

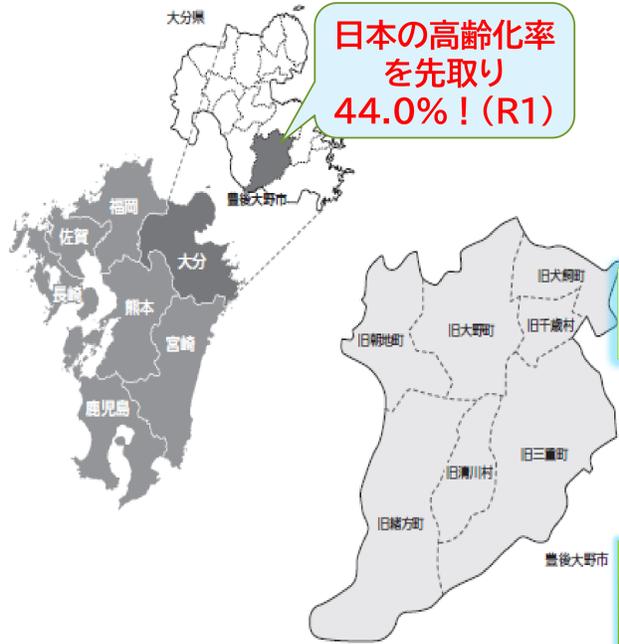


# 大分県豊後大野市における「大人の社会見学」事業 (豊後大野市・大分県立三重総合高校・大分大学経済学部の3者連携協働事業)

豊後大野市まちづくり推進課 大分県立三重総合高等学校 メディア科学科  
大分大学経済学部経営システム学科交通論(大井尚司)研究室  
技術支援: 日本工営株式会社(福岡支店)



## 対象地域・プロジェクト内容



日本の高齢化率  
を先取り  
44.0%!(R1)

## 大人の社会見学プロジェクトの経緯

4期(2017:豊田JCOMM発表)

高校生参加3期目  
路線バス+コミバスで実験  
旧大野町で実施(新設区間の日常利用促進)

5期(2018:金沢JCOMM発表)

高校生参加4期目  
コミバスで実験  
旧緒方町で実施 お出かけ促進

3期(2016:福岡JCOMM発表)

高校生参加2期目  
あいのりタクシー運行地域で実験  
旧清川村で実施(利用低迷の啓発)

6期(2019:広島JCOMM発表)

高校生参加5期目  
コミバスで実験  
旧三重町で実施  
利用減少の要因発掘と利用啓発

2期(2015:松江JCOMM発表)

ここから高校生が参加  
旧朝地町で実施(新設路線啓発)

1期(2014:東京JCOMM発表)

旧千歳村・旧朝地町で社会実験  
大学生+自治体で実施

0期(2013:帯広JCOMM発表)

地域特性把握、公共交通利用実態  
の把握



●PBL (Project Based Learning) + 学生通しの互学互修の実践

●自己満足ではなく政策提言まで行う

→対外的に「成果」を持たせる

●若者の強みを生かして地域を良くする(孫世代)

○行政主導の利用促進の難しさ

→ 意向聞き取り、利用誘引付け

○大学・高校の地域連携

→ 高大連携、高大の進学者確保(ロールモデルづくり)、高校の存続



「バスで出かけられる」を体感

+ 高校生・大学生がお出かけの楽しみづくり  
+ ちゃんと聞き取り調査(利用意向など)

= 成果(政策提言)を報告

## プロジェクトの内容

### 【「大人の社会見学」構成要素】

- ◆ 公共交通の利用促進: バスを利用+料金支払まで体験
- ◆ 外出には目的必要: 楽しいと思わせる内容を入れる(昼食会、健康教室、買い物支援、紅葉見学、レクリエーションなど)
- ◆ 調査: 潜在需要や意向把握←紙ではわからない本音

### 【プロジェクト実施にあたって】

- ◆ 高校生・大学生の役目: 「孫」世代として(引き出し役としての使命)ちゃんと「学習」として成果を出す
- ◆ 市役所の役目: 地域への露払い、交通事業者等の調整、事業費支出など
- ◆ コンサルの役目: コーディネーター、技術支援(調査集計など)
- ◆ 教員の役目: 知の面での支援、学生の統率

利用者目線でバス体験  
(案内・土地の理解)  
※参加者は自分で料金を払う



高校生主導の企画(食事、レク)  
(年次によって高齢者カフェとも連携)



2019の例:高校生を体験



高校生・大学生企画のレクリエーション  
上位者に賞品も(+お土産を用意)

自宅までバスで一緒に戻り  
高校生と大学生のコンビで聞き取り調査  
(生活実態、感想、意識などの把握)

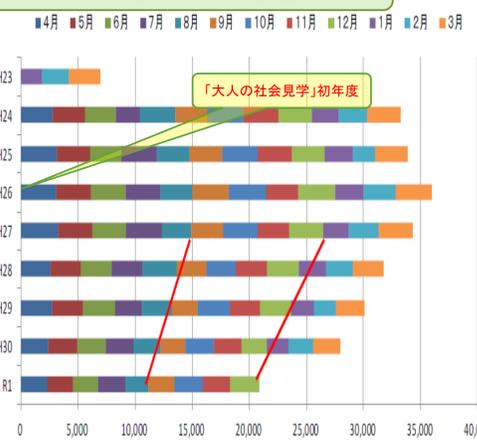


高校生(・大学生)に対して事前準備=地域理解の醸成  
(大学生との合同授業、体験乗車、意識把握)



## 効果について

### 利用状況の変化



三重(1回目は優良事例で招待、今回)

清川(3期)

緒方(5期)

朝地(1期、2期)

大野(4期)

千歳(1期)

犬飼

計

コミバス利用経験は参加者でも低い: 増加に転じたのは千歳、朝地(3年後~)のみ  
使わなくて何とかなる人多くなった?(参加者の選定にも課題)+集落調査:ヘビーユーザーの減少(入院、転居など)  
実験の前後での調査: 公共交通に対する意識変化はあった+イベントは楽しかった ~そこで止まるのが経年で明らかに

### 学生の意見: 地域課題の理解・意識↑

#### 評価ポイント

コミュニティバスについて少しでも知ってもらえた  
高齢者の気持ちを理解することができた  
自分自身がコミュニティバスについて深く考えることができた  
イベント当日にスムーズに進んでよかった  
共同でやることで新たな気づきがあった

#### 課題ポイント

準備期間が少なかった  
今後の利用を考えて、外に出かけるべきだった  
高校生と大学生のコンタクトがとりにくかった  
場所選定が遅かった  
利用見込みがある人をターゲットにするべき

地域の事情に対する理解は上がった(積極的に考えた)  
「大人の事情」に起因する課題が多い~連携の課題~  
初動・地域選定(行政の制約)、連携(到達レベル)

## まとめ

### 地域住民に対する効果

イベントが利用・理解度向上のきっかけに有効(意識変化)  
・・・利用法、使えるということは「享受」できそう  
「イベント」に依ることの課題: 参加者はそれどまり  
集客がないと→声かけ→来るのは「ユーザー」でなく「一見さん」  
地域選定・事業の開始時期などに課題: 「大人の事情」の制約

### 学生に対しての効果

- ◎ イベントの企画・実施などを大学生→高校生主導に  
→ 地域課題への理解向上に効果あり ⇔ 学生連携には課題も(棲み分け方に苦労)
- ◎ 現場に出ることで理解深度化 ⇔ 実は地元生が少ない: どこか他人事?
- ◎ 高校生・大学生の公共交通利用体験が低い→目的意識理解や提言に課題
- \* 大学生と高校生のレベル差: 何をゴールにするかなどで迷いも

## 結論

公共交通の認知度向上の効果はあった:  
将来「使える」可能性の認知を引き出したことは事実

提案側に公共交通の理解が必要: 使わないから、違う地域だから ~ 問題意識醸成が困難  
「社会実験(イベント)」の限界: 行政の事情、地域の事情、大人の事情 → 「結果」が出にくい  
<今後> まずは高校生・大学生の公共交通の利用促進を: 自分事と考えさせる  
→ そこができてから、地域へ発展を(自分の感覚がないと、問題意識や提案が困難)