフォーム（インターンシップマッチングサイト）の構築

将来的な地域ビジョン

『**おもしろい!!** 』を通して、挑戦したい若者が挑戦し
地域や企業に若者が溢れるイケてる臼杵に

（１）私たちの「How Might We?」ができるまで

初期のHow Might We?

どうすれば「挑戦するきっかけがほしい若者」のために
「一緒に挑戦してくれる臼杵の仲間」を生みだせるだろうか？

どちらも
winwinに

「学生は十分にメリットがある」
「臼杵の企業や地域にメリットがある」

How Might We?

どうすれば「将来を求める若者」と「未来を見据える臼杵の企業」のために「わくわくする出会いのきっかけ」を生みだせるだろうか？

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

『おもしろい！！』

インターンシップ作り

学生アンケート

・**優先順位**(インターンシップの目的)

１位：経験

2位：就活

※ 経験 39名　就活 15名

・**単位がなくても自身の望むものに参加したいか**

Yes: 93%

※ はい 56名　いいえ4名

経験できるなら参加してくれそう

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

■協定型及び自由型(単位が出る)インターン

■有償(無償)の長期インターン

■有償(無償)の短期インターン　　など

それぞれに合わせたプラン作りを行う

今まで「やりたくなかった」「面白くなかった」インターンシップが、双方にとって意味があるものに

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

ビジネスモデルの全体像

インターンシップ（就労）支援ビジネスモデル

Internship of the Student by the Student for the Student
Internship of the Company by the Company for the Company

Matching !

学生　　**臼杵教育サポートセンター**　　**企業**

UESC

臼杵教育サポートセンター(UESC)の活動は、学生チャレンジの場作りと企業の雇用や自社の発展の場作り

（３）アイデアのプロトタイプ(試作)

● インターンシップマッチングサイト「FUKIDASHI」のプロトタイプ構築

学生と企業が互いの意見を出し合って『**おもしろい！！**』インターンシップを作り上げるプラットフォーム

- トップ
- サービス説明
- インターンシップ募集
- 掲載希望企業募集
- 作成用学生マッチング
- 会社概要　など

情報発信のみでなく、マッチングやサポートも

● インターンシッププログラムのプロトタイプ構築

- 廃棄予定農産物を活用した商品開発
- 農業体験
- サイトを考える/つくる/運用等実践的な内容
- ワークショップのニーズ調査、競合調査等
- リソースを活用したセミナー・ワークショップコンテンツ作り

（４）これからの私たちの活動について

プロトタイプの改善に向けて

■改めて学生の求めるインターンシップ調査

■サイト内での企業情報の出し方の検証

■サイト内での学生と企業のやり取りの仕組み検証

■カリキュラム構築に効率性を求めることが可能か　など

（４）これからの私たちの活動について

私たちは『おもしろい!!』を通して、挑戦したい若者が挑戦する機会を創り地域や企業に若者が溢れるイケてる街、臼杵を進化させていく事に挑戦します。

臼杵市の今後

『おもしろい!!』場所がある

UESC

『おもしろい!!』場所にする

（４）これからの私たちの活動について

「FUKIDASHI」及び「UESC」の今後

正規サイトの構築

■「FUKIDASHI」を正式リリース
■マッチングシステムの仕組み作り

学校や学生と連携

■APUなど大学や高校に相談
■一緒にインターンを考える学生募集

組織や企業と連携

■臼杵青年会議所など地域組織に提案
■イベントなどを通して啓蒙

法人化して事業を推進

■法人(一般社団設立を想定)の設立準備し、全国へ

チーム名

豊後大野・竹田 A

Craft Local

タイトル

大分県竹田・豊後大野 インターン紹介サイト

対象地域

豊後大野・竹田市

メンター

公共不動産　GISデータ活用

西田　稔彦

株式会社 地域科学研究所　課長

公共不動産の活用を通して全国のプロジェクトに関わる。

地域活性化　サウナ

髙橋ケン

おんせん県いいサウナ研究所

サウナのまち豊後大野、発起人。アイデアから地域での実現まで。

チーム紹介　豊後大野・竹田Aチーム　12名

起業家、会社員、団体職員、大学生等

対象地域

豊後大野・竹田市

地域の現状

人口減少で慢性的な人財不足

地域の課題

豊肥エリアの認知度の低さ

私たちの「How Might We」

どうすれば私たちは、福岡市に住む若者が豊肥エリア（竹田市・豊後大野市）で、自分に合った仕事を創れる仕事環境をデザインできるだろうか？

解決策

地域企業と都市部の若者をむすぶ、インターンシップとワークホリデー制度の創造

将来的な地域ビジョン

都市部の若者に向けて、親近感のある情報発信で移住に繋げる

（1）私たちの「How Might We?」ができるまで

初期のHow Might We

どうすれば私たちは、Uターンする若者が自分に合った仕事を創れる仕事環境をデザインできるか

チームメンバーの中で違和感があり、言葉を一つ一つを 分解し、考察して全員が 納得する言葉への再定義を行った。

Uターンのみではなく、I・Jターンなどを取り込んだ「若者が自分に合った仕事環境を提供 できる」活動をめざすこととし、対象の都市の絞り込みも行い、最も近い都市である福岡市 をターゲットにした。

How Might We

どうすれば私たちは、福岡市（＝都心部）に住む若者が豊肥エリア（竹田市・豊後大野市）で、自分に合った仕事 を 創れる仕事環境をデザインできるだろうか

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

デジタル技術、データを活用した解決策

Google Formsで**若者の「田舎」に対するイメージ**と**移住者の現状**の**調査アンケート**を実施

アンケート結果から**「若い人たちがチャレンジしやすい環境と、地域の人が応援できる」場を用意すること**が**解決策**として浮上

インターンシップやワークホリデーの整備・活用で**課題解消**

SNS・ランディングページなどを活用した情報発信で若者と地域の人や地元企業をつないでいく

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

- 移住希望者に対して選択肢を提示した仕事選択のアプローチ
- 情報発信（SNS）の入口強化
- 現地に行った時に情報収集の困難さが課題

  →現地の人が案内・対話するプロセス

  ○ ツアー（観光・仕事）

  ○ 人のマッチング

  ○ イベント

  地域の人（先輩起業家等）がセミナー、プレゼン、交流会
- APUの学生を誘致
- 地域特有の仕事へのインターンシップ
- ワーホリ（仕事と暮らしを体験）

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

■情報発信の入口強化策

- ランディングページの開発とアップ
- 動画などをSNSへ投稿

■インターン受け入れ先企業との連携

- 企業情報の収集
- インターン情報をランディングページに掲載
- 企業紹介動画の制作とランディングページおよびSNSへの投稿

■インターン・ワークホリデーや地域応援などの交流づくり

- ファンサイト構築
  チャットや会議、地域産物の買い物や旅行／イベントなどの紹介

（３）アイデアのプロトタイプ(試作)

インターン ランディングページ

竹田・豊後大野インターンサイト「HooHii」概要

HooHiiとは？

HooHiiは、**豊肥地区(豊後大野・竹田)の企業が開催している学生向けインターンシップの情報提供サイト**です。既存のインターンシップ紹介サイトとの差別化を図るため、インターンに関する情報の出し方を工夫しています。例えば、単に企業情報を掲載するだけでなく、インターン先の**企業の声**や、実際にインターンに参加した人の**体験談**を掲載。また、**地域の魅力**を伝えるべく、地域行事に関する記事も随時更新予定です。インターンだけでなく、地域を知ることができる、そんなサイトを目指しています。

HooHiiの背景

私たちは、若い世代が移住したいと思える地域を「**若い人がチャレンジしやすい環境**があり、**町の人もそれを応援できるところ**」と考えました。そこでインターンやワーホリの整備・活用を行い、「新たなことへの挑戦」の機会を提供するだけでなく、地域社会との交流を通して「もっと地域について知ってもらう」ことを目標に製作しました。利用者には、あまたあるインターン紹介サイトの中でも【HooHiiを活用してよかった】と思ってもらえるような価値を提供していきます。

大分県竹田・豊後大野
インターンサイト
HooHii

掲載内容

- インターン企業紹介
- インターン体験動画
- 豊肥エリア体験記
- ファンサイト、共創体験、イベント情報

今後の展望

現段階でのインターン情報掲載量や、関連記事数は不十分であるため、今後は積極的な情報収集とインターン参加を行っていきたいと考えています。また、HooHiiを通じてインターンに参加していただいた学生にもご協力いただき、体験談を掲載していく予定です。ぜひ公式サイトやSNSアカウントからコンテンツを覗いてみてください♪

SNSも活用し認知度UP⤴

学生対象に行ったアンケートの結果から、移住に関する**情報をSNSで入手する**という傾向がわかりました。そのため、私たちはHooHiiをより多くの方に興味を持ってもらえるよう、TikTokやInstagram, Youtubeといった**SNSを活用**し、HooHiiの認知度を上げていきます。主なコンテンツは**"短い動画"**で配信し、情報の**手軽さ・面白さ**を重視しています。

動画

HooHii 職場見学動画第一弾!
動画タイトル

2次元コード

www.動画リンク

製作：豊後大野・竹田Aチーム

SNSアカウント

HooHii公式サイト

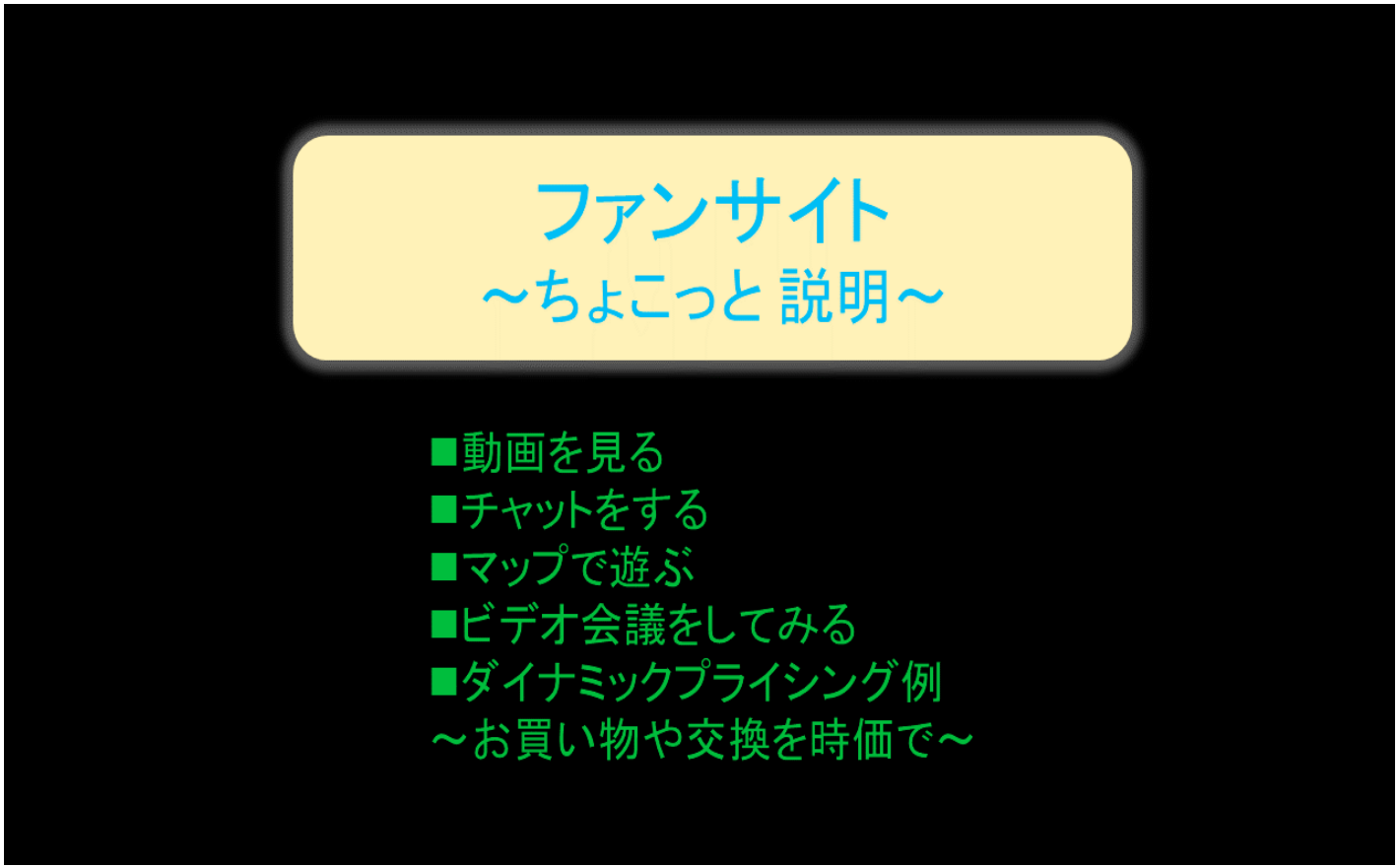
（３）アイデアのプロトタイプ(試作)

チームメンバーでインターンを経験

→インターン先のインタビュー動画を作成

（３）アイデアのプロトタイプ(試作)

ファンサイトの作成



（５）これからの私たちの活動について

**　都市部の人は、地域から発信されている多くの情報に 親和性がなく、地域へ一歩踏み込む気持ちになりづらい。**

**　等身大の若者が 地域の中で得た経験を発信していくことで、都会の人々に「田舎暮らしを自分事として捉えてもらうきっかけ」を提供していきたい。**

（行政との連携を視野に入れる）

チーム名

The 移住ing

Craft Local

タイトル

The 移住ing

移住にグラデーションを！

対象地域

豊後大野・竹田市

メンター

公共不動産　GISデータ活用

西田　稔彦

株式会社 地域科学研究所　課長

公共不動産の活用を通して全国のプロジェクトに関わる。

チーム紹介

The 移住ingチーム　９名

会社員、自営業、大学生等

対象地域

豊後大野・竹田市

地域の現状

観光資源が少ない、アクセスが悪い

地域の課題

宿泊客減・地域の存続、人手不足

私たちの「How Might We」

どうすれば私たちは、いずれは移住者になる観光客を受け入れる暮らし方についての共創体験をデザインできるだろうか？

解決策

滞在型・体験型観光を提供

◎ユーザー

田舎への移住を考えている人

将来的な地域ビジョン

移住決定までにかかるあらゆるハードルを下げる

田舎への移住を考えている人と繁忙期に人手が不足している地域事業者を繋げる

（１）私たちの「How Might We?」ができるまで

●豊後大野・竹田地域は人手不足に対して深刻な課題。アクセス悪い。

●観光という視点だけでなく、移住と観光のはざまのニーズがあるのでは？

「どうすれば私たちは、いずれは移住者になる観光客を受け入れる暮らし方についての共創体験をデザインできるだろうか？」

●地域を知る足がかりを探している人
vs 繁忙期に人手が不足している地域事業者

●「The 移住ing」半日アルバイト、半日フリー　スタイル（仕事と観光）

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

廃校を利用したい！農業体験したい！実際に住む時をイメージした体験

データ・デジタルを活用した解決策

→地域を観光する際に、GISサーベイ（アンケート結果を位置情報と紐づけて地図にする）を使ってもらう

デジタルマガジンの作成

→noteにて、体験で感じたこと等を発信

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

廃校を利用！移住体験マッチングサービス

廃校を使った宿泊施設と**農家**と提携を結び、移住決定までにかかるコストを軽減させることで、移住へのハードルを下げると共に、宿泊施設利用客減少問題、農家の人手不足問題を解決させる。

ターゲット　：**九州圏外の方**

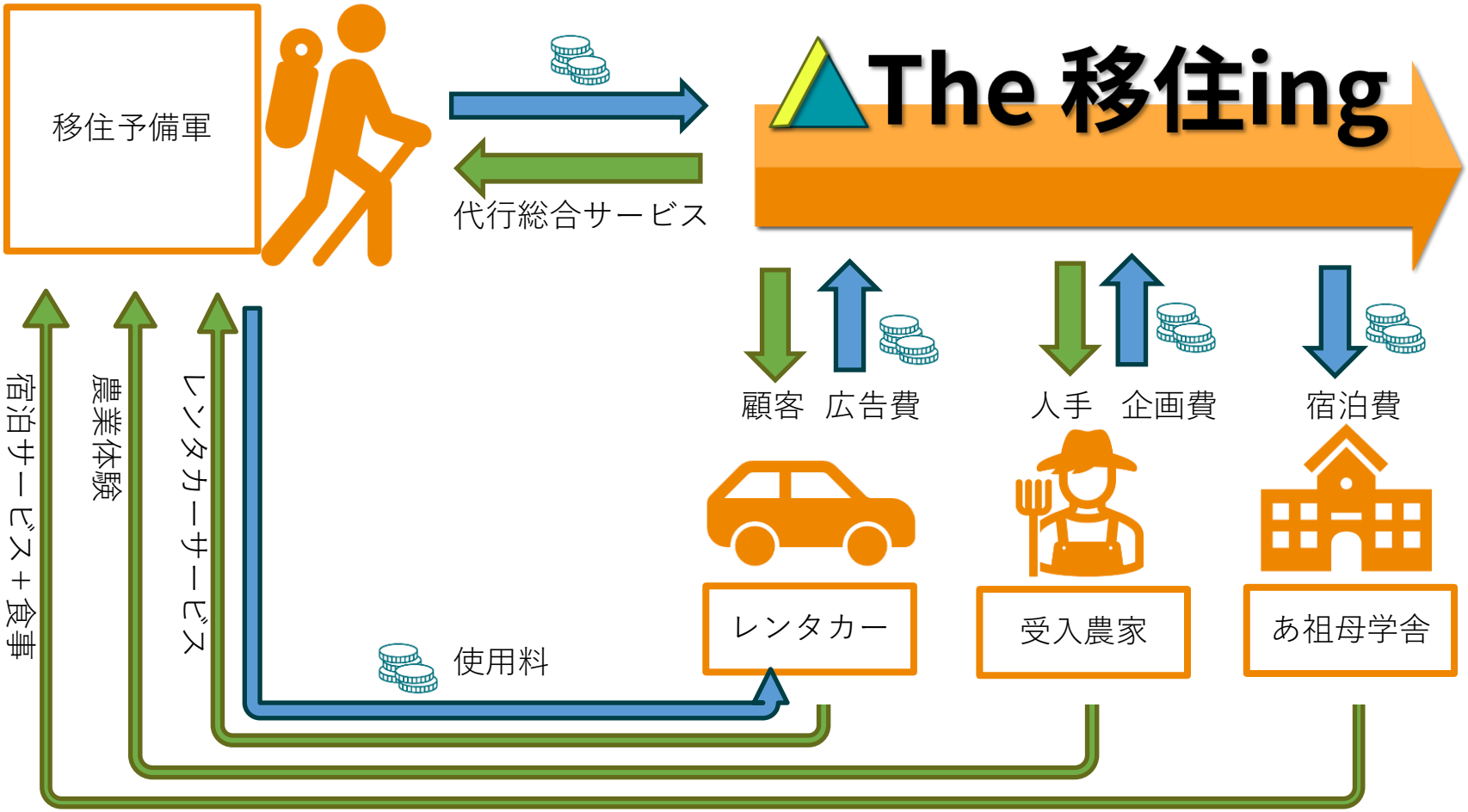
参加費　：**1万円**

サービス　：**1泊2日宿泊　2食付**
農業体験
観光

宿泊場所　：**あ祖母学舎(竹田市)**

受入農家　：**●ピーマン農家**
●カボス農家
●トマト農家

（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア



（２）「How Might We?」に対する私たちのアイデア

DAY1　Sat.

12:00　熊本空港到着

観光
GISサーベイ利用必須

18:00　あ祖母学舎　到着

19:00　夕飯

21:00　サウナ体験

23:00　就寝

DAY2　Sun.

06:00　起床

07:00　朝食

08:00　農業体験START

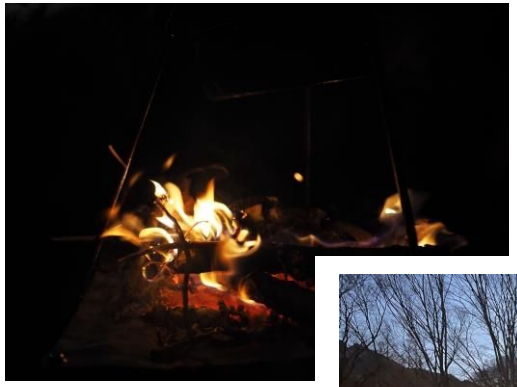
12:00　自由解散

感想
note+

（３）アイデアのプロトタイプ(試作・検証)

APU学生が実際に豊後大野市でのツアープログラム体験

◆1st DAY　焚火体験　サウナ体験



◆2nd DAY　椎茸農家

（３）アイデアのプロトタイプ(試作・検証)

APU学生が実際に豊後大野市でのツアープログラム体験の感想

・野外で火を使って調理する体験は新鮮で楽しかった。

・収穫体験が出来なかったのは残念だった。

・サウナには普段一人で行くことが多いが、仲間達とサウナに入るという体験は、この共創体験の場がなかったら一生なかったのだろうなと思うと非常に思い出深い経験となった。

・今回の共創体験では、頭で考えていたことを実際に体験してみることで新たな発見、想像していたことと全く違うこと、体験したからこそ得られた気づきがあった。

・実際に体験したことで自分事のように感じられるようになったことは大きな収穫だと感じている。

（５）これからの私たちの活動について

地域目標

・移住に興味を持っている人と地域の人が繋がる
　コミュニティがある
・繁忙期の人手不足解消
・地域住民が知る観光資源の発信

事業目標

・プロトタイプの実証
　→実際にお客様を受け入れてみる（目標：2組　来年7月まで）
　→あ祖母学舎にアイデアを譲渡
・情報発信
　→Instagramの作成