

令和7年度2年前期究タイム

市役所プランレポート集



富士市立高等学校

目次

まちづくり	P12～
シティプロモーション	P23～
ジェンダー平等	P34～
自然・生活環境	P43～
公共交通	P55～
子ども・若者	P65～
デジタル・AI	P74～
学校教育	P83～

自己肯定感・自己有用感の高揚

富士市立高等学校長 櫻井 祥行

本校ではスクールミッションの一つに「探究の精神」を掲げ、探究の見方と考え方を働かせ、本質を追究し、課題を解決する生徒を育てることを目標としております。このため課題解決型学習「究タイム」の時間を設置し、1年次から探究スキルの習得やブレインストーミング、ディベート等に取り組み、その上に立って、2年次に地域の課題解決学習である「市役所プラン」の時間を設けています。

本年度は2年次の前期を利用して、富士市のまちづくり、シティプロモーション、ジェンダー平等、自然・生活環境、公共交通、子ども・若者、デジタル・AI、学校教育の8つのテーマについて考え、取り組みました。富士市を俯瞰する中で、市の問題になっている点や改善点、また新たな企画を、市役所関係者、大学生や大学院生、地域の有識者の方々のアドバイスをいただきながら週2時間、半年かけて調べ、取材し、ディスカッションを重ねながら発表に至りました。当冊子はその模様を伝えてくれています。

この探究学習で学んだ生徒たちは実社会を知り、大人の考えを知ります。実際に考えたプランが市の施策に反映された例もあり、自分たちが実社会に役立てたという喜びを得たチームもありました。近年これが地域イベントと結びつき、プロ野球集団のハヤテ・ベンチャーズや、プロバスケットチームのベルテックス静岡との協働事業に発展しています。どうしたら開幕イベントを盛り上げることが出来るか。前者はビジネス探究科の課題研究から始まり、吹奏楽部とチアリーディング部が応援のための演奏や踊りを盛り込み、ビジネス部が販売協力し、その輪は広がっていきました。後者は依頼を受けて生徒会が有志を集め、企業と結びついて商品開発をしてイベントで販売を試み、試合中のモップ拭きを担うなど広がりを見せました。

それは探究学習で培った外部機関との折衝経験が生かされたもので、企業や関係団体は高校生がここまでやれるんだという感想を持ち、生徒たちは自己肯定感や自己有用感の高まりを肌で感じました。素晴らしい笑顔や充実感がそこにはありました。探究学習はプレゼンテーションやコミュニケーション能力を高めるだけでなく、自己肯定感や自己有用感を高めるものでもあります。

本校の総合的探究の時間は他校に比べて週1時間多く、このような学習を続けていくことで他教科に良い意味で波及していき、コンピテンシーがリテラシーを凌駕していくことを望んでいます。本書を是非ご一読ください。

令和7年度 富士市立高等学校「市役所プラン」の内容と目的

1 **活動期間** 令和7年4月から9月（優秀班や希望のある班は10月以降も継続して活動。）

2 **対象生徒** 2年生240名（+教職員12名）

全6クラス（総合探究科3クラス、ビジネス探究科2クラス、スポーツ探究科1クラス）

3 目 的

総合的な探究の時間「究タイム」において、2年生の全生徒が、自分たちの暮らす地域の課題を発見し、その解決を目指して何ができるか、向き合う学習を行う。この学習を通して、生徒が課題解決のための思考やアイデア発想の方法を学び、課題に主体的に取り組み、周囲と協働して行動を起こす力を身に付ける。また、高校生が実際の地域課題に取り組むことで、地域の現状と様々な思いに触れ、地域住民の一人としての自覚を持ち、郷土愛が芽生えることも期待したい。

4 内 容

- ・生徒が自分の興味や関心をもとにグループを組み、富士市の課題解決（魅力創出）のためのアイデアを考える。
- ・アイデアは富士市が抱える課題のテーマを踏まえ、プランにまとめた上で市役所の方や地域の方に提案する。
今年度は、「まちづくり」、「シティプロモーション」、「ジェンダー平等」、「自然・生活環境」、「公共交通」、「子ども・若者」、「デジタル・AI」、「学校教育」の8つのテーマとする。
- ・優秀班（有志の班も可）は10月以降、提案したプランの実現にチャレンジをする。

5 活動予定

4月9日（水） 「究タイム」オリエンテーション（8:40～12:30）

生徒が活動に主体的に取り組めるようにマインドセットを行う。

5月7日（水） メンタリング（13:00～15:30）

生徒が大学生に現在のアイデアを説明し、今後の活動に向けた相談を行う。

6月19日（木） 中間発表会（13:30～15:40）

ここまでの活動のトライアルとして、自分たちのプランを発表する

7月末～8月中旬 班別独自調査（フィールドワーク）

中間発表の反省を受けて、実地調査や試作等を行い、プランを修正する。

9月24日（水） 究タイム前期発表会（12:40～15:20）

地域課題解決プランの最終提案を発表する。

※各発表会では、地域の方々や有識者、企業、行政の方にも協力をいただいております。高校生にとっての「社会とつながる学びの場」として、生徒の大きな成長を促す機会となっている。

【今年度取り上げた8つのテーマ】 * 下記以外の課題を設定している班もあります。

① まちづくり	地域コミュニティの希薄化を解消するには？地域の魅力を発信、拡散するには？
② シティプロモーション	誰もが気軽にまちづくりに関わられるようにするには？高校生が気軽にシティプロモーションができる仕組みや仕掛けは？
③ ジェンダー平等	ワークライフバランスの実現、固定的役割意識の払しょく、性の多様性を尊重する社会を実現するためには？
④ 自然・生活環境	自然保護や水質維持改善のためにできることは？市民と企業が共生するために何が必要か？「富士市独特の二オイ」とはどんな二オイ？
⑤ 公共交通	公共交通を利用した集約連携型のまちづくりをするには？MaaSを促進するには？
⑥ 子ども・若者	子どもの自己肯定感をあげるには？地域と子どもたちの関わりの希薄化を解消するには？
⑦ デジタルAI	デジタル格差をなくすためには？AIの活用を推進していくためには？
⑧ 学校教育	すべての子どもが学ぶことを楽しむことができる町をつくるには？

参考【過去に生徒の提案が実現した企画の一例】

2024	「より多くの世代にスマホを普及させよう！」 デジタル化を推進する中で、スマホの使い方がわからない人が多くいることに着目し、富士市生活展で「市立高生からLINEの使い方を教わろう！」講座を実施した。
2023	「知ろう！考えよう！支え合おう！」 LGBTQについて現状を知るためのアンケートを実施し、その結果を踏まえ、暮らしやすい社会を築いていくことを目指す提案が、情報誌「きらり」に掲載された。
2022	「田子の浦の街にしらすを泳がせよう」 田子の浦港で海のプロジェクションマッピングを映し出し、自分がデザインしたしらすを泳がせる、田子の浦地区に訪問者を集めるための取り組み。
2021	「FOR CHILDREN PROJECT」 給食を販売し、その売り上げを子ども食堂の支援につなげる。参加者は給食を食べて、子どもの頃を思い出すとともに、その代金で今の子どもたちを支援する。
2020	地元銘菓の新商品を開発しよう 富士市の企業である田子の月様とコラボして、銘菓「富士山頂」の新商品「四季の富士山頂」を開発。イベントや店舗で限定販売し、富士市の銘菓をPRした。

2年前期究タイム「市役所プラン」メンタリング実施要項

1 目的 高校生が自分たちのアイデアについて、大学生に相談をし、改善につなげる。

2 日時・場所 令和7年5月7日（水曜日）12:30～15:20 @オンライン

3 実施方法

- ① テーマごとに8教室に分かれる。1教室につき6～8班。
- ② 授業担当者はZoomでアドバイザー（メンター）とつなぐ。
- ③ 自分たちのアイデアを1班ずつZoomで説明し、講師の先生からアドバイスを受ける。
自己紹介・説明（2分）+対話（8分）=10分×3～4班を2セット
- ④最後に授業担当者から全体にアドバイスをし、振り返りを行う。

4 タイムスケジュール

時間	内容
12:30	生徒：会場集合（8班）
12:35	会場準備、Zoomをつなぐ。注意事項の伝達、本日の活動説明
12:45	メンタリング開始：1～4班まで実施（10分×4=40分）
13:35	お礼のあいさつ、講評
13:45	休み時間
14:05	5班からメンタリング（10分×4=40分）
14:55	お礼のあいさつ、講評 → グループ会議（振り返り）
15:20	終了

【TAPSのテンプレート】

T	あるべき姿（To be）	つくりたい未来やあるべき理想を考えてみよう。
A	現状（As is）	現在はどんな状況なのかを整理しよう。
P	問題（Problem）	あるべき姿になっていない原因は何か？ 誰が困っていて、何を解決するのか？
S	解決策（Solution）	ターゲットを意識し、解決のためのアイデアを考えよう。 今後の調査計画や活動計画も考えておこう。

- | | |
|-----------------|----------------|
| ・現状をよく捉えているか？ | ・課題の立て方が適切か？ |
| ・問題の本質を捉えているか？ | ・解決策として魅力的か？ |
| ・ターゲットを意識しているか？ | ・今後の計画性が見られるか？ |

2年前期究タイム「市役所プラン」中間発表会 実施要項

1 日時・場所 令和7年6月19日(木) 13:30~15:40 富士市立高校各教室

2 目的

- (1) 各班が選んだ8つのテーマから富士市の課題についてアプローチし、富士市の課題解決に向けた提案をプレゼンテーションする。
- (2) 他班の発表を聴き、自分たちの提案と比較することで、企画力やプレゼンテーション能力を高める。
- (3) 発表を通し、地域の課題に主体的に取り組む姿勢を深め、地域住民の一人としての意識を高める。

3 日程

13:15	清掃・教室等準備開始
13:25	教室に集合、着席、開会、講師紹介
13:30	前半発表(10分(発表6分+質疑4分)×4班)
14:20	休憩
14:30	後半発表(10分(発表6分+質疑4分)×3~4班)
15:20	講評(大学教員、市役所職員、地域アドバイザー、本校職員等)
15:40	発表会終了 → 休憩
15:50	グループワーク・班内会議、振り返り
16:20	終了

4 発表会場

会場	テーマ	アドバイザー
選択4A	まちづくり	静岡大学 飯倉 清太 先生 まちづくり課 山中 拓也 様 富士市立高等学校事務室 吉野 正敏 様 地区代表 杉山 清治 様
21HR	シティプロモーション	静岡県広報アドバイザー 平野 雅彦 先生 シティプロモーション課 福島 勇輝 様 地区代表 小川 正夫 様 ジヤトコ株式会社 川上 大樹 様
22HR	ジェンダー平等	男女共同参画審議会 青柳 恭子 様 市民活躍・男女共同参画課 海野 彩 様 地区代表 海野 光由 様
23HR	自然・生活環境	静岡大学 川崎 和也 先生 環境保全課 小林 慶司 様 地区代表 勝亦 徳明 様
24HR	子ども・若者	静岡大学教職大学院 渋江 かさね 先生 こども未来課 伊藤 真也 様 安井 大貴 様 富士市立高等学校事務室 大石 真功 様 地区代表 齋藤 清隆 様
25HR	公共交通	静岡産業大学 岩本 武範 先生 都市計画課 輿石 計之様 地区代表 鈴木 利幸 様
26HR	デジタル・AI	静岡大学 塩田 真吾 先生 デジタル戦略課 嶋崎 洋介 様 地区代表 高田 貢 様 ジヤトコ株式会社 鈴木 克信 様
選択4B	学校教育	学校教育課 齋藤 史典 様 三輪 新 様 富士市立高等学校事務室 榎 俊英 様 地区代表 鈴木 孝治 様

2年前期究タイム「市役所プラン」発表会 実施要項

1 日時・場所 令和7年9月24日(水) 12:30~15:20(4~6時間目) 富士市立高校各教室

2 目的

- (1) 中間発表や実地調査等の経験を活かし、各班が選んだ8つのテーマから富士市の課題についてアプローチし、富士市の課題解決に向けた提案をプレゼンテーションする。
- (2) 他班の発表を聴き、自分たちの提案と比較することで、企画力やプレゼンテーション能力を高める。
- (3) 発表を通し、地域の課題に主体的に取り組む姿勢を深め、地域住民の一人としての意識を高める。

3 日程

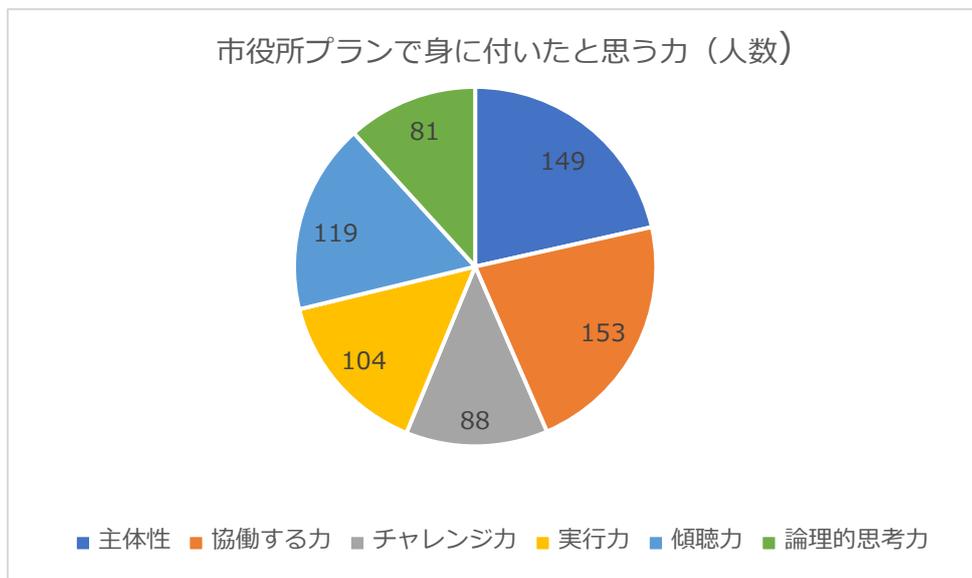
12:15	清掃・会場準備
12:30	会場集合
12:35	挨拶、講師紹介、本日の活動説明 (Zoom、探究委員)
12:45	前半発表 (10分×4班) →前半最後に市役所・地域の方の感想を聞く
13:30	休み時間
13:40	後半発表 (10分×3、4班) →後半最後に市役所・地域の方の感想を聞く
14:25	休み時間
14:35	結果発表・講評
15:05	お礼の挨拶、振り返り (代表2チーム決定)
15:20	終了

4 発表会場

会場	テーマ	アドバイザー
選択4A	まちづくり	静岡大学 飯倉 清太 先生 まちづくり課 山中 拓也 様 富士市立高等学校事務室 吉野 正敏 様 地区代表 杉山 清治 様
23HR	シティプロモーション	静岡県広報アドバイザー 平野 雅彦 先生 シティプロモーション課 福島 勇輝 様 地区代表 小川 正夫 様 ジヤトコ株式会社 川上 大樹 様
22HR	ジェンダー平等	男女共同参画審議会 青柳 恭子 様 市民活躍・男女共同参画課 海野 彩 様 地区代表 海野 光由 様
26HR	自然・生活環境	静岡大学 川崎 和也 先生 環境保全課 小林 慶司 様 杉浦 福丸 様 地区代表 勝亦 徳明 様
24HR	子ども・若者	静岡大学教職大学院 渋江 かさね 先生 こども未来課 赤池 克文 様 安井 大貴 様 富士市立高等学校事務室 大石 真功 様 地区代表 齋藤 清隆 様
25HR	公共交通	静岡産業大学 岩本 武範 先生 都市計画課 輿石 計之様 岳南電車株式会社 奥田 壮一 社長 地区代表 鈴木 利幸 様
21HR	デジタル・AI	静岡大学 塩田 真吾 先生 デジタル戦略課 嶋崎 洋介 様 地区代表 高田 貢 様 ジヤトコ株式会社 鈴木 克信 様
選択4B	交流	学校教育課齋藤 史典様 富士市立高等学校事務長 榎 俊英 様 地区代表 鈴木 孝治 様

「市役所プラン」活動後の生徒アンケート結果

1 市役所プランで身に付いたと思う力を挙げてください（複数回答可）。



- ・主体性…66%
- ・協働する力…68%
- ・チャレンジ力…39%
- ・実行力…46%
- ・傾聴力…53%
- ・論理的思考力…36%

生徒アンケート結果（身に付いた力）の理由要約

- ・主体性…富士市の課題に自ら向き合った。意見を出し合い、ビジョンに向け主体的に挑んだ
- ・協働する力…役割分担をしながら活動を進めた。意見を出し合い、合意を重ねながら形にした。
- ・チャレンジ力…中間発表から企画を大きく立て直すことができた。フィールドワークの実施。
- ・実行力…自分の足で現地調査し、企画を具体化した。試作をしてみて、企画を修正した。
- ・傾聴力…ターゲットの言葉に耳を傾けた。メンターやアドバイザーの意見を企画に反映した。
- ・論理的思考力…フィールドワークの結果分析やデータ収集により根拠を明確にできた。

2 前期の活動を通して、気づいたことや成長を感じる事（どのような力がついたか）などを書いてください。

<富士市について知る機会となったという意見>

- ・フィールドワークに行ったとき、実際に小学生や先生に話を聞いて、ネットで調べるよりもリアルな声が聞けたため、より実現させたいという気持ちが大きくなった。
- ・実際に市役所に行ってみて、直接聞くことの大切さを知ることができた。
- ・富士市について色々調べてきたけど、意外と自分が知らないことがあった。
- ・普段気付かないだけで富士市にはたくさんの魅力があるということに気付いた。
- ・富士市にはたくさんの課題があるけど、それ以上に魅力もたくさんある。
- ・富士市の現状や課題を知ることができ、少しでも富士市に貢献することができたと思った。

- ・言葉だけではなく、実際に足を運ぶことに意味があると感じた。

＜班員との協力を通して成長できたという意見＞

- ・初めはぎこちなかったけど、だんだん話せるようになって作業もしやすくなった。
- ・初対面の人たちとプレゼンを作っていく中で、コミュニケーション能力や考える力が成長した。
- ・自分から意見を出したり、チームメイトの意見を真剣に聞いて共感したりする力が伸びた。
- ・1人1人役割を分担することの大切さに気付いた。
- ・班員と協力して最終発表まで持ってこれたことが成長したと思う。
- ・仲間と長期間一つの目標に向かって活動できたことが良い経験だった。
- ・チームで一つのものを作る大変さと、協力することで良いものができることを知った。
- ・リーダーとして動いていったことで、どうすればもっとよくなるか考える力が身についた。

＜様々な視点から学ぶことができたという意見＞

- ・ネットだけの情報ではなく、生の声を聞くことで、何をすべきかをはっきり決めることができた。
- ・同じ課題でも解決方法が違って、人の意見を聞くのがおもしろいと思った。
- ・他の班の発表を聞いて、そんな視点があったんだと気づかされた。
- ・1つの情報だけで決めるのではなく、いろんなデータを見て考えることができるようになった。
- ・理想だけでなく、現実的に実行できるかを考えるようになった。
- ・ターゲットを具体的に考えることが大事だと気づいた。
- ・高校生の視点だけでなく、大人の意見を取り入れることで企画が現実的になった。
- ・最初は一つの視点でしか考えられなかったけど、話し合いを通して視野が広がった。
- ・決めつけで考えていたことに気づき、もっと柔軟に考える必要があると思った。

＜プレゼンテーション能力が向上したという意見＞

- ・中間発表、最終発表で多くの質問がきたときに、自分たちが調べたことを基に自信をもって答えることができた。
- ・中間発表よりも最終発表では、さらに具体的にビジョンを立てることができ、そこを評価されてうれしかった。
- ・人前で話すのが苦手だったけど、少しずつできるようになって、最終的には自信をもって発表できた。
- ・原稿を読むだけでなく、+αで話すのは大変だったけど、他の班を参考にして学べた。
- ・聞く人に向けて、声の大きさや話し方を意識して発表できるようになった。
- ・スライドを作るときに、どうしたら相手が見やすく分かりやすいかを考えて工夫できた。
- ・質問をされたときに、その場で考えて答える力がついたと思う。

- ・人前で話すことに抵抗を感じなくなった。
- ・相手が何を知りたいのかを考えて説明するようになった。

<実行力（行動に移す力・やりきる力）が身に付いたという意見>

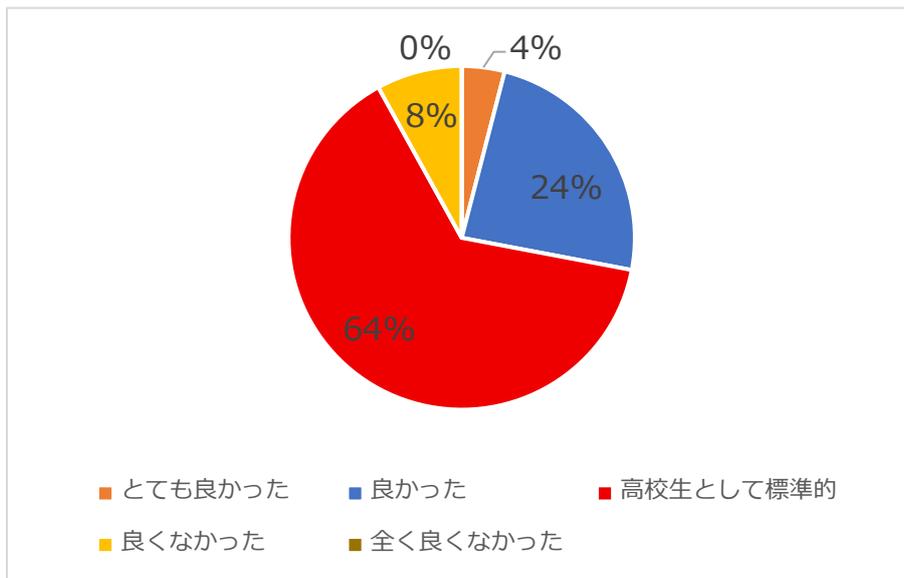
- ・言葉だけではなく、実際に足を運ぶことに意味があると感じました。」
- ・ネットで調べるだけでなく、実際に詳しい人に聞くことで、ネットでは得られない情報を手に入れることができた。
- ・フィールドワーク後は、企画を実現するのに近づいたと感じた。
- ・情報収集やアンケートなど、ほとんどのことを自分たちでやり、企画から提案までやりきるのはとても大変だった。
- ・まず富士市の課題を知り、計画を立てて実行する力が身についた。
- ・最初はあまり動けなかったが、後半は進んでやることを探し、スライド作成や調べ物をすることができた。
- ・班員と協力して、最終発表まで持ってこれたことが成長したと思う。
- ・実際にやってみないとわからないことが多く、やってみることで現実味が変わったと思った。

<チャレンジ力（挑戦する姿勢・失敗を恐れず試す力）が身に付いたという意見>

- ・最初は不安の方が大きかったが、回数を重ねるうちに自分の意見を言えるようになった。
- ・最初はやる気が起きなかったが、活動を通して考えが変わった。
- ・できなそうと思わず、まずは行動してみることが大切だと思った。
- ・許可が取れていなくても、とりあえず作ってみて見てもらう形にした。
- ・実行できるかわからなくても、とりあえず意見を出してみることが大事だと思った。
- ・フリーライダーにならないか心配だったが、積極的に参加できるようになった。
- ・人前で話すのが苦手だったが、最終的には自信をもって発表できた。
- ・初めましての人ばかりで不安だったが、意見を出すことで絆を深めることができた。
- ・リーダーではないと思っていたが、リーダーとして動くことで成長できたと感じた。

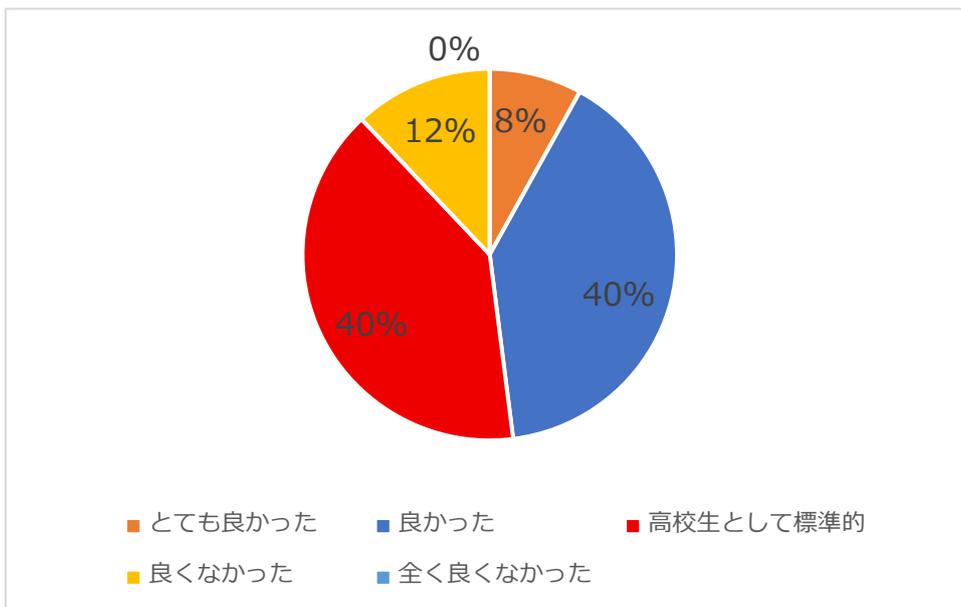
「市役所プラン」発表会参観者アンケート

1 生徒の発表する姿勢や態度について、全体的な印象はいかがでしたか？



- ・とても良かった…4%
- ・よかった…24%
- ・高校生として標準的…64%
- ・良くなかった…8%
- ・まったく良くなかった…0%

2 本日の発表内容について、全体的な印象はいかがでしたか？



- ・とても良かった…8%
- ・よかった…40%
- ・高校生として標準的…40%
- ・良くなかった…12%
- ・まったく良くなかった…0%

3 本日の発表会について良かった点や改善すべき点など感想を教えてください。

<良い点> ※下線は昨年度には無かったご意見

- ・高校生ならではの視点で気付かされる部分があった。
- ・発表会に向けて、試行錯誤、準備されていることが分かりました。
- ・中間発表での助言やフィールドワークでの気づきを活かして、練り上げた様子が伝わってきた。
- ・どのグループも探究サイクルをきちんと回すことができている。

- ・全員がまんべんなく発表に関わっている様子が見られた点が良かったです。
- ・6月の中間発表より探究学習に取り組む姿勢は前向きになり評価できた。FWの成果からの分析や考察も見ることができた。
- ・どのグループもプレゼンテーションが上手にまとめられていて、企画内容や期待する効果などの統一感もあり、聞きやすく感じました。
- ・色々なところに聞いて深く掘り下げ細かく分類分けされ調べられている。
- ・フィールドワークをそれぞれがきちんと行えていること、素晴らしいなと思いました。実体験を踏まえた根拠ある発表になっているところが素晴らしかったです。
- ・グループによって取り組んだ内容に差はあったが、チャリティーイベントを行ったり、地域のスポーツクラブに参加したりするなど、実際に活動することで成果と課題を洗い出し、次の活動に繋げようとしているところが良かった。
- ・実際の社会課題に対して、外部にアンケートを実施するなど行動した結果から発表されていて、興味深く今後もこのような活動をぜひ続けてほしいと思いました。
- ・グループで一つの課題に向け協力し合っていく姿は良いと感じた。

<改善点> ※下線は昨年度もご指摘を受けた内容

- ・深掘りと具体例がもう少しあると良い。
- ・発表の内容がアイデア出しの段階のものが多い印象を受けました。
- ・デジタルAIのテーマの答えが決まりきった内容になってしまい、高校生らしい新しいアイデアがなかったのが寂しかった。
- ・グループによっては、もう少しフィールドに出ても良いと感じました。
- ・難しいとは思いますが、企画実現を現実的にするために、もっと地域の施設や事業を知った上で考えていくのも良いと思います。企画内容は考えても実現のための検討は弱いと思いました。
- ・質疑応答では、もう少し発言者がいると活気があって良かったのかなと思った。
- ・生徒に発表会の運営を任せると、「やらされている感」がなく、よりよい発表会になるのではないのでしょうか。質問者が生徒からは1人もいなかったため、何らかの手を打つ必要があるかもしれません。
- ・発表内容はとても良かったので、発表者の声がもう少し大きければ更に良かったと思う。
- ・発表する際はもう少し自信を持ってハキハキした態度が見えれば良かったと思う。
- ・スライドを読んでいるだけになっているので、前に来てせっかくプレゼンできる機会なので、より説得力が増すような話し方ができるとさらに良くなると思いました。
- ・異なる教室の発表を聴講したかったが、教室ごとに開始時間がずれていたために聴講出来なかったチームがあった。各教室の開始時間を合わせて欲しいです。

テーマ：まちづくり

優秀班 徒歩マップ富士まつり

2320 佐野 響 2103 石川 楓翔 2222 田中 健吾 2315 齋藤 夏空

企画の概要

富士駅から富士まつり会場の中央公園まで徒歩で向かうルートを紹介し、来場者の歩行を促すことでシャトルバス運転手の負担軽減を目指す企画である。

具体的な取組み

富士市では、バス運転手の負担が年々増加していることが大きな課題となっている。近年、運転手の人数は減少傾向にあり、その一方で長時間労働や低賃金といった厳しい労働環境の中で業務を担わなければならない、運転手一人ひとりにかかる負担は非常に大きい。このままでは市営バスの減便や廃止の可能性もあり、地域の移動が不便になる可能性がある。

解決策として、富士まつりの無料シャトルバス廃止と徒歩マップ作成を提案する。運転手が減っている中で長時間の無料送迎は負担をさらに増やす。徒歩マップを用意すれば、道中の店を紹介でき地域活性化にもつながる。

実際に、安倍川花火大会ではシャトルバスを廃止し、徒歩マップを導入した結果、運転手の負担軽減だけでなく、会場周辺の店舗の売上向上という効果が確認されている。また、富士まつりのバスを貸し出している富士急静岡バス株式会社へのインタビューからは、バス運行には2時間に1度の休憩が義務付けられており、祭りのような大規模イベント時には多くの人員確保が必要になるという現実が明らかになった。そのため、可能な限り駅から徒歩で来場してほしいという現場の本音も聞かれた。

以上のことから、富士まつりの無料シャトルバスを廃止し、徒歩マップを作成・活用することで、運転手に集中していた負担を軽減するとともに、会場周辺の店舗利用を促進し、地域全体の活性化につなげることができると考えられる。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。



徒歩マップ富士まつり

チームけんご

2103 石川 楓翔 2222 田中 健吾
2315 齋藤 夏空 2320 佐野 響

フィールドワークの結果 ~富士急静岡バス運転手の声~

富士祭りシャトルバス: 行き→一時間に1本(4人で交代ずつ)
帰りはかなり花火後のバスは

・2時間に一回は20分の休憩をとる必要がある
→多くの必要になってしまふ
てきては、本当は歩いて



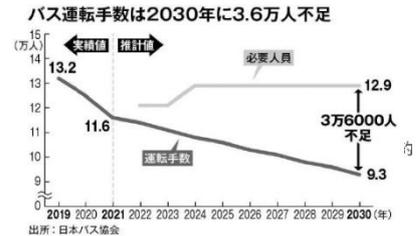
ビジョン

・富士駅から中央公園に行くまでにあるお店を
紹介し徒歩で行くよう促す

目標: 来年の富士祭りまでに富士駅から富士祭り
の会場である中央公園までの徒歩ルートを知って
もらい運転手の負担軽減につなげる

調べたこと

- ・バスの運転手不足
- ・バス運転手の高齢化
- ・バス運転手の労働環境
↳月労働時間: 約186時間
285000円
- ・全産業労働平均
↳月労働時間: 約176時間
平均給料: 約335000円



労働時間が長く、給料が安い → 若手が増えない

企画内容

- ・富士駅、中央公園付近の店の紹介
- ・最短ルートとお店に寄りながら向かえるルートでわかる
- ・富士駅に徒歩マップを目立つように置く



①とんかつ亭
営: 11:00~20:00
☎0545-67-6988
富士市本町6-13
駅から徒歩3分



③ラーメン井出
ラーメンはもちろん、黒いチャーハンもおいしい
営: 11:00~14:30 17~20:30
☎0545-88-7403
静岡県富士市本町442-2



④千代商店
本格的な味噌ラーメン
営: 11:00~24:00 月~金
☎0545-65-1001
静岡県富士市加島町40-1
徒歩3分



②ソフィア
創業50年になるレトロチックな喫茶店
営: 8:00~20:00
☎0545-63-1221
静岡県富士市藤原85-3 駅から
徒歩3分

期待される効果

- ・運転手の負担が軽減
- ・周辺のお店について知ってもらえる
- ・歩いていくことによるワクワク
- ・富士市の街並みを改めて楽しめる

本物のおもてなし

2124 深澤 祐聖 2131 水野 左智 2327 中島 瑞稀

企画の概要

富士市の観光活性化を目指し、外国人観光客の少なさや多言語対応不足を課題とし、国内在住の外国人を主なターゲットに、ミッション形式で市内を巡れる観光ゲームアプリ「FUJI CITY TOURISM」を提案。商店街で買い物するとポイントが貯まる仕組みなどを導入する。

具体的な取組み

富士市では、日本人観光客は増加している一方、外国人観光客が少ないことが課題である。外国人にとって楽しめる場所や、ご当地グルメの情報発信が十分でないこと、外国人を歓迎する取り組みが少ないことも要因として考えられる。また、一部観光客のマナー問題、案内表示が日本語中心である点、市民の富士市に関する理解不足なども課題として挙げられる。以上を踏まえ、観光客数の増加と満足度の向上の両立が必要である。

この課題に対しては、外国人観光客にも富士市を楽しんでもらえるよう、観光スポット、グルメ、体験型の観光プロジェクトを企画・整備することを提案する。富士市には観光客を集めるための武器となるものが少ないため、プロジェクトにより新しい観光客を集客する必要がある。具体策として観光ゲームアプリの開発を提案する。フィールドワークで観光団体ビューローから「定型的な観光は今の時代にそぐわない」という回答を得たことから、ゲームを通じた新しい観光体験を提供する。スマートフォンで指定スポットを巡り、連携店舗で買い物をしてポイントを貯めるなど、宝探し感覚で市内回遊を促す仕組みを想定している。これにより、リピーターの創出が期待でき、店舗連携により地域活性化への波及効果も見込める。結果として、外国人のみならず日本人観光客にも利用が広がり、富士市が「観光を楽しめるまち」になることが期待できる。



あなたにもできる、賢い野菜の使い切り術

2121 中西 彩那 2117 高木 叶太 2318 櫻井 琉輝 2322 佐野 夢桜

企画の概要

食品ロス削減と商店街活性化を目的に、青果店で廃棄予定の規格外野菜を回収し、粉末化して野菜クレヨンを作る取り組みを提案。見た目の問題で捨てられる野菜を有効活用し、小学校低学年に配布して絵を描いてもらうことで、子どもに野菜の大切さを伝える。

具体的な取組み

富士市では地域活性化が必要である。理由は、商店街の衰退が進み、シャッター店舗の増加や後継者不足が課題となっているからである。富士市を盛り上げるためには、市の魅力を広く発信することが重要であると考えた。

解決策として、若い世代を富士市に呼び込むための SNS 活用を提案する。現代では SNS の影響力が大きく、流行や消費活動に大きな影響を与える。そのため、名所や特産品、グルメなどを SNS で発信し、認知度を高めることが有効である。吉原商店街でのフィールドワークでは閉店店舗が多く、人通りの少なさが確認できた。この場所を活用し、SNS で呼びかけを行うことで、活性化や後継者不足の解消につながる可能性があると考えた。

参考事例として、福岡県大名エリアでは商店街組合や店舗が SNS を活用し、「インスタ映えスポット」の設置やハッシュタグキャンペーン等を実施して活性化させた事例がある。これらを踏まえ、富士市の商店街でも、規格外野菜を活用したレストランや、紙資源を多用した環境配慮型店舗など、印象に残るアイデアを取り入れるべきである。以上より、「SNS での認知拡大」と「記憶に残る店づくり」を併行して進めることが課題解決になると考えた。



なんこちゃんのお得バスプロジェクト

2321 佐野 湧心 2224 徳 頼虎 2304 伊東 和花奈 2330 南條 由翔

企画の概要

商店街の閑散化とバス利用者の少なさを課題としてバス利用者と商店街利用者の増加を目指す取組みを提案する。具体的には先行事例やフィールドワークを踏まえ、バス整理券に QR コードを印刷し、スマホでくじ引きができる仕組みを提案した。

具体的な取組み

富士市の課題は、バスの本数・利用者の少なさ、そして商店街の閑散化である。富士市立高校の生徒アンケートでは、バスを全く利用しない生徒が半数以上であった。主要駅でのフィールドワークでも利用者は少なく、インタビューでは「早朝や夜間の便数を増やしてほしい」という声があった。登下校時に通る商店街でも、シャッターが閉まる店舗が多い状況が見られた。高校生アンケートでは、通学目的の週1〜ほぼ毎日利用層と、遊び目的の月1〜年1回利用層に二分され、利用しない生徒は半数以上であった。フィールドワークでは利用者の約9割が高齢者で、その理由として免許返納が挙げられた。

解決策として、バスの整理券に QR コードを印刷し、読み取るとくじ引きができ、結果に応じて吉原商店街のクーポンを配布する仕組みを提案する。「バスに乗る目的」をつくることで利用を促し、商店街の活性化も図る。富士市では令和4年5月から一部路線で「トレーディングバスカード」を配布した。対象の9路線のバスに乗ることでカードをもらうことができるというもので、コンプリートを目指す利用者が増えた事例がある。また、2020年1月には岡山県倉敷吉岡線で整理券がおみくじになっている「福、来バス」が実施され話題となった。以上より、くじ引き×クーポンの仕掛けで利用者を増やし、最終的に便数増へつなげたい。



ふじグルメ

2313 川口 真央 2115 佐藤 柚歩 2134 吉田 未来 2227 長久保 百華

企画の概要

静岡県内の学生に「富士市の魅力＝グルメ」と認識してもらうことを目的とし、SNSを活用し、飲食店や食べ物のヒントを発信し、参加者が指定の場所にたどり着いた後、ハッシュタグを付けて投稿する仕組みを提案する。

具体的な取組み

富士市の課題は地域活性化である。第一に商店街の店舗数や商品販売額が減少傾向にあり、このままでは商店街周辺の住民や利用者の行き先が失われる恐れがある。第二に若者の地元離れと人手不足が深刻化している点である。富士市では少子高齢化が進行しており、今後は高齢者を支える若い世代の存在がますます重要になるが、その担い手が不足していることが課題となっている。

解決策として、SNSを活用した飲食店情報の発信を提案する。SNSを通じて店舗の魅力やこだわりを継続的に紹介することで、これまで知られていなかった店の認知度を高め、新たな魅力を発見するきっかけを提供できる。さらに市内高校生が発信の中心となれば、同世代の共感が得られ、参加した生徒自身の地元への愛着形成にもつながる。10～30代はSNSを多く利用する傾向にあり、InstagramやTikTokの動画／リール形式を活用すると拡散が期待できる。

富士市立高校の校内アンケートでは、富士市の「食」に関する認知度が低く、外食時は地元店より全国チェーンを選ぶ傾向が見られた。理由として「よく知らない」「行き慣れていない」ことが挙げられ、飲食店の認知度向上は売上に直結すると考えた。

以上のことから、SNSを活用して富士市のグルメ情報を発信することで、若者の興味・関心を引きつけ、地元離れの解消を図るとともに、地元飲食店の売上向上や商店街の発展につなげることができると考える。



もっと野菜を安く食べたい？

2604 泉 遙人 2423 出井 温輝 2539 渡邊 穂華 2640 山本 亜胡

企画の概要

食品ロス削減と地域内循環型社会の実現を目指し、EM ぼかしの普及を通じて「野菜を安く食べられる町」をつくる。家庭の生ごみを EM ぼかして肥料化し、回収して農家が活用することで、廃棄物削減と肥料費削減を図る。

具体的な取組み

富士市では年間 1,028 トン、1 人あたり年間約 6kg の食品が廃棄され、食品ロスが増加している。物価上昇が続くなか、野菜価格の上昇が見られる一方で、食品ロスは減っていない。これに対して市民や飲食店の不満が課題となっている。

この課題への解決策として、生ごみとして廃棄される食品を EM ぼかしによって堆肥化し、その堆肥を農家に活用してもらい取組みを提案する。家庭や飲食店から出る生ごみを肥料として再利用することで、農家は化学肥料などの購入量を抑えることができ、その結果、野菜の生産コスト削減や価格の低廉化につながる事が期待される。富士市では EM ぼかしを無料で配布したり、SNS を活用して使用方法を周知したりするなど、利用を促進する取組みも行われている。

先行事例として、山形県で実施されている「レインボープラン」が挙げられる。この政策では、家庭から出た生ごみを堆肥化し、その堆肥を農家が利用して農作物を生産し、最終的に市民が消費するという資源循環型社会の実現を目指している。

一方で、EM ぼかしには課題も存在する。実際に使用した結果、堆肥化の過程で臭いが発生することや、肥料として使える状態になるまでに時間がかかるといったデメリットがあることが分かった。富士市役所へのインタビューでは、コンポストの方が使い勝手がよく普及見込みが高いという見解もあった。以上のことから、今後は EM ぼかしだけに限定するのではなく、コンポストも含めた複数の方法を併用し、生ごみを堆肥として有効活用していくことが重要である。



もう1回学校で給食食べちゃう？

2417 菅原 麻央 2414 塩川 優波 2531 藤巻 和聖 2642 依田 琉希

企画の概要

廃校となった旧吉原東中学校を活用し、高校生や保護者が懐かしい給食を楽しめる場を提供する。富士市産の食材を使い、学校の雰囲気を残した空間で地域交流や手軽な飲食場所の創出を目指す。

具体的な取組み

市役所プランの検討にあたり、班で富士市の課題を整理した。挙げた課題は2点である。第一に、市内に廃校が存在すること（吉原東中学校・大淵第二小学校）。県外・市外では廃校のレストラン化や宿泊施設化の事例が見られる。第二に、学校周辺に飲食店が少ないことである。料金が低い、距離が近いなど、高校生には利用しやすい状況がある。

これら二つの課題を踏まえ、私たちは「廃校で給食を提供する」という企画を考案した。企画では、富士市立高校から最も近い吉原東中学校の跡地の一角を活用することを想定している。机や椅子、配膳台などは当時使用されていた中学校の備品をそのまま活用し、義務教育時代の昼休みの雰囲気を再現することで、利用者に懐かしさを感じてもらうことをねらいとしている。現在、吉原東中学校の跡地は、部活動や外部活動を行う生徒がグラウンドや体育館を使用していると聞いており、こうした利用者を主な対象としながら、生徒の保護者や地域住民にも広く利用してもらいたいと考えた。

夏休みのフィールドワークでは現地調査とアンケートを実施した。水道は使用可能であったが、ガス・エアコン・調理器具が不足していた。アンケートには737名が回答し、給食提供施設への需要が高いこと、「思い出メニュー」に関する多様な要望が確認できた。これらを踏まえ、場所や1日の提供数に条件を設けるなど、企画内容を具体化した。

以上のように、廃校という未活用の施設と、給食という多くの人に共通する思い出を組み合わせることで、義務教育を卒業した後も給食を楽しむ新たな機会を提供することが可能になると考えられる。高校生やその保護者にとっての懐かしさや珍しさをきっかけに人の流れを生み出し、世代を超えた交流を促すことで、地域の活性化につながる企画になると考えた。



学び舎のまち

2523 高田 七海 2432 保科 彩音 2527 妻木 晴 2615 河村 治侍郎

企画の概要

廃校となった吉原東中学校を活用し、学校の雰囲気を残した複合商店街「学び舎のまち」をつくる。教室を小規模店舗やカフェ、オフィスとして活用し、運動場は公園やイベント会場に、体育館は地域クラブに貸し出す。

具体的な取組み

富士市の課題は廃校活用である。子化の影響により全国的に廃校は増加しており、富士市においても吉原東中学校や大淵第二小学校が廃校となった。廃校活用は全国的に進められているものの、その割合は約7割程度にとどまっており、十分に活用されているとは言い難い現状がある。学校は地域の象徴で、多くの思い出が詰まっている。廃校となってもその価値は残り続ける存在であると考えます。

解決策は、吉原東中学校を活用し、学校の雰囲気を残した複合商店街をつくることである。地域住民が協力して管理し、若者と高齢者の交流の場とする。廃校の再利用によって地域の活気を取り戻し、話題性を生み出す狙いである。

企画の検討にあたり、フィールドワークとして吉原東中学校の校内を見学した。実際に見て分かったことは、机や椅子などの備品の多くが吉原第三中学校に移されており、校内には備品がほとんど残っていない状態であったという点である。また、教室によってはエアコンが設置されていない場所や、扇風機すら設置されていない場所もあり、設備面での課題が存在することも明らかになった。

先行事例として千葉県の「道の駅 保田小学校」を調査した。電話によるインタビューでは、「地域の人から学校を残してほしいという要望があった」「廃校を利用した道の駅は前例がなく、先駆的で話題を呼んだ」との回答を得た。

以上のことから、廃校を学校の記憶を残したまま複合商店街として活用することは、地域住民の思い出を再び呼び起こし、交流とにぎわいを創出する有効な手段であり、富士市にとって意義のある取り組みであると考えます。

みんなで遊ぼう！ふじっこ park

2616 菊池 琉良 2406 加藤 ななせ 2439 米山 未羽 2537 渡邊 きよ香

企画の概要

富士市は公園数が多い一方で、高校生など若者が利用したくなる広い運動スペースが不足し、公園の利用率も低いという課題がある。そこで、バスケットコートやバレーコート、健康器具、ボール貸出を備えた「スポーツ公園」を整備し、若者が気軽に体を動かせる遊び場をつくることで外出機会の増加、公園利用の活性化、部活動の練習場所確保などの効果を見込む。

具体的な取組み

富士市の課題の一つとして、中学生や高校生などの学生が日常的に遊び、集まることのできる場所が少ない点があります。学生が遊ぶ場所としてはカラオケやショッピングモール、公園などがありますが、その中で公園の利用者が少ない点に注目しました。

この課題を解決するために、既存の公園の設備や施設を見直し、学生の利用を意識した再整備を行うことを提案します。具体的には、ボールの貸し出しができる仕組みや、簡易的なコート、健康器具などを設置し、スポーツができる広場としての機能を強化します。こうした環境が整えば、部活動の自主練習の場としても活用できるほか、友人同士で楽しく体を動かすことができ、学生らしい過ごし方ができる公園になると考えました。

富士市立高校の全校生徒を対象にアンケートを実施したところ、「最近公園に行っていない」と回答した生徒が68%で最も多く、「公園にあったらうれしいもの」としては「スポーツ施設」が34%で最多でした。フィールドワークでは、原田公園、中央公園、比奈公園、吉原公園を訪れ、いずれも利用者が少ない状況を確認しました。

富士市の公園数は164か所で、日本の市町村平均(81か所)より多い一方、長期にわたり未完成の公園が存在するとされています。したがって、新たな公園の増設ではなく、既存公園の機能を見直し、再整備を優先する方針が重要だと考えます。以上のことから、公園に行きたくなる仕掛けづくりを通じて、学生をはじめ多くの市民が利用したくなる公園づくりが重要です。



テーマ：シティプロモーション

優秀班 地産地消アイスで地域を盛り上げよう！！

2329 中村 歩実 2127 細川 倭 2303 井出 梨那 2306 臼井 遥都

企画の概要

富士市の特産物（茶・みかん・キウイ・梨・いちご等）が十分に知られていない課題に対し、地産地消のアイスを通じて地域の魅力を広める企画である。既に特産物ジェラートを製造する「プリマクラッセ」を取材し、農家との連携や味へのこだわりを確認した。今後は市内コンビニで高校生が選んだ味のアイス販売を目指し、特産品の認知向上や農家の収入安定、地元経済の活性化につなげる。

具体的な取組み

富士市の課題として、特産物の知名度が低く、これといった観光名物が少ないため、地産地消が十分に進んでいない点が挙げられる。実際に富士市内を見てみると、富士市の特産品が使用されている商品や飲食店は多いとは言えず、観光土産として広く知られているものも限られている。その結果、特産物が県内はもちろん、市内においても十分に認知されておらず、地元で生産されたものを地元で消費するという地産地消の流れが定着していないことが課題であると考えた。

解決策として、特産物を使った食べ物を開発し、市内での地産地消を促す。将来的には観光名物として市外にも浸透させたい。具体的な案として、アイスやジェラートの開発を考えた。理由として、観光地の名物としてアイスは扱いやすく、話題性が生まれやすい点が挙げられる。実際に富士市では、過去に「しらすアイス」が話題となった事例があり、珍しさや意外性のあるアイスが注目を集めやすいことが分かっている。このことから、特産物を活かしたアイスやジェラートは、富士市の魅力を発信する手段として効果的であると考えた。フィールドワークを行い、地産地消をテーマにしたジェラート店へのインタビューでは、「農家を知ってもらい地域のものを食べてもらいたい」ということをおっしゃっていた。

以上の調査を踏まえ、私たちは新たにジェラートを一から作るのではなく、既存の店舗の商品を活用し、私たち高校生がフレーバーをセレクトしてコンビニエンスストアで展開するという方法を考えた。この取組みを行うことで特産物をより多くの人に知ってもらうことができ、地産地消を促進させる効果が期待できる。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。



地産地消アイスで地域を盛り上げよう！！

やまとジッパー
2127細川 倭 2303井出 梨那
2306臼井 遥都 2329中村 歩実

ビジョン

アイスを通して地域の方に
特産物を知ってもらう

現状課題

- ・富士市の特産が知られていない
- ・富士市の特産物を使用した料理、お店が少ない
- ・地産地消や、富士市の特産物が使用されているものが市内あまりに広まっていない

調べたこと先行事例データ

- ・富士市の特産品
→茶・みかん・キウイフルーツ・梨・いちご
- ・特産物を使用した町おこし
→宮崎県のマンゴー
まずは市内や県内で広めていきそこから県外へ向けた販売を開始した

<https://sumatoto-tsu.kijal.com/media/cases-food/>

富士市の特産物を使用したジェラートを作っているお店
→プリマクラッセ(地産地消をテーマにジェラートを作っている)



<https://www.primacrasse-fuji.jp/>

フィールドワーク

市内にあるプリマクラッセへ行きインタビューを行った

- Q 材料はどうやって仕入れているのか？
→農家さんに直接量などを話し合い仕入れている
- Q なぜ地域の特産物を使ってジェラートを作ろうと思ったのか？
→地域の方に富士市の農家さんを知ってもらい地域の方に地域のものを食べてほしいから
- Q 一番こだわっていることは？
→味をこだわっていて皆で試作を何度も重ね調整をしている



企画内容

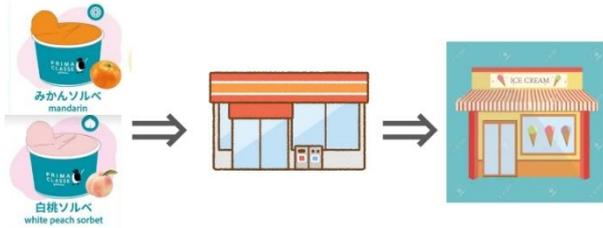
フィールドワークを行う前の企画
富士市の特産物を使用したアイスを作る



フィールドワークを行い
すでにプリマクラッセが富士市の特産物を使用したアイスを作っていた



富士市内のコンビニで売ってもらう(市立生が選んだ味のアイスの販売)
→本店にはもっといろんな味があるということも知ってもらう



期待される効果

- ・まず知ってもらえる
- ・本店に行きたいと思わせる
- ・地元で生産された食材を使うことで農家や酪農家の収入が定→地域の農業・酪農が活性化
- ・地元で生産・加工・消費されることで地域内でお金が循環
→富士市の経済が活性化

今後の予定

- お店に相談し可能であれば協力してもらう
- ・部活動や男女などでカテゴリー分けをする
- ・校内でアンケートをとりアイスの味ランキングを作る⇒その中の味からも売らせてもらう

さもにゃんプロジェクト

2225 中井 陽菜 2214 栗原 輝 2217 佐野 柚花 2338 山田 凌駕

企画の概要

富士市公式キャラクター「さもにゃん」と公式 Instagram「ふじぐらむ」の認知度向上を目指す企画である。具体的にはイベントへさもにゃんを招待や市役所との連携、LINE スタンプ案の作成などで関心を高め、フォロワー数を 2 倍にすることを目標とする。

具体的な取組み

私は、富士市を活性化するために、まず富士市民に富士市をよく知ってもらい、好きになってもらいたいと考えている。なぜなら、現在、富士市は少子高齢化が進んでおり、若者の割合が少ない一方で、若者の多くが富士市の魅力を十分に知らないと感じている。より多くの若者に富士市の魅力を知ってもらい、愛着を持ってもらいたいと思う。

若者を中心としたこの企画で最も重要なのは、「いかに興味を引くか」である。そこで、富士市の Instagram 専属キャラクターである「さもにゃん」を富士市内のイベントに招待し、親しみやすい形で富士市の魅力を発信することを考えた。また、富士市が運営している公式 Instagram「ふじぐらむ」を活用し、イベントや地域の魅力を積極的に発信することで、より多くの若者に情報が届くようにしたいと考えた。具体的には、富士市立高校で行われている「人工芝で遊ぼう」や「24 時間テレビのチャリティーイベント」、「高校で逃走中」といった、生徒や地域の人が集まりやすい行事に「さもにゃん」を招待し、写真や動画を通して発信することで、楽しさとともに富士市への関心を高めることをねらいとしている。

約 600 人を対象に、富士市の魅力と「ふじぐらむ」の認知度を調査したところ、多くの人が魅力を 1~2 個しか挙げられず、「ふじぐらむ」を知らない人が約 9 割とほとんど知られていないのが現状である。若者が魅力を知らないまま都市部へ流れる傾向がある一方で、富士市にはまだ知られていない魅力が多数ある。市民、とくに若者に富士市の良さを伝え、身近な情報から好きになってもらえる発信を進めていきたい。



あなたの知らない富士市の秘密

2314 栗田 心咲 2113 小瀧 蒼司 2120 谷口 凜空 2309 垣田 恵美花

企画の概要

新富士駅の利用者を1万人以上に増やすため、観光客の少なさや富士市の魅力発信不足といった課題を解決する企画で、高校生目線で選んだ観光地やリラクゼーション施設、穴場スポットを掲載したパンフレットを配布し、名物つけナポリタンの紹介やクーポンも盛り込むことで知名度を向上させる。

具体的な取組み

地域活性化の観点から見ると、富士市は他市と比較して観光客数が少ない点が課題である。日本観光振興協会の調査によれば、8月の観光客数は沼津市が114万人であるのに対し、富士市は51万人と大きな差が見られる。この現状から、①富士市の名物が十分に認知されていないこと、②富士市の魅力が他県の人に十分伝わっていないことの二点が課題であると考えた。

これらの課題への解決策として、来訪目的に応じたパンフレットの作成を提案する。実際に新富士駅を訪れたところ、既存のパンフレットは設置されていたものの、利用者の目的別に作成されたものは少なかった。そこで駅利用者30人に利用目的を聞き取った結果、「仕事」が18人、「観光」が7人であった。この結果から、仕事目的の来訪者向けと観光目的の来訪者向けに分けたパンフレットの作成が、観光客数の増加につながると考えた。

具体的には、仕事目的の来訪者向けには、富士市内のリラクゼーション施設を紹介し、仕事の疲れを癒せる場所があることを伝える。観光客向けには、高校生の視点でおすすめするスポットや、一般的な観光パンフレットでは紹介されにくい場所を掲載することで、興味を引く内容とする。また、富士市で有名な料理を提供する飲食店のクーポンを付けることで、「クーポンがあるから行ってみよう」と思うきっかけをつくる。

これにより、他地域の人へ名物や魅力が伝わり、観光地での来訪者増と店舗売上の向上、ひいては地域活性化に貢献することが期待される。

「ちょっとした贅沢感」記憶に残る町へ！

2311 勝野 晴希 2105 稲葉 貴太 2326 時田 結永

企画の概要

富士市の観光客数を 750 万人へ増やし、経済効果 1 億円超を狙う企画。現在は観光客が少なく、9 割以上が日帰りで消費額が伸びない課題があるため、地酒や特産品のおつまみを楽しめる夜間イベントを中央公園で開催するなど、富士市ならではの“ちょっとした贅沢感”を提供する。

具体的な取組み

富士市の現状として、来訪者が市内で十分な消費活動を行っておらず、お金を使ってもらえていない点が課題である。消費が活発でなければ地域経済は潤わず、結果として行政サービスの充実や市全体の豊かさにも影響を及ぼす。そこで「富士市を訪れた人にどのようにしてお金を使ってもらおうか」という点に着目し、富士市が持つ資源の活用方法を検討した。

解決策として、お酒をテーマとしたイベントを開催し、富士市の特産品をアピールすることを提案する。調査の結果、富士市には富士山の湧水を使用した地酒が複数存在するほか、北部地域で製造されているクラフトビール（例：FUJI SPARK）もあることが分かった。また、桜えびやしらすなど、お酒に合う食材も豊富である。

さらに、フィールドワークとして新富士駅で会社員への聞き取り調査を行ったところ、お酒を好む人が多い傾向が見られた。富士市は工場が多く、出張で訪れる人が多いという特徴もある。こうした来訪者を主なターゲットとし、お酒やおつまみを通じて特産品を体験してもらうことで、富士市の魅力を印象づけることができると考える。

これらを踏まえ、出張者等をターゲットにお酒を中心としたイベントを開催し、特産品を体験してもらうことを通じて「また来たい」と思ってもらえるようにし、富士市での消費拡大を図る。



ごみ拾い大会で「ごみ拾いたいかい？」

2515 坂野 太一 2409 木村 ゆず 2437 築田 力生 2514 齋藤 七美

企画の概要

市民の活動参加の促進と特産品の認知向上、さらに観光・移住促進を目指し、スポーツごみ拾い大会に高校生が運営として参加し、ゴミアートなどの要素を加える企画である。

具体的な取組み

富士市の課題は、若者の市への興味・関心が薄い点にある。富士市のごみ処理総量は、2019年の約7万8千トンから2023年度には約7万トンへと減少しているものの、雨の後の海岸には多くのごみが残っている現状が見られる。市の環境美化に関する取組みに若者が十分参加しておらず、ポイ捨ても多いため、景観の悪化につながっていると考えられる。

これらの課題を踏まえ、海岸を会場とした「ごみ拾い大会」の開催を解決策として提案する。対象は小学生・中学生とし、保護者の同行による参加者増加を図る。大会で回収したごみを活用し、富士市ロゼシアターなどに展示可能な「ごみアート」を制作することで、来場者にごみ問題を実感をもって伝え、課題意識を高めたい。

先行事例として、ジヤトコ株式会社と東名電機株式会社が協同で開催しているスポーツごみ拾い大会がある。主催者へのインタビューから、ペットボトルだけで約100kgのごみが回収されていることや、参加者が約600人規模であることが分かった。また、ごみアートの提案が受け入れられ、実際に大会の企画・運営に参加させていただくこととなった。

こうした取組みを行うことで、小学生や中学生などの若者や保護者が興味関心を持ってくれる。そこからごみを拾うことで、ポイ捨て抑止と海岸の美化につながる。最終的には富士市の景観が良くなることにもなり住みやすさの向上を目指したい。



アルティメットって知ってる？

2619 齋藤 天聖 2407 神尾 乙華 2418 杉原 芽依 2638 望月 周飛

企画の概要

富士市で人気のアルティメットの認知度向上を目指し、競技経験のない人でも楽しめる「フリスビー遊び」を小中学生向けに企画する。

具体的な取組み

現在の富士市では、人口流出が進んでいることが大きな課題となっている。あわせて、「富士市で有名なスポーツがない」という印象が広がっていることにより、子どもたちの運動不足が深刻化している点も問題である。実際に、全国体カテストの結果を見ると、2021年の数値は2019年と比べて低下しており、運動に親しむ機会の減少が影響していると考えられる。この背景には、地域を代表するスポーツが十分に認知されていないことが関係しているのではないかと考えた。

そこで、富士市に有名なスポーツがないのかを調査したところ、富士市はアルティメットが盛んな地域であり、「聖地」と呼ばれるほど高い評価を受けていることが分かった。この強みを生かすため、富士市立高校スポーツ探究科の生徒が市内外の学校を訪問し、アルティメットを教える活動を行うことを提案する。実際に体験を通して教えることで、競技の魅力を伝え、運動への関心を高めることができると考えた。実際に小学生に向けてアンケートを行った結果、「やったことがある」218人、「知っている」56人、「知らない」175人という結果であった。この結果から、聖地と呼ばれる一方で未だにアルティメットを知らない人も少なくないことがわかる。イベントに参加したいかについては「ぜひ参加したい」73人、「少し参加したい」309人、「参加したくない」41人、「嫌だ」26人で、イベントに関心のある層は計382人にのぼった

これらの結果から、まずは多くの子どもたちにアルティメットを知ってもらう機会を増やすことが重要であると考え。複数の学校を訪問し体験の場を設けることで、競技人口の増加や運動不足の改善が期待できる。さらに、富士市ならではのスポーツに親しむことで地域への愛着が生まれ、将来的には人口流出の抑制にもつながると考えられる。



吉原商店街について知ってもらおう！！

～駅前おすそわけプロジェクト～

2519 鈴木 来実 2405 大塚 哲誠 2412 左海 飛冨人 2509 小林 羽菜

企画の概要

吉原商店街の利用者増加を目指し、若い世代や退勤・下校者をターゲットに、駅前で特産品などをおすそわけする企画を実施する。

具体的な取組み

富士市の課題は地域活性化である。具体的には、吉原商店街の様子を見るとシャッター化が進み、人材不足もあり、昭和期の賑わいは薄れている。また、市と連携したイベントも開催されているが、若年層・中年層の集客が十分ではない。商店街の方々にはたくさんの思いがあるが、それが伝わっていないのが現状である。

そこで、解決策として岳南電車を活用した「吉原商店街おすそわけプロジェクト」を提案する。本企画は、岳南電車吉原本町駅において、吉原商店街の商品や富士市の特産品、酒類などを「おすそわけ」と称して無料で試食提供するものである。駅利用者は、周辺企業に勤務する社会人や通学中の学生が多く、帰宅時間帯に実施することで、日常の動線上で商店街の存在や魅力を知ってもらえると考えた。

実際に吉原商店街で開催されているアーケードマーケットを見学したところ、来場者は家族連れや高齢者が中心で、若年層や中年層の参加は限られている印象であった。商店街内でのイベントは、もともと関心のある人しか訪れにくいという課題がある。一方、駅前での実施であれば、これまで商店街に足を運ぶ機会のなかった層にもアプローチすることができる。

以上のことから、「おすそわけプロジェクト」は従来のイベントとは異なる形で商店街の魅力を発信し、新たな客層の獲得につながると考える。結果として、吉原商店街の認知向上と来街者の増加を通じて、地域活性化に貢献することが期待される。



私と巡る、富士市の甘い物語

2509 上室 昂大 2422 諏訪部 凜音 2508 勝亦 結月 2639 藤原 善司

企画の概要

富士市を「観光のまち」として認知してもらうため、利用減少が続く岳南電車を活用した、擬人化キャラクターの制作、地元企業「田子の月」とのコラボ商品開発、さらに高校生による期間限定アナウンスを提案する。

具体的な取組み

富士市では人口減少と岳南電車の利用者数減少が課題となっている。岳南電車は、製紙業が盛んな富士市において貨物輸送を担う目的で開業されたが、需要低下により 2012 年に貨物輸送が廃止され、現在は旅客輸送のみとなっている。その後、モータリゼーションの進展や市街地の衰退により利用者数は減少し、安定した収益の確保が難しい状況にある。

この課題を解決するため、三つの施策を提案する。第一に、岳南電車の車両を擬人化し、親しみやすいキャラクターとして発信することで、全国的な話題化を図る。第二に、地元銘菓である「田子の月」とのコラボレーション商品を展開し、富士市への来訪動機を高め、リピーターの獲得につなげる。第三に、高校生による車内アナウンスを導入し、地域性と話題性を高める。

これらの施策には先行事例がある。沼津市ではアニメ作品との連携により観光客が大幅に増加し、経済効果の創出や転入超過が実現した。また、長崎県の島原鉄道では高校生による車内アナウンスが導入され、利用者から好意的に受け止められ、注目度の向上につながっている。さらに、「田子の月」は過去に富士市立高校とベルテックス静岡とのコラボで県内外から高い評価を得た実績がある。

富士市は全盛期から人口が約 2 万人減少し、岳南電車も利用者数が大きく減少している。擬人化、地元企業とのコラボ、高校生の参画といった施策を通じて認知度を高めることで、岳南電車の利用者増加と富士市への関心向上を図り、最終的には人口減少の抑制と地域活性化につなげていきたい。



テーマ：ジェンダー平等

優秀班 家族みんなで楽しく家事をして笑顔あふれる富士市に！！！！

2239 若林 美優 2106 梅原 幹宏 2210 帯金 芽生 2240 渡邊 一也

企画の概要

富士市では家事分担に偏りがあり、女性に負担が集中しているという課題に対し、家族全員で家事に参加する意識を育てることを目的とした企画である。小学生向けに家事を「見える化」したポスターと家事分担キットを配布し、家庭で一週間実践して振り返る流れを提案する。

具体的な取組み

富士市にはジェンダーに関わる課題が多く、特に家庭内における家事分担の格差が大きいと考える。背景には、「男性は仕事、女性は家事・育児」といった固定的な性別役割分担意識が根強く残っていることがある。加えて、製造業が盛んな富士市では男性の長時間労働が多く、家事に充てる時間が不足しがちな点も課題である。

この課題に対する解決策として、家事の「見える化」ポスターを作成・配付することを提案する。作成にあたっては、まず富士市内の家庭を対象にアンケート調査を行い、男女の家事分担の実態を把握する。ポスターの主なターゲットは小学生とし、大人ではなく子どもを起点にすることで、家庭内での話題づくりや行動の変化につなげたいと考えた。これにより、家事を「時間のあがる人がやるもの」ではなく、「家族全員で担う生活の一部」として捉える意識を広げることを目指す。

さらに、家庭内の努力だけでなく、企業や職場の理解も不可欠である。柔軟な働き方の推進や男性の育児休業取得を促す制度が整えば、家庭内での役割分担がより進めやすくなる。家事分担の平等は、女性だけでなく、男性や子ども、高齢者にとっても生きやすい社会を実現するための重要な要素である。富士市がこの課題に向き合い、「家事は家族全員で担うもの」という考えが当たり前になる地域を目指すことで、より良い富士市の実現につながると考える。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。





家族みんなで楽しく家事をして 笑顔あふれる富士市に！！！！



チームジェンダー(G3) 帯金芽生 梅原幹宏 渡邊一也 若林美優

②ビジョン

家事役割分担が、平等になっている家庭

・父親や、子供が進んで家事に参加する。



現状・課題

富士市の現状

・家庭内で家事の役割分担に偏りがある

↓
女性が家事の大半を担っている

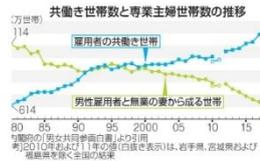
・共働き世帯が主流

↓
仕事と家事の両立が難しい

富士市の課題

・男女で家事の割合の偏りを減らす

・共働きが家事の障害になってしまうので障害にならないようにする



先行事例

富士市：はくむFUJI！家事育児サポート

家事に関する援助（食事の準備及び片付け、衣類の洗濯、生活必需品の買い出し等）

青森：家事シェアイベント

家事体験ブースや、キッズのお手伝いコーナーなど。お手伝い（家事）の大切さを楽しみながら教えられる。

小さい子

岐阜：家事メインセミナー

父親と子供で参加する料理体験イベント。体験→家庭でも実践しやすい。



企画内容①

「家事見える化」ポスター&キットの配布

・ターゲット...富士市の小学生1～6年生

家事をわかりやすく「見える化」したポスター

→家事を3つに分類する

①水を使う家事...例 洗濯、お風呂掃除

②食べ物を使う家事...例 料理・食材の買い出し

③部屋をきれいにする家事...例 掃除機掛け・洗濯量



企画内容②

・表をもとに今誰がどの家事をやっているかを書き出す

・誰がどの家事をできるかを考えカレンダーを作る→実践！

→一週間実践してみたあと、振り返りを行う。



そのほかにも、洗濯ものしまう場所マップや

お買い物リストなど...家族で楽しく家事をし、家庭内での習慣化を目指す！

フィールドワーク

・ポスターキットの第一案の作成、実践！

・わかったこと...両親の仕事の時間的问题により、できる日、できない日できる時間などが限られて来る。

・改善点...いろいろな家庭の事情に、寄り添えて、その事情にも対応できるものを作ったほうが良い。

～期待される効果～

子どもから動くことで、親の責任感が生まれる...

経済的メリットと家事分担の促進...



子供のころから性別関係なく家事のお手伝いをしていることで、

「女の人は家事、男の人は仕事」という昔ながらの固定観念がつかなくなる

固定観念は幼い頃に定着してしまうので

小さい時からの家事への考え方が大事に

・子どもも進んで楽しく家事をお手伝いしてくれる

・責任感や自立心が育成される



実は不便なトイレ

2208 大出 栞理 2112 桑山 心愛 2325 千葉 祐史 2339 吉野 富樹

企画の概要

トイレを使う際、性別に迷いや不安を抱える人が多いという課題に対し、誰もが利用しやすいトイレ環境を整えることを目指す企画である。約半数の人がトイレに悩みを抱えるという調査結果を踏まえ、男女の固定概念を薄め、多様な性の人々が安心して利用できるよう、男子トイレにおむつ替え台を設置し一体化させる案を提案。

具体的な取組み

富士市においては、男女に関する固定観念が依然として存在し、誰もが過ごしやすい地域づくりの妨げになっていると考える。その一例として、トイレや温泉に用いられているピクトグラムが挙げられる。一般的に、女性は赤色でスカート姿、男性は青色でズボン姿として表現されており、こうした視覚表現が無意識のうちに性別役割の固定化を助長している可能性がある。

この課題を解決するために、富士市オリジナルのトイレマークへの変更を提案する。具体的には、男女の区別を色や服装ではなく図形で示し、女性を菱形、男性を四角形とするなど、差異を最小限に抑えたデザインとする。また、富士市らしさを取り入れるため、市の名物やキャラクターをモチーフとしたイラストを組み合わせ、親しみやすく地域性のあるマークを目指す。これにより、必要最低限の識別性を保ちつつ、固定観念を生みにくい表現へと転換できると考えた。

さらに、この取組を富士市内にとどめず、他市や他県にも展開可能なモデルとすることで、地域を越えた波及効果が期待できる。色や服装で性別を表す従来の表現を見直すことは、「女性＝赤・ピンク・スカート」といった無意識の思い込みを和らげる契機となる。富士市発のオリジナルトイレマークを通じて、性別にとらわれず互いの個性を尊重し合える、より過ごしやすい地域づくりにつなげていきたい。

少しでも固定概念を変えよう！！

2215 小長井 結莉 2307 内田 真央 2323 鈴木緋々貴 2337 持田 賢

企画の概要

ジェンダーによる家事・育児の固定的役割分担を見直し、5年後に若者が誰でも家事・育児を積極的に行える富士市を目指す企画である。家事・育児に関するクイズや赤ちゃん人形を使った体験イベントを実施し、理解促進と意識改革を図る。

具体的な取組み

私はジェンダーの課題として、富士市に固定的な性別役割分担意識が残っていると考える。令和5年の富士市事業者調査では、育児休業取得率は男性27.8%、女性96.5%であり、大きな差が存在する。また、共働き家庭における家事・育児の時間は女性が男性の約5倍という状況がある。

この課題への対応策として、「家事・育児体験」イベントの実施を提案する。このイベントでは、まず家事・育児に関するクイズを通して基礎的な理解を深め、その後、赤ちゃんと同程度の重さを入れたリュックを背負いながら家事を行う体験を取り入れる。厚生労働省の若年層調査では、男性の約9割が育児休業を取得したいと回答しているものの、実際の取得率は低い水準にとどまっている。家事・育児の負担や工夫を体験的に理解することで、家事参画や育児休業取得への意識に変化が期待できる。

先行事例として、横浜市で開催された「マタニティ&ベビーフェスタ」では、妊婦体験を通じて妊娠・出産・育児に関する実践的理解が促された。また、静岡市のジェンダー平等ワークショップでは、実施1か月後のアンケートにおいて参加者の約9割が「家事・育児の分担を見直した」と回答している。これらの事例を踏まえ、家事・育児体験イベントを通して固定的な性別役割意識の解消を図り、家事・育児への継続的な関与につなげたい。



家事はやるかやらないかよりどう向き合うか

2536 米山 太陽 2411 小柳 苺 2415 篠原 仁実 2605 伊藤 航

企画の概要

家事分担への固定観念や夫婦間の認識のズレを解消し、家庭内の役割に納得して生活できる環境づくりを目指す企画である。産後のママ・パパを対象にしたコミュニティ会を開催し、悩み共有の場や、子どもと一緒に楽しめる活動、パパ・ママそれぞれが話せる時間を設ける。

具体的な取組み

私が考える富士市の課題は、「夫婦間の家事分担における認識のズレ」と、「市が実施している夫婦向けコミュニティ機会の参加率の低さ」である。2020年に公表されたパナソニックの調査グラフからは、自身が認識している家事分担割合と、パートナーから見た評価との間に大きな差があることが示されている。

この認識のズレを解消するためには、産前産後サポート事業への参加を促進することが重要であると考え、私たちは富士市で活動している「ママのおうち・パパのおうち」との協働を提案した。具体的には、この活動の中で高校生ならではの「吹奏楽演奏」「チアリーディング」「手形・足形」「フォトブース作成」等を実施し、参加者の増加を考えた。

企画立案にあたり、8月に岩松まちづくりセンターで実施された「ママのおうち・パパのおうち」に参加し、フィールドワークを行った。この事業は、母親だけでなく父親も育児や職場復帰、育休に関する悩みを共有できる点が強みである。当日の参加者は8名で、ヒアリングでは「高校生ならではの出し物や思い出に残る企画」を期待する声が多く聞かれた。また、夫婦4組に家事分担の自己評価を尋ねたところ、全ての組で程度の差はあるものの認識のズレが確認された。

以上より、夫婦間や他家庭との交流の機会を意図的に設けることが、認識のズレの解消につながると考える。本企画を通じてコミュニティ参加の裾野を広げ、家事・育児への向き合い方を見直すきっかけを提供したい。



企画の概要

男性の家事・育児参加率の低さや負担の偏りを改善し、母親の負担軽減と子どもにとってより良い環境づくりを目指す企画である。中学生と父親を対象に、家事・育児の重要性を学ぶ講演と料理・洗濯の実践講座を実施し、男性の参加意識を高めるきっかけづくりを行う。

具体的な取組み

私が考える富士市の課題は、男性の家事・育児参加率の低さである。近年、男性の家事・育児参加は増加傾向にあるものの、女性との間には依然として大きな差があり、育児休業取得率にも顕著な開きが見られる。さらに、家事・育児の労働価値を金額に換算すると、月額約30万円、年間で約360万円相当に達するとの試算もあり、その負担の大きさがうかがえる。加えて、フィールドワークとして実施した父親へのインタビューでは、「家事や育児に参加したくても時間的制約がある」という意見が多く聞かれた。

これらの課題を踏まえ、解決策として中学生と父親を対象とした家事・育児講座の実施を提案する。講座では、家事・育児に取り組む意義や課題、ワーク・ライフ・バランスについての説明を行うとともに、体験型の内容を重視する。具体的には、料理と洗濯を実践形式で扱い、料理では季節ごとの旬の食材を用いた調理を行い、洗濯では衣類の種類に応じたたたみ方を体験する。家庭での実践につながる「最初の一步」を提供することを目的とする。

先行事例として富士友の会では小学生以下向け講座を実施しており、実際に富士友の会の方々にインタビューを行った。その結果、講座後アンケートの実施、集客方法、テーマ設定の工夫などのアドバイスを受けることができた。実地参加で運営の実際も確認でき、企画の具体像をイメージすることができた。

以上より、体験型講座を通じて家事・育児参加のきっかけをつくることは有効であると考えられる。本取組により、男性の家事・育児参加率の向上や女性の負担軽減が期待されるだけでなく、家事・育児に対する意識改革を促し、「家事・育児をしやすい街・富士市」というイメージ向上にもつながると考える。

自分の色を大切にしよう

2516 佐野 楓 2429 服部 春香 2435 宮下 銀河 2601 赤平 大和

企画の概要

ジェンダーやLGBTQ+への理解不足という課題に対し、学生が楽しく学び考える機会を提供することで、多様性を尊重できる大人を育てることを目的とした企画である。全校生徒参加型のポスター制作により意識変化を促し、誰もが自分らしく生きられる社会づくりを目指す。

具体的な取組み

私は、ジェンダーに関わる課題の一つとしてLGBTへの理解不足を取り上げる。富士市立高校2年生50人を対象に実施したジェンダー意識調査では、「LGBTという言葉聞いたことはあるが、内容は理解していない」と回答した生徒が過半数を占めた。また、日常会話において当事者への配慮に欠ける発言が見られることも明らかになった。その背景には、「自分の身近にはLGBTの当事者がいない」と捉えがちな認識があると考えられる。

この課題に対する解決策として、参加型ポスターの制作を提案する。ポスターは、①LGBTの基礎知識、②無自覚な発言の影響、③アライの考え方、④まとめ、の構成とし、②と③はクイズ形式とすることで、読み手が主体的に考えながら理解を深められるよう工夫する。さらに、付箋などを用いて感想や意識の変化を記入できる仕掛けを設け、市役所などの公共施設への掲示する。

フィールドワークとして小木の里ホールで開催された、トランスジェンダー当事者・遠藤まめた氏の講義に参加した。そこで、人口に占めるLGBTの割合や、当事者が「名乗れない」ために周囲に「いない」と誤認されやすいこと、言葉への配慮が安心につながることを学んだ。これらを踏まえ試作ポスターを作成し、校内に掲示して生徒や教員から意見を収集した。その結果を基に内容や表現を改善し、より理解を促すポスターへと発展させたいと考えている。

このような取組を通して、学生の段階から多様な価値観を意識する機会を創出することで、将来的には性別に関わらず誰もが自らの力を発揮できる社会づくりにつながると考える。



冒険！！お掃除クエスト～伝説の宝はピカピカの先に～

2621 佐藤 恵太 2424 中村 陽菜子 2428 服部 笑里 2608 遠藤 悠陽

企画の概要

家事負担が女性に偏る現状を踏まえ、小中学生が掃除を「楽しい体験」として学べる“お掃除クエスト”を企画である。宝探し形式で畳み方や片付けなどの家事に挑戦し、達成感を得られる仕組みとした。

具体的な取組み

現在、富士市では女性の家事・育児の負担が男性より3割以上多い状況が見られる。SDGsの目標の一つに「ジェンダー平等」が掲げられ、富士市でも取組が進められているものの、「男性は仕事、女性は家事・育児」という役割分担意識はまだまだ根強く残っている。そのため、家事・育児の負担を男女でより平等にしていくことが重要な課題である。

解決策として、大人の意識を変えることは難しいため、子どもの段階からの意識をかえることが有効であると考え、「お掃除クエスト」と名付けた小中学生向けイベントを提案する。洗濯物を干す・たたむ、食器を洗う等の家事体験を通じて、正しい手順や汚れの性質と落とし方を学ぶ。

「男性は家族のために働き、女性は家族のために家事、育児をする」という役割分担をしている家庭が多い中で、小中学生期から「家事は男女ともに行うのが当たり前」という意識を根付かせ、将来家庭を持った際に、男女がバランスよく家事・育児を分担できる基盤が形成されると考える。このイベントの開催については高校生が講師となっていく。

この企画を行うことで富士市の大きな課題である「ジェンダー不平等」を解決できると期待する。



テーマ：自然・生活環境

優秀班 花と香りで、富士市を心地よく。

2413 佐藤 悠夏 2522 須村 妃蘭 2535 吉利 日向 2633 夏目 瑛大

企画の概要

工場などによる臭気問題について、脱臭・空気清浄効果のある植物（ラベンダー、マリーゴールド、ローズマリー）を工場周辺や学校の花壇に植える活動を企画である。さらに、植えた植物を使った匂い袋づくり体験も実施し、子どもから高齢者まで楽しめる参加型の取り組みとする。

具体的な取り組み

富士市の課題として、工場から発生する臭気問題を取り上げる。かつてに比べて状況は改善されているものの、現在も市役所には苦情が寄せられ、健康への影響を訴える声も見られる。現状を把握するため、市役所職員へのインタビューを行ったところ、「臭気に関する苦情は相談内容の中で2番目に多いこと」「立ち入り検査では毎年法令違反は確認されていないこと」「それでも『においを何とかしてほしい』という要望への対応に苦慮していること」が明らかになった。

これらを踏まえ、解決策として工場や学校の花壇に、脱臭や空気浄化の効果が期待できる花を植える取り組みを提案する。この取組は、景観の向上に加え、植物の蒸散作用による温度・湿度調整を通して、空気環境の改善につながる可能性がある。観葉植物の空気清浄効果については、NASAの研究でも示されている。ただし、屋外で同様の効果を直接的に期待することは難しいため、補完的な取組として「におい袋作り体験」を併せて実施する。具体的には、花壇で育てた花をドライフラワーに加工し、におい袋を作成する体験型企画を行う。子どもから高齢者まで誰でも参加でき、身近なところから臭気への意識を高めることができる点に意義がある。花の色や香りに触れることで、においに対する不快感を和らげるだけでなく、フォトスポットや地域の魅力づくりにもつながると考えられる。

臭気を完全になくすことは難しいが、「景観」と「香り」の工夫によって、感じ方を改善し、暮らしやすさを高めることは可能である。富士市を花で彩り、心地よい空気と印象を持つまちへとつなげていきたい。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。



花と香りで、富士市を心地よく。

N7 班活動ばも
佐藤悠夏 須村妃蘭 吉利日向 夏目瑛大

現状課題（現状）

みどりの課/環境保全課の方とのインタビューから

- ・昔に比べて臭いの苦情がかなり減った
- ・市内全体が臭い→一部だけ臭い
- ・工場の臭いでの苦情が未だあるが、違反はしていないため強く言えない
→臭いの改善が進まない

企画内容① 市内の工場付近に植樹、手入れ

★脱臭・空気清浄効果がある植物を植える

場所：工場付近の花壇、学校の花壇
持ち物：軍手

【植える植物と効果（特徴）】

- ・ラベンダー（抗菌・消臭効果高め、手入れが簡単）
- ・マリーゴールド（空気清浄・虫よけ効果あり、発育はやめで鮮やか）
- ・ローズマリー（抗菌・消臭効果 匂いが比較的強め 食用にも○）

期待される効果

- ・植える植物は脱臭・空気清浄効果があるもの
＝地域の人臭いへの不満が減る（嗅覚面）
 - ・企画後には様々な植物が見られる
フオトスポットにもなる（視覚面）
- ↓
- 見た目もまちの空気も良いことで
富士市の地域活性化にもつながる！

ビジョン

視覚的にも嗅覚的にも 地域の人が不満を持たないこと

⇒臭いがきつい、空気が汚いなどをボランティア活動で解決することが目標

区	22年度(2023年度)	21年度(2022年度)	20年度(2021年度)	19年度(2020年度)	18年度(2019年度)
東区内 健康被害者数					
東区内 認定者数					
西区内 健康被害者数					
西区内 認定者数					
南区内 健康被害者数					
南区内 認定者数					
北区内 健康被害者数					
北区内 認定者数					
市内 健康被害者数					
市内 認定者数					

（課題）

年々減りつつあるが
未だ数多くある
公害による
健康被害の恐れ

参照:公害

企画内容② 植物を使った匂い袋作り体験

★あらかじめ乾燥させた企画①に記載した植物を布に詰め、リボンで飾り付け
小さな子から高齢者まで幅広い年齢で楽しめる！（※5歳～）
乾燥剤または重曹と一緒に入れると、防カビ効果も期待できる



フィールドワークの結果(7月28日)

①匂い袋の試作in自宅



フィールドワークの結果(8月4日)

②インタビュー(一部抜粋) 富士市役所みどりの課、環境保全課

【臭気問題に対する市民からの苦情対応】

- ・工場の臭いだけでなく、ゴミ収集車の臭いで苦情が入ったことがある
- 「臭いをなくせ！」という苦情が一番多いが、臭いを無臭にすることは難い
- ・ゴミ収集車のゴミを積む所に芳香剤を撒いて臭いを防いでいる



【植物で有害物質による臭いは和らぐのか】

- ・ある程度緩和する
- ・そもそも植物の葉から臭いがする
- ・数値は測っていない

今後の予定

- ・臭いの数値を測る
- ・花の植え替え時期の検討
- ・どの年齢の人でもより簡単に作れる匂い袋を試作

イベントを楽しめる環境づくり

2209 奥村 莉子 2211 加藤 将剛 2301 青木 颯馬 2316 坂田 明日海

企画の概要

祭りなどのイベントで発生するポイ捨てや分別不足を改善するため、投票機能付きの分別ゴミ箱を設置し、楽しみながらごみの分別を促す企画である。割り箸・ストローなど小さなごみ専用の箱を追加し、富士市らしいデザインで観光客も楽しめる工夫を行う。

具体的な取組み

富士市の環境問題としてごみの分別がある。とりわけイベント時の細かなごみ分別が課題である。中央公園などでは週末に多くのイベントが開催されるが、割りばしやストローなど小さなごみが適切に分別されずに捨てられている。これは環境悪化や景観の低下につながるだけでなく、市や清掃業者、住民に負担を生じさせている。分別されていないごみが増えることで、リサイクル可能な資源が焼却や埋立処分となり、市の処理コストが増大する。また、清掃業者は再分別の手間が増え、作業負担や安全面のリスクが高まる。来場者や地域住民にとっても、不衛生な環境や悪臭、景観の低下は生活の質や地域イメージを損なう要因となる。

この課題に対し、「割りばし用」「ストロー・プラスチック用」「燃えるごみ用」など細かく分類したごみ箱をイベント会場に設置することを提案する。富士市らしいデザインにすることで利用促進も期待できる。この取組みによりゴミの適切な分別が促進されてリサイクル率の向上や処理コストの軽減、安全な作業環境の確保、そして地域の美観維持が期待できる。

イベントのにぎわいと環境保全を両立させることで富士市の持続可能な地域活性化に貢献できると信じている。私自身も高校生として、この課題解決に主体的に関わっていきたい。

レッツサイクリング～with Fuji city～

2104 稲垣 陽向 2203 石元 亜由夢 2212 加藤 千聖 2317 櫻井 美心

企画の概要

自動車依存が高い富士市で、二酸化炭素排出量削減と住みやすさ向上を目指し、気軽に使えるシェアサイクルを拡充する企画である。新富士駅、市役所、住宅地、病院など人が集まる場所に、普通・電動・クロスバイクなど多様な自転車を配置し、専用アプリで貸出・返却を簡便化する。

具体的な取組み

富士市では市民や観光客の移動手段について選択肢が少なく、8割の市民が自動車を利用している。これにより騒音、振動、排気ガスなど環境負荷が大きい。移動手段を増やすことで市民・観光客の利便性向上と環境負荷軽減が求められている。

この課題に対する解決策として、新富士駅、市役所、住宅地、中央病院、観光地など、市民や観光客が利用する主要拠点にシェアサイクリングステーションを設置することを提案する。自転車は自動車と比べて環境負荷が小さく、街並みや自然を身近に感じながら移動できる点が特徴である。これにより、自動車では気づきにくかった富士市の魅力を再発見するきっかけにもなる。

先行事例として、広島市の電動シェア自転車「ぴーすくる」は日常利用と観光利用の双方で定着していることがわかった。また、環境省の資料でも自転車は排気ガスゼロであるとされ、自動車と比較して環境に優しい移動手段であるといえる。

以上のことから、シェアサイクリングは環境に配慮しつつ、市民と観光客の多様なニーズに応えることができる移動手段である。富士市においてもシェアサイクリングステーションを整備することで、持続可能で魅力あるまちづくりにつながると考える。

それって、本当にゴミ？

2218 佐野 優美 2123 平岩 恒星 2133 八木 徹 2305 井上 ありさ

企画の概要

富士市民の市の活動参加促進と特産品の認知向上を目指し、海岸清掃と「ごみアート」を組み合わせた企画を実施。田子の浦海岸でごみ拾いを行い、集めた素材でアート作品を制作し、学校や地域施設、SNS で展示・投票する。

具体的な取組み

富士市の課題の一つとして、子どもがごみに対して消極的・否定的な意識を持っている点が挙げられる。私自身、子どもの頃に燃えるごみと燃えないごみの区別が分からなかった経験があり、また高校 1 年生のときに、小学生が通路にお菓子のごみを捨てている場面を目にした。これらの経験から、子どもの段階でごみに対する意識を変えなければ、地域の美化や住みやすさは維持できないと感じた。

そこで、ごみ拾いとアートを組み合わせた取組を提案する。分別を意識しながらごみ拾いを行い、拾ったごみを素材としてアート作品にすることで、ごみの種類や分別方法を楽しみながら学ぶことができると考えた。先行事例として、Honda のビーチクリーン活動では、実際にごみを拾い、アート制作を行う体験を通じて、子どもたちがごみに関心を持つようになったという報告がある。

フィールドワークとして田子の浦海岸でごみ調査を行ったところ、ペットボトルは少なく、空き缶やお菓子の袋が草の中に捨てられている様子が見られた。一方で、全体的なごみの量は少なく、清掃員やボランティアによる継続的な美化活動の存在がうかがえた。

これらを踏まえると、ごみ拾いイベントとごみアートを組み合わせることで、子どもたちは分別やごみの種類を主体的に学び、アートを通じてごみに対する興味を深めることができる。結果として、ごみに対する意識を「マイナス」から「プラス」へと転換し、将来の地域環境を守る担い手の育成につながると考える。

観光地美化計画～富士山夢の大橋をきれいに～

2336 皆川 桜奈 2107 梅村 悠真 2221 竹内 洸晴 2302 市川 希愛来

企画の概要

富士山夢の大橋周辺では、観光客によるポイ捨てや騒音、違法駐車が問題となっており、特に冬季は来訪者が増えるためごみが目立つ。そこで多言語（英・中・韓）を用いた目立つ注意喚起ポスターやマークを設置し、吸い殻やゴミの投棄を抑制することを目指す。

具体的な取組み

近年、富士市の観光スポットである「富士山夢の大橋」では、観光客によるポイ捨て、違法駐車、騒音といった問題が発生している。富士山を美しく望める場所であることから多くの観光客が訪れているが、橋の上や周辺には吸い殻、缶、プラスチックごみが見られ、近隣住民の生活環境に悪影響を及ぼしている

フィールドワークを通して現地を確認したところ、注意喚起の看板やポスターは設置されているものの、内容やデザインに統一性がなく、観光客に十分伝わっていないことが分かった。実際に現地の警備員へのヒアリングを行うと、直接注意するとトラブルになるケースがあるため、効果的な看板設置が必要との意見をいただいた。

そこで、本研究では注意喚起の看板を効果的に設置することを対策として提案する。ゴミ箱の設置は許可が下りないため、看板による啓発が現実的な方法である。看板は赤や黄色などの目立つ色を用い、英語・中国語・韓国語といった多言語表記を取り入れることで、外国人観光客にも分かりやすくする。また、吸い殻やごみが多く見られる橋の上や川沿いなど、課題が顕在化している場所に重点的に設置する。

これらの取組みにより、ポイ捨てや騒音の抑制が期待され、近隣住民のストレス軽減につながるるとともに、観光資源としての景観を守ることができる。結果として、観光客と地域住民の双方が気持ちよく過ごせる環境づくりにつながると思う。



富士市から世界へストレスフリーなごみ捨てと「おもてなし」の心

2627 滝口 陽喜 2416 下村 咲季 2425 縫島 時歩 2434 三澤 七南未

企画の概要

富士市をより快適で国際的に訪れやすい街にするため、外国人観光客が戸惑いがちな「ごみ捨て」を改善する企画である。多言語表示・イラスト付きの使いやすいごみ箱を公園や駅に設置し、分別のストレスを軽減することを提案する。

具体的な取組み

現在、富士市の観光地では、外国人観光客の増加に伴うオーバーツーリズムにより、ごみの投げ捨てが課題となっている。富士市には富士山に関連する観光スポットが多く、国内外から多くの観光客が訪れる一方で、日本独自のごみ分別や処理方法が十分に理解されていないことが問題の背景にあると考えられる。特に、多言語表示やイラストによる案内が不足している点が、外国人観光客にとって分かりにくさにつながっている。

この仮説を確かめるため、外国人観光客を対象にインタビュー調査を行った。その結果、9人中8人が「公共のごみ箱が少ないこと」や「多言語表示が不足していること」を不便な点として挙げた。このことから、ごみの投げ捨ては意図的な行為というよりも、適切な捨て方が分からないことに起因している可能性が高いと考えられる。

富士市ではすでに、富士山夢の大橋周辺への注意喚起看板の設置やスマートごみ箱の導入といった対策が進められている。しかし、観光客が観光地に到着する前段階での対応は十分とはいえない。そこで、外国人観光客が最初に日本に降り立つ駅や空港などに、多言語対応のごみ箱やイラスト付きのポスターを増設することを提案する。

これにより、外国人観光客が迷うことなく適切にごみを捨てられる環境が整い、観光地周辺の景観維持や地域住民の安心につながると考えられる。また、訪日観光客の満足度向上も期待でき、観光と地域生活の両立が可能となる。以上のことから、外国人観光客に分かりやすくごみ処理方法を伝える仕組みづくりが、観光地のごみ問題解決において重要であるといえる。

カメと歩む 海の未来

2628 嶽石 覇旭 2520 鈴木 心美 2528 中村 凜果

企画の概要

アカウミガメの産卵環境悪化を背景に、富士海岸のごみ問題を改善し、自然と人が共生できる海辺を守ることを目指す企画である。ごみ拾いを「ミッション型ビンゴ大会」として楽しめる形にし、地域住民の参加を促す。ペットボトル・缶・漁網などの収集量をゲーム化し、環境意識を高めるとともに生態系の保全・富士市のイメージ向上を狙う。今後は清掃活動に合わせ、集めたごみを作品化する取り組みも検討している。

具体的な取り組み

富士市では2017年にウミガメの上陸が1件確認されたが、近年は上陸が見られなくなっている。この要因として、海岸のごみ問題が影響しているのではないかと考えた。そこでフィールドワークを行い、過去にウミガメが上陸した場所を調査したところ、ペットボトルやアルミ缶などのごみが多数散乱しており、産卵に適した環境とは言えない状況であった。

この課題の解決策として、海岸でのごみ拾い大会と、回収したごみを活用したアート制作を組み合わせた取り組みを提案する。ごみ拾い大会を実施することで、富士市の海岸に多くのごみがある現状を市民に知ってもらい、環境意識の向上につなげることができる。また、拾ったごみをアートにすることで、参加者にとって思い出に残る体験となり、継続的な参加意欲を高める効果も期待できる。

ウミガメの産卵には、ごみのない砂浜環境が不可欠である。先行事例として、富士市ではこれまでも多くの市民が参加するごみ拾い大会が行われてきたほか、ごみアートはテレビ番組などでも取り上げられ、再利用の観点からも有効な取り組みであることが示されている。これらの活動を継続することで、ウミガメが再び上陸・産卵できる環境が整い、きれいな海が観光客を呼び込むとともに、地域住民の環境意識向上にもつながると考える。

エアリフレッシュ！健康な街はクリーンな空気から

2625 高田 琉生 2607 遠藤 壮大 2635 額川 幸太郎

企画の概要

富士市の工場周辺では「においが気になる」という声が多く、住みやすさの印象にも影響している。そこで、松本市の「花いっぱい運動」にならい、工場付近に花を植えて視覚的・嗅覚的に不快感を和らげる取り組みを企画した。

具体的な取り組み

富士市は製紙工業が盛んな歴史を持つ一方で、過去には大気汚染や水質汚染、騒音などの環境問題が指摘されてきた。現在では多くの問題が改善され、住みやすい街へと変化しているが、工場付近のにおいについては依然として不快感を抱く人がいることが課題である

この課題に対する解決策として、工場周辺の道路や公共空間に花を植える取り組みを提案する。花には直接的な消臭効果はないものの、視覚的な美しさによって不快感を和らげ、街全体の印象を改善する効果が期待できる。富士市のイメージを「くさい町」から「花のある町」へと転換することが目的である。

先行事例として、長野県松本市の「花いっぱい運動」が挙げられる。この活動では、街中に花を植えることで景観が向上し、街の印象が大きく改善された。視覚的な魅力に加え、花の存在が町の雰囲気をも明るくし、不快なにおいを意識させにくくする効果が報告されている。また、富士市立高校の保護者を対象に実施したアンケートでは、市外出身者の第一印象として「くさい」が多く挙げられた一方、富士市出身者では「過ごしやすい街」という回答が最も多かった。この結果から、市外の人にとっては依然としてにおいが富士市の印象に影響していることが分かる。

以上を踏まえ、小中学生が参加する花植えイベントを実施し、市民主体で花を増やす取り組みを推進することで、富士市の印象改善と地域活性化につなげることができると考える。市内外の人々にとって魅力的で過ごしやすい街づくりを進めるためにも、花を通じた環境整備は有効な取り組みである。



香ばしい富士

2110 岸本 裕王 2128 堀野 寛介 2331 橋本 泰和 2340 渡邊 創季

企画の概要

富士市ではいまだに「くさいイメージ」が先行しており、その課題を解決するため、市内各地の匂いを袋に詰め、写真と組み合わせて「どこの匂いか当てる」体験型イベントを実施する。

具体的な取組み

富士市では、現在ではにおいに関する環境問題が大きく改善されているにもかかわらず、市外の人を中心に「富士市はくさい」という印象が根強く残っていることが課題である。このイメージが固定化されれば、富士市の評価や魅力の発信に悪影響を及ぼすおそれがある。

実際に富士市役所環境保全課へのヒアリングを行ったところ、「においに関する苦情は少ない」「法的基準を超える数値は確認されていない」という回答を得た。また、フィールドワークとして市内を歩いた結果、製紙工場周辺では独特の硫黄臭が感じられた一方で、鷹岡のブルーベリー畑周辺では心地よい香りがするなど、場所ごとに多様なにおいが存在することが分かった。アンケート調査では、「くさい」と回答した人の多くが工場付近のみを理由に挙げており、一部の場所の印象で市全体を判断している傾向が見られた。

そこで、富士市のさまざまな場所のにおいを楽しみながら知ってもらおう企画を提案する。具体的には、市内のにおいを袋に集め、どこの場所か当てるクイズ形式のイベントを開催する。また、フィールドワークで、市内を調査した結果、工場付近の硫黄臭やブルーベリー畑の近辺では良い香りがするなど場所ごとに様々なにおいがあることを実感した。アンケートでは工場付近のみを理由に「くさい」と答えた人が多く、単一の場所で評価している傾向が見られた。そのため、この企画で他地域のにおいも知ってもらい、少しでもイメージを払拭していくことが大切である。



テーマ：公共交通

優秀班 乗りたい撮りたい岳鉄

2431 ビスモールテくれは 2427 旗持 潤美 2610 大谷 碧斗 2637 松村 昂

企画の概要

本発表は、岳南電車の利用者増加を目的とした企画提案である。鉄道ファン向けSNS「レイリル」で岳南電車を擬人化したキャラクターを活用し情報発信することで、認知度向上と集客増加を図り、将来的な増便や収益向上につなげることを目指す。

具体的な取組み

私は市役所プランにおいて「岳南電車」をテーマに探究活動を行った。調査を進める中で、岳南電車の利用者数が少ないことが大きな課題であると考えた。その背景には、岳南電車自体の認知度が低いこと、そして富士市では自家用車の利用率が高く、日常的に公共交通機関を利用しない人が多いという二つの要因がある。

当初は運賃を引き下げることで利用者増加につながるのではないかと考え、フィールドワークとして岳南電車本社を訪問し、担当者の方に意見を伺った。しかし、岳南電車は慢性的な赤字経営であり、富士市から多額の助成金を受けて運営している現状から、運賃の値下げは難しいという回答を得た。一方で、岳南電車としては「利用者を増やすこと」が最も重要な目標であることも分かった。

そこで私は、独自の視点から認知度向上と利用促進を同時に図る方法として、鉄道ファン向けアプリ「レイリル」を活用したイベント周知を提案する。一般層への発信だけではなく、鉄道ファンという明確なターゲットに情報を届けることで、実際に足を運んでくれる利用者の増加が期待できると考えた。

具体的な企画として「夜景電車」を実施する。夜間に車内照明を落とし、街灯や工場夜景など沿線の景色を楽しむイベント列車である。さらに、夜景電車限定のキャラクターを作成し、イラストとともに情報発信を行うことで、親しみやすさと話題性を高める。この取り組みにより、これまで岳南電車を知らなかった人や鉄道ファンの来訪を促し、利用者増加と売上向上につなげたい。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。



乗りたい撮りたい岳鉄



チーム交通ファミリー

2427旗持潤美 2431ビスモールテくれは 2610大谷碧斗 2637松村昂

中間発表のビジョン



順位	駅名	乗降客数 (人/日)
1位	吉原	1,600
2位	吉原本町	830
3位	岳南富士岡	280
4位	本吉原	260
5位	岳南原田	210
6位	津津	167
7位	岳南江塚	160
8位	シヤトコ前	150
9位	神谷	130
10位	比奈	95

利用者増加の目標

- 乗降客数200人未満の5駅
→ 各駅 **200人以上** を目指す
- 吉原駅 1600人
→ **2000人** を目標
- 岳南電車全体
→ **1日あたり約4000人** の乗降客数を目標す



https://staterearch.jp/traffic/train/passengers_company_ranking_33.html



ビジョン 岳南電車のイベントを知ってもらう

- 対象者：電車好きの方
- 県内外でも岳鉄を知ってもらい、足を運んでもらう

現状・課題①

- 駅によって利用者数に差がある
- 各駅ごとに名物となるものがない（観光スポット）

順位	駅名	乗降客数 (人/日)
1位	吉原	1,600
2位	吉原本町	830
3位	岳南富士岡	280
4位	本吉原	260
5位	岳南原田	210
6位	津津	167
7位	岳南江塚	160
8位	シヤトコ前	150
9位	神谷	130
10位	比奈	95

https://staterearch.jp/traffic/train/passengers_company_ranking_33.html

現状・課題②

- 車の利用率が年々増加している

2 市町別自動車保有台数

14 市町が前年より増加、21 市町が前年より減少



第2図 市町別増減台数の状況

<https://toukei.pref.shizuoka.jp/jinkoushugyouhan/data/20-010/documents/r4kekkanogaiyou.pdf>

企画内容（中間発表）

スタンプで60お得な岳南線

- ①スタンプラリーでお得に！
- ②切符をスタンプにする
- ③進んだ駅の数だけポイントがたまる
- ④ポイントがたまったら割引券



既存イベント～沿線マップスタンプラリー

https://www.tetsudo.com/event/33319/#google_vignette

<https://www.city.fuji.shizuoka.jp/1005330000/p006972.html>

フィールドワークの結果

7月30日木曜日 [岳南本社]
取締役業務部長 紺野伸之さん 鉄道部アドバイザー 井上昌久さん

切符の減額は難しい
でも利用者を増やしたい



現状・課題③

- ・ イベントが沢山やることが知られていない



フィールドワークの結果

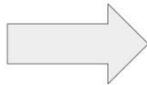
7月30日 木曜日 [岳南本社]
取締役業務部長 紺野伸之さん 鉄道部アドバイザー 井上昌久さん

切符の減額は難しい
でも利用者を増やしたい

↓
現在も実施されており、
一番反響のある【夜景電車】
をより多くの方に広めよう！



企画内容(改) 企画されてるイベントを広める
岳南電車の擬人化キャラクターを作り、
レイリルで情報発信！
総合カルチャーデジタル部
(美術チーム)



<https://www.jrw-inv.co.jp/business/railil/>

レイリルとは、鉄道マニア向けのSNS



期待される効果

- ・ レイリルで鉄道ファンに夜景電車を知らせてもらい、知名度をあげ、利用者数を増やす。
- ・ 利用者が増えることで、岳南電車が儲かる。夜景電車の本数を増便し、多くの集客を見込める。
- ・ 擬人化によって親しみやすい存在として定着

今後の予定(年内)

- 10月 擬人化イラストの募集と完成
→完成イラストをレイリルで初投稿！
- 11月 本吉原駅の夜景情報、夜景電車イベントの情報発信！
- 12月 岳南江尾駅の夜景情報、レイリルで投稿！



のるーとを知ってもらおう！

2119 竹川 空 2109 勝亦 優 2230 深澤 来瑠美 2235 谷津倉 圭嗣

企画の概要

本企画は、富士市の自動運転サービス「のるーと」の認知度向上を目的とし、ふじ MaaS の代表的存在にすることを目指している。バス本数の少なさや利便性の低さ、のるーとが十分に知られていない現状を課題とし、ポスターやパンフレット、公式サイトや SNS、乗り方動画を活用することで理解を深める。

具体的な取組み

富士市では、バスや電車の本数が少なく、公共交通機関が赤字経営となっていることが課題である。この状態が続けば、路線の維持が困難となり、通勤・通学や日常生活で公共交通を利用して市民が移動に困る可能性がある。

この課題に対する解決策として、公共交通機関の知名度向上が重要であると考え。知名度が低いと、「利用するかどうか」を判断する以前に、「存在を知らない」「使い方が分からない」という状況に陥ってしまうからである。実際にフィールドワークを行い、市役所の方に話を伺ったところ、市が運営する「のるーとふじ」は認知度が低く、利用者が少ないという現状があることが分かった。また、岳南電車も赤字が続いており、市からの支援を受けながら運営がされている。

そこで、ポスターやパンフレットの作成・掲示、公式 SNS アカウントや Web サイトの運営を提案する。まちづくりセンターや掲示板への掲示は、高齢者や市外の人にも周知する手段として有効であり、SNS を活用することで観光客への情報発信も期待できる。先行事例として、福井県池田町では人口が少ない中でも地域の魅力を発信することで観光客の増加につなげている。

公共交通機関を通して富士市の魅力を発信し、利用者を増やすことで、公共交通の維持と地域の活性化の両立が可能になると考える。



わくわく駅弁プロジェクト！！

2332 馬場 光里 2116 志田 悠斗 2231 藤田 聡太郎 2324 高橋 百音

企画の概要

本企画「わくわく駅弁プロジェクト」は、赤字が続く岳南鉄道の収益改善を目的とし、期間限定の駅弁販売やお得切符の導入を提案する。富士市のスーパー「オカムラ」と連携し、地域色のある駅弁をイベント時に販売することで集客を図るとともに、記念切符や割引切符による話題づくりで利用者増加を目指す。

具体的な取組み

富士市では公共交通機関の利用者数が年々減少しており、特に岳南電車は毎年赤字経営が続いている。市からは地方鉄道運営費補助金として年間約6,500万円前後が支給されており、その額は増加傾向にある。この状況が続けば、市の財政負担や市民の負担がさらに大きくなるため、利用者増加に向けた対策が求められている。

そこで、地域の店舗と岳南電車が連携した「お得きっぷ」の導入を提案する。具体的には、地元で人気の高いスーパーオカムラの弁当と岳南電車の乗車券をセットにした切符を販売することで、地域ならではの魅力を目的に岳南電車を利用する人を増やすことをねらいとする。地域限定の商品を組み合わせることで、観光や外出の動機づけにつながると考えた。

先行事例として、京浜急行が実施している「みさきまぐろきっぷ」がある。この切符は運賃と食事代を一体化した商品で、2008年から2017年にかけて販売枚数が12.8倍に増加し、鉄道利用促進と地域活性化の両立に成功している。また、フィールドワークでスーパーオカムラを訪れた際、他県ナンバーの車が多く見られ、来店者の多くが自家用車を利用していることが分かった。

お得きっぷを導入することで、車で訪れていた人が岳南電車を利用するきっかけとなり、公共交通機関の利用促進が期待できる。この取り組みにより、岳南電車の利用者増加と売上向上が見込まれ、赤字額の削減や富士市の財政負担軽減につながると考える。

STOP！高齢者事故～高齢者が安心して暮らせる社会へ～

2216 小林 賢信 2220 高山優生 2233 堀田 菜央 2328 中田 美琴

企画の概要

本企画は、富士市のオンデマンド交通「のるーと」の認知度向上と高齢者事故の減少を目的としている。知名度不足や操作の難しさ、車内段差や両替機がない点などを課題とし、チラシ配布や利用特典による周知、車内設備の改善を提案する。

具体的な取組み

富士市の地域活性化における課題の一つは公共交通である。近年、高齢ドライバーによる交通事故が増加しており、令和5年度には市内で交通事故が1,221件発生し、死亡者3人、負傷者1,485人に上っている。この状況を踏まえ、高齢者事故ゼロを目標とした取り組みが求められている。

そこで解決策として、富士市が導入しているオンデマンド型バス「のるーと富士」の利用促進を提案する。オンデマンドバスは、利用者が事前に予約した時間に運行する仕組みで、固定の路線や時刻表を持たない次世代型公共交通である。この仕組みを活用することで、高齢者が自家用車を運転する機会を減らし、事故防止につながると考える。

実際に校内でアンケート調査を行ったところ、737人中123人しか「のるーと富士」を知らないという結果であった。このことから、知名度向上が大きな課題であると分かる。既存のチラシは若者向けのデザインが中心で、高齢者には分かりにくい部分があるため、文字を大きくし、スマートフォン操作が苦手な人にも配慮した内容へと改善する必要がある。

さらに、実際に乗車した際に車内外の段差が気になった。高齢者が乗降時につまずく危険があるため、踏み台の設置などバリアフリー化を進め、安全性を高めることも重要である。これらの取り組みを通して、富士市をより安全で暮らしやすい地域にしていきたい。



岳南ワードラリーイベント

2236 山田 美優 2213 カラスコ龍アンジェロ 2226 長江 羚衣 2335 古澤 彩羽

企画の概要

岳南電車の利用者増加と全線一日フリー乗車券の利用促進を目的とした「岳南ワードラリーイベント」を提案する。各駅を巡り文字を集めるワードラリーを実施し、景品や物販で参加意欲を高める。また、岳南電車を塗装するイベントを開き、岳南電車の利用者を増やしていくことで富士市の活性化につなげる。

具体的な取組み

岳南電車の利用率が低いことが課題である。校内で実施したアンケート調査では、約 8 割の生徒が岳南電車を利用した経験があると回答した一方で、ほぼ毎日利用している人はほとんどいなかった。このことから、岳南電車は「利用経験はあるが、継続的には利用されていない」交通機関であることが分かる。

そこで解決策として、「ワードラリーイベント」を提案する。このイベントは、各駅に文字を一つずつ設置し、それらを集めて一つの言葉を完成させるという企画である。参加条件として「全線一日フリーパス乗車券」をインターネットや吉原駅で購入してもらい、購入時にワードラリーの台紙を配布する。乗車券と台紙をセットにすることで、岳南電車の収益向上が期待できる。完成した言葉を提示した参加者には、ゴール地点で景品を配布する。アンケート結果から、景品があれば参加したいという意見が多く見られたためである。また、ゴール地点では岳南電車のグッズや富士市の商品を販売し、イベント参加者だけでなく一般の来場者にも購入してもらえらる仕組みを作る。

この取り組みにより、岳南電車の利用促進だけでなく、各駅周辺の店舗や施設の利用者増加が期待できる。結果として、岳南電車沿線全体の地域活性化につながると考える。そのため、「全線一日フリーパス乗車券」を活用したワードラリーイベントを実施する意義は大きい。



お出かけ安心！のるーと富士

免許を卒業したら、のるーと富士で第二のカーライフを！

2603 荒岡 杏羽 2402 井上 颯太 2438 山本 凜央菜 2641 吉田 樹矢

企画の概要

免許返納後の高齢者を主な対象に、オンデマンド交通「のるーと富士」の利用者増加を目指す提案である。知名度不足や利用時間の制限、支払方法の不便などを課題とし、公共施設でのチラシ配布や車内・施設での広報を行う。また、のるーと富士を使った市内ツアーを企画し、利便性を体験してもらうことで継続利用を促進する。

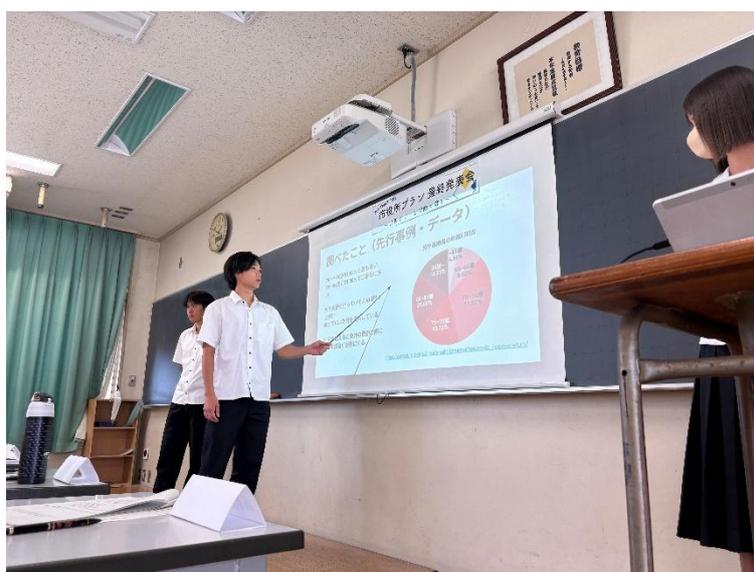
具体的な取組み

富士市では、高齢者が免許返納後に利用できる移動手段が不足していることが課題である。高齢ドライバーによる交通事故が年々増加している現状を踏まえると、事故を減少させるためにも、代替となる公共交通の充実が求められる。

現在、市が運営するオンデマンド交通「のるーと富士」は、認知度の低さやドライバー不足により十分に活用されていない。そこで、市立高校の生徒が中心となり、「のるーと富士」の利用促進をプロデュースする取組みを提案する。

具体的には、チラシや回覧板を活用した周知に加え、実際に乗車体験ができるツアーを開催する。SNSによる情報発信は若年層には効果的である一方、高齢者には情報が届きにくいいため、紙媒体や体験型の取組みが有効である。免許返納者は70～74歳、80～84歳に多く、移動手段の確保は切実な課題となっている。

これらの取組みにより、「のるーと富士」への理解と関心を高めることで、高齢者の移動の不安を軽減し、交通事故の減少や介護・送迎負担の軽減につなげることができると考える。



企画の概要

富士市内の高校生の自転車事故、特に出会い頭事故の減少を目的とした安全対策の提案である。通学時間帯に事故が多い現状を踏まえ、見通しの悪い交差点への一時停止標識設置や、高校生自身が同世代に向けて行う交通安全講話を企画した。

具体的な取組み

富士市では、公共交通機関の一つである岳南電車の赤字が大きな課題となっている。令和5年度には約8,000万円の赤字を計上しており、市は同規模の助成金を支給している。この助成金は本来、福祉など他の分野に活用できる可能性があるため、赤字の継続は市全体にとっても大きな問題である。

この課題に対する解決策として、幼稚園・保育園・認定こども園と連携し、子どもたちが描いた絵を岳南電車の車両内に装飾する企画を提案する。子どもの作品を展示することで、絵を描いた本人やその保護者が電車を見に訪れることが期待でき、一時的ではあるが利用者数の増加につながると考えられる。また、幼少期に公共交通機関に親しむ経験は記憶に残りやすく、将来的に再び岳南電車を利用したいという意識を育てる効果も期待できる。

さらに、地域の教育施設と協力することで、岳南電車と地域との結びつきが強まり、地域に根ざした交通機関としての価値も高まる。実際に岳南電車では、過去に中学生と協力した「だるま祭」で車内装飾を行い、収益増加につながった実績がある。一方で、1日の利用者が100人に満たない駅も存在し、利用者数の少なさが課題である。

この企画を継続的に実施することで、利用促進と収益増加を図り、赤字額の縮小につなげることができる。産業遺産でもある岳南電車を次世代へ残していくためにも、地域と連携した取り組みを進めていくことが重要である。



テーマ：子ども・若者

優秀班 楽しんでしまえ！～肯定ドッジ～

2609 大崎 紗楽 2504 遠藤 奏志 2538 渡辺 妃那 2632 中野 倫来

企画の概要

小学3～4年生を対象に、自己肯定感の向上と外遊びの促進を目的とした取り組みである。役割付きのドッジボールを行い、ゲーム後には仲間や相手を褒め合う時間を設けることで、子どもが自分や他者の良さに気づける仕組みとした。

具体的な取り組み

現在、富士市においては子どもの自己肯定感の低さが課題として指摘されている。自己肯定感はおおむね小学5～6年生頃に形成されるとされており、この時期までに自分の価値を肯定的に捉えられるかどうかは、将来の自己効力感や挑戦意欲、さらには人生全体の充実感にも大きな影響を与える。そのため、児童期の段階で自己肯定感を育成することは極めて重要である。

この課題に対する解決策として、本提案では小学3～4年生を対象に、独自のルールを取り入れた「肯定ドッジボール」を児童クラブで実施することを提案する。富士市子ども計画によると、「自分には良いところがあると思う」と回答した子どもの割合は県内でも低い水準にあり、他者と自分を比較することが自己肯定感低下の一因と考えられる。実際、運動や活動の場面において、能力差や得意・不得意を意識することで自信を失う児童は少なくない。

そこで「肯定ドッジボール」では、男女差や身体能力差が結果に直結しないよう工夫したルールを設定し、全ての児童に役割を与えることで、誰もがチームに貢献できる仕組みとした。実施の結果、児童一人ひとりが自分の役割を理解し、責任を果たそうと主体的に行動する姿が見られた。さらに、ゲーム終了後に設けた「褒め合いタイム」では、他者から自分の良かった点を伝えられることで、自身の長所に気づく機会となった。

以上のことから、遊びやスポーツに肯定的な仕掛けを組み込むことで、自己肯定感の向上が期待できる。また、自己肯定感の高まりは挑戦行動の増加や対人関係の活性化につながり、子ども同士の関わりに好循環を生み出すと考えられる。子どもの自己肯定感を育むためには、自分の良さに気づく体験を意図的に設計することが重要である。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。



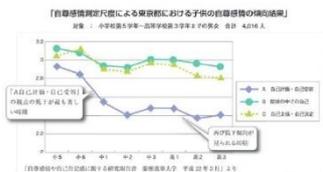
楽しんでしまえ！～肯定ドッジ～

Love Children 中野倫来 遠藤奏志 渡辺妃那 大崎紗楽

子ども(小学校3～4年生)の自己肯定感が上がり
子どもが明るくのびのび暮らせる

課題

- ・子供の自己肯定感が低い
- ・外で遊ぶ子どもを増やす
- ・外で遊ぶことを楽しいと感じてもらう



企画内容

- ・小学校3～4年生を対象
 - ・みんなが楽しめるようなスポーツをする
 - ・お互いを褒めあえる機会をつくる
- ゲーム後に自分のチーム、相手のチームをそれぞれ褒めあう時間をつくる

企画内容

肯定ドッチボール！！

王様

特別な能力は何も無い(ボールを取ったり投げたりすることはできる。普通のドッジボールと同じ)。王様があたったら負け。

ドクター

敵をアウトにすると、仲間を1人生き返らせることができる。



企画内容

魔法使い

投げた球に魔法がかかり、バウンドしても転がっても、触った敵をアウトにできるようになる。魔法使いだけは魔法使いの投げた球に触ることができる。

戦士

一回当てられてもセーフになる。(二回目はアウト)



フィールドワーク

7月29日

原田小学校児童クラブに向かいドラクエドッジボールをしに行った。最初は王様のみ、次にドクター、魔法使い、スライムを順次追加した。結果、役割を一つずつ増やしたことで理解することができて楽しんで取り組めていた。しかし、キングスライムを組んだところがなかったため、代わりにフィールドワーク後に戦士を追加した。



期待される効果

- ・子供の自己肯定感が上がり様々なことにチャレンジすることができるようになる。褒めあいタイムで自分の良さに気づくことができる。
 - 遊び以外にもチャレンジするようになる。
- ・スポーツの楽しさを知って、身体を動かすようになる。
 - その遊びを取り入れて友達と遊ぶようになる。
- ・責任感を持つようになる
 - 自分の役割を果たそうと動くから。

視野を広げ、未来を具体化させる職業ツアー

2234 松下 紗弓 2101 青木 翔英 2201 五十嵐 瑠南 2228 中村 瑛太

企画の概要

本企画は、高校生が自分の将来像を具体的に描き、地元富士市で働く選択肢を認識することを目的とした職業体験ツアーの提案である。若者の離職率の高さや地元定着率の低さを課題とし、地元企業や店舗を巡るスタンプラリー形式の職業体験を実施する。

具体的な取組み

富士市を活性化させるためには、若者に富士市の魅力を知ってもらい、将来的に富士市に居住してもらうことが重要である。なぜなら、富士市は他市と比べて地元就職率が低く、進学や就職を機に県外へ転出した若者が、そのまま戻らない事例が多いからである。若者が地元に着すれば、地元企業の人手不足や少子高齢化といった課題の緩和にもつながると考えられる。

そこで、地元企業への就職を促進する解決策として、富士市の職業を体験できるツアーを実施する。高校生のうちから地場産業や伝統的な仕事に触れることで、職業選択の視野が広がり、自分の将来像を具体的に描けるようになる。大学で行われるインターンシップを高校段階で先行体験することで、就職時に明確な目的意識を持つことができ、入社後のミスマッチも防ぎやすくなる。

実際、若者の就職後3年以内の離職率は高く、その主な理由として「人間関係」や「自分に合っていなかった」ことが挙げられている。また、吉原商店街でのヒアリング調査では、「紙やお茶など富士市の特産に触れる体験から始めてほしい」という意見も得られた。職業体験ツアーを通じて地元企業への理解と関心を高めることで、若者の地元定着と離職率の低下が期待できる。

外遊びで身体を動かそう！！

2238 山本潤人 2132 望月 千陽 2229 根本 心 2529 2308 宇都宮 大志

企画の概要

本企画は、小学生が外で体を動かして遊ぶ機会を増やし、ゲームやSNSよりも外遊びの楽しさを知ってもらうことを目的としている。季節ごとに内容を変えた体験型イベントを年間を通して開催し、忍術遊びや泥・水遊び、運動会、凧作りなどを実施する。

具体的な取組み

富士市の魅力の一つは、自然環境に恵まれた暮らしであり、その特性を生かして子どもの健康と安全を守る取組みが重要である。近年、SNSやテレビゲームの普及により、子どもたちが屋内で静かに過ごす時間が増え、外で体を動かして遊ぶ機会が減少している。その結果、運動不足による体力低下や、身体の使い方が未熟になることによるけがや事故のリスクが高まっていることが課題である。

しかし、この問題に対してSNSやゲームを一時的に禁止する方法は、子どもたちの反発を招き、継続的な解決にはつながらない。そこで、外で体を動かす楽しさそのものを知ってもらう体験型イベントを開催することが有効だと考える。富士市の児童クラブで実施されたアンケートでは、「1週間で1日も外で遊ばない」と回答した子どもが最も多かった。この結果から、子どもたちは外遊びが嫌いなのではなく、楽しさを知る機会が不足していると考えられる。

イベントでは、四季に応じた体を使う遊びを取り入れる。春には、自然の中を走る「新緑かけっこ」を行い、脚力やバランス感覚の向上を目指す。夏には田んぼでの泥遊びを通して全身を使う運動を行い、冬には凧作りと凧あげによって創造力と走力を育む。これらの活動の目的は、運動能力の向上そのものではなく、「体を動かすことは楽しい」という感覚を子どもたちに持ってもらうことである。自分から進んで外遊びを選ぶ子どもが増えれば、日常的な運動習慣が身につく、健康と安全の向上につながると期待できる。

ミストを設置するゾ！

2204 井出 結唯香 2114 佐々木 奏羽 2202 石嶋 沙妃 2241 渡辺 咲絵

企画の概要

本企画は、熱中症対策により小学生が外で遊べない現状を改善するため、学校のグラウンドにミストを設置する提案である。ミスト設置により、子どもが主体的に外遊びを楽しみ、熱中症予防やゲーム依存の軽減につなげることを目指す。

具体的な取組み

富士市における課題の一つは、熱中症への懸念から、子どもが屋外で遊ぶ機会が減少していることである。近年はWBGT（暑さ指数）が高い日が増え、学校や公園での外遊びが制限される場面が多くなっている。その結果、子どもたちの室内滞在時間が増え、ゲームなどの利用時間が長くなることで、視力低下や運動不足につながっている。実際に子どもたちからは「外で遊びたいが、熱中症対策のために遊べない」という声も聞かれる。

この課題に対する解決策として、公園や学校のグラウンドへのミスト設置が有効であると考えられる。ミストは細かい水滴を空気中に噴霧し、気化熱によって周囲の温度を下げる仕組みであり、電力や水の使用量が比較的少なく、環境への負担も小さい。実際、焼津市では学校にミストを設置した例が報道されており、ミストなしの場合には地表温度が約45度であったのに対し、ミスト設置後は約30度まで低下したという結果が示されている。

さらに、ミストの設置は子どもの暑さ対策にとどまらず、高齢者や地域住民にとっても快適な空間を提供し、世代を超えた交流の場を生み出す効果も期待できる。維持費や水の使用量といった課題はあるものの、雨水の再利用や太陽光発電を活用することで、持続可能な運用は十分可能である。実際にミストを体験した小学生からは、「涼しくて外遊びが楽しくなった」「これからも外で遊びたい」という声が多く聞かれた。

以上の理由から、富士市においてグラウンドへのミスト設置を進めることは、子どもの健康と安全を守る有効な対策であると考えられる。



小学生を笑顔にさせる？させない？

2612 大森 寛己 2505 大石 深友 2533 山田 さくら 2602 芦澤 憲一

企画の概要

本企画は、小学生のコミュニケーション能力向上を目的とした体験型イベントの提案である。宝探し形式のグループ活動を行い、協力して課題を解決することで自然な会話と交流を促進する。

具体的な取組み

富士市における現状の課題として、小学生の運動能力およびコミュニケーション力の低下が挙げられる。その背景には、少子化の進行や放課後の過ごし方の多様化により、子ども同士が集団で遊ぶ機会が減少していることがある。加えて、公園数の減少やスマートフォン、テレビゲームなどデジタル機器の普及により、屋外で身体を動かす時間が短くなっている点も大きな要因である。

この課題を踏まえ、青葉台小学校の児童クラブにおいて、児童の好きな遊びに関するアンケート調査を実施した。その結果、レゴブロックなどの室内遊びが約6割、ドッジボール等の屋外遊びが約4割を占めており、運動を伴う遊びが相対的に少ない実態が明らかとなった。

そこで本提案では、富士市内の小学校低学年を対象に、複数校合同でコミュニケーションと運動を組み合わせた遊びイベントを開催することを提案する。単一校での実施では、既存の人間関係に依存し、特定の児童同士で固定化されやすい。一方、合同開催により初対面の交流が生まれ、自然なコミュニケーションの機会が創出されると考えられる。遊びの内容については、児童の生活実態や流行を踏まえて検討し、チームで協力しながら課題に取り組み、競い合う形式が望ましい。実施後には児童から良かった点や改善点を聞き取り、内容を改善しながら定期的を開催することで、継続的な効果が期待できる。この取り組みにより、参加した児童のコミュニケーション力の向上に加え、運動に苦手意識を持つ児童が身体を動かすことに前向きになることが期待される。

成人式をより楽しくしたくないですか？

2630 田村 太幸 2401 井澤 ころこ 2507 勝又 綾香 2634 西田 晴

企画の概要

高校時代の思い出を増やすことで、成人式をより楽しい場にし、将来のコミュニケーション力や地域への関心向上につなげることを目的とした企画である。具体的には、他校生徒との交流機会が少ない現状を踏まえ、富士市内の高校生を対象に合同の総合体育祭を開催する。

具体的な取組み

現在、富士市では大人になってから地元に戻る人が減少し、人口減少が進行していることが課題となっている。特に高校卒業後、進学や就職を機に県外へ転出する若者が多く、そのまま戻らないケースが少なくない。背景として、富士市は都市部と比較して若者向けの娯楽施設が少なく、公共交通機関も十分に整備されていないため、生活の利便性や魅力が低いと感じられている点が挙げられる。

この課題に対する解決策として、高校生が在籍校の枠を超えて交流できる「総合体育祭」を、複数校合同で開催することを提案する。高校時代に他校の生徒と交友関係を築くことで、富士市全体に人間関係のネットワークが広がり、進学や就職で一時的に市外へ出た場合でも、地元に戻ろうとする動機づけにつながると考えられる。

また、合同開催により、校内で人間関係に悩みを抱える生徒にとっても、新たな居場所を見つける機会となる。同世代との共通体験や同じ話題を共有できる関係が増えることで、孤立の防止や心理的な安心感の向上も期待できる。さらに、二十歳の集い（成人式）などの再会の場においても、在籍校を超えた交流が継続されることで、人間関係がより深まり、地元への愛着が強化される。

以上のことから、「総合体育祭」は高校生同士の交友関係を広げるだけでなく、富士市を「自分の居場所」と感じる若者を増やす施策として有効である。結果として、将来的なUターン意欲の向上や地域コミュニティの活性化につながることが期待される。



Raise Kids Baby

2622 杉澤 優翔 2403 越後 輝斗 2532 松下 愛乃 2624 芹澤 奏羽

企画の概要

本企画は、小学生が安心して過ごせる「居場所」を地域に増やし、住みやすいまちづくりを目指す取り組みである。高校生とのスポーツ交流や、地域住民による料理教室などを学童で実施し、世代間交流と成功体験を提供することで、子どもの自己肯定感向上と保護者の負担軽減を図る。

具体的な取り組み

現在、富士市では子どもの居場所が年々減少していることが課題となっている。背景には、外で遊ぶ子どもの減少に加え、コロナ禍による地域活動の縮小が大きく影響している。小学生の居場所が不足することで、特に共働き世帯では放課後や休日に子どもを安心して預けられる場所が見つからず、保護者の負担が増加している。また、地域によって子どもの居場所に関する資源に偏りがあり、過疎地域では預け先の絶対数が少ないという地域間格差も深刻な問題である。

この課題に対する解決策として、地域住民と連携したスポーツや外遊びを中心とする交流イベントを、学童保育などを拠点に開催することを提案する。フィールドワークの結果、小学生は普段、サッカーやバスケットボール、なわとびといったスポーツ系の遊びに親しんでいることが分かった。このことから、室内活動に限定せず、公園や体育館を活用した身体を動かす活動や、自然に触れる体験の機会を意図的に増やすことが重要であると考えた。

さらに、地域の高齢者と交流できるプログラムを取り入れることで、世代間交流が生まれ、子どもにとって多様な価値観に触れる学びの場となる。加えて、簡単な料理体験を行うことで、子どもが生活技能を身に付け、家庭での手伝いにつながり、結果として保護者の負担軽減も期待できる。

以上の取り組みにより、子どもは成功体験を積み重ねるとともに、「自分には居場所がある」という安心感を得ることができる。したがって、スポーツ体験と地域交流を組み合わせたイベントの継続的な実施は、子どもの健全な成長と地域全体の支え合いの促進において重要であるといえる。



テーマ：デジタル・A I

優秀班 デジタルの力で生活を豊かに

2440 渡邊 未来 2408 木俣 柚菜 2503 内海 璃久 2524 田崎 梨杏

企画の概要

本企画はでは、高齢者は操作の難しさや用語理解の壁からデジタル活用が進んでいない点に着目し、生徒ボランティアが一对一で教える「出張イチカフェ」を提案する。音声入力や基本操作、脳トレアプリなどを繰り返し学ぶ機会を設け、地域交流の促進と安心して豊かなまちづくりを目指す。

具体的な取組み

富士市では、デジタル変革の柱の一つとして「デジタル格差のない地域づくり」を掲げている。しかし現状では、高齢者を中心にスマートフォンやデジタル機器の操作に対する苦手意識が強く、情報格差が生じている。行政手続きや情報発信がデジタル化する一方で、操作方法が分からないことからサービスを十分に活用できない人も少なくない。

この課題に対する解決策として、高齢者を対象としたスマートフォン講座の開催を提案する。特に、本校高校生 JRC 部が運営する「イチカフェ」と連携することで、交流を重視した学びの場を実現できると考えた。イチカフェは飲み物や軽食を提供しながら世代間交流を行う活動であり、部活動として運営されているため人件費がかからない点も利点である。また、日常的にスマートフォンを使用している高校生が講師役を務めることで、高齢者にとって質問しやすい雰囲気生まれ、双方にとって学びのある機会となる。

今泉まちづくりセンターで行った調査では、「その場で教えてもらっても、家に帰ると忘れてしまう」という声が多く聞かれた。そこで、講座当日に操作手順をまとめた説明用紙を配布し、自宅でも見返しながら復習できる仕組みを取り入れることを考えた。これにより、学んだ内容を一過性のものにせず、日常生活の中で繰り返し活用できるようになる。

このようなスマートフォン講座を継続的に実施することで、高齢者のデジタルや AI に対する理解が深まり、デジタル格差の解消につながると考える。また、世代間交流を通じて地域のつながりが強まり、誰もが安心して暮らせる地域づくりにも貢献できると考える。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。



デジタルの力で生活を豊かに

チーム名(みらい)
班員: 木俣柚菜、渡邊未来、内海璃久、田崎梨杏



①ビジョン

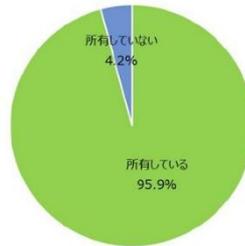
高齢者もデジタルを使いこなすことで市民全員が**暮らしの質や価値**を高め、安心して豊かなまちづくりを作り、認知症を防ぐ



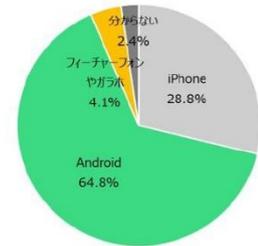
②現状・課題

○高齢者はスマホをうまく使いこなせていない
 ・**視覚・聴覚や手の動きに問題がある**。→スマートフォンの文字やアイコンが小さい、タッチパネル操作(タップ、スワイプ、ピンチイン・アウトなど)が、加齢による指先の乾燥や筋力の低下でうまく反応しないことが多いため、またこれまでのガラケーのボタンを押す文化に慣れてしまっていて、使いにくいという声がある。
 ・**用語が覚えられない**。→スマホ関連用語はカタカナやアルファベットが多く、加齢に伴う記憶力の低下も相まって用語の意味を理解していない(ソフトバンクニュース)
 ・シニア向けスマホがあり、iPhoneよりandroidのほうが約2.4倍多い
 (2024年シニアのスマートフォンの利用に関する調査)
 ○私たちはiPhone派で、シニア向けスマホについて知らないのを知る必要がある。

● シニアのモバイル端末所有率 (n=10,000、単数)



● シニアがメインで利用しているモバイル端末 (n=9,585、単数)



MMD研究所調べ

③企画内容

スマホの便利な機能や認知症を防げるアプリを紹介する機会を作る
 富士市立高等学校のJRC部が市立内で不定期で行っている「イチカフェ」を利用してまちづくりセンターや公民館、富士市立高校の空いている教室を借りて、人を集めて飲み物などを提供しながら、スマホの講座
「出張イチカフェ」を行う



※JRC部とは・・・簡単に言うと
ボランティア部



③企画内容の続き

○どうやって人に知ってもらおうか。
 一人が集まる場所(公民館や集会所、など)に紙のチラシやポスターを貼る/配る。
 回覧板で案内を回してもらおう頼む
 ○なにを教えるのか。
 →音声入力のやり方を教えたり、スマホの基本的な機能(スクショや画面録画、お店や病院などの予約方法)や**おすすめのアプリの使い方**(Googleレンズの使い方やカレンダーなど)、認知症を防ぐには脳に刺激があればよいので高齢者が理解しやすい**アプリを紹介**する。
 例: 脳にいいゲーム、毎日 脳トレ



④実施内容

- ・基本、生徒と訪問者で対面で教える。
- ・JRCの人数が17~18なので10人が教える人、7~8人で教える人のサポートに回る。
- ・こちらが用意する「スマホの使い方」の書いた説明用紙を配り、それに沿って説明をする。説明後、10分間の質疑応答の時間を設けて相手の知りたいこと、覚えたいことを教える。

フィールドワークでインタビューをした

- 高齢者の意見として「**教えられても忘れてしまう**」という声が出てきた

↓

講座終了後、説明用紙を持ち帰ってもらって家でも実践してもらうように。
 二、三週間に一回講座を開いて忘れかけた頃に講座する



⑤期待される効果

- デジタルも使いこなせるようになる。
- 音声入力のやり方を教えれば文字の入力が容易になる。
- 人と話すことで地域交流にもつながる。
- はじめての人と話すことで人脈が広がる。



- 認知症の人が認知症を防止、緩和できる。
- ゲームをすることで脳が刺激され、認知症を防止・緩和出来る。



⑥今後の予定

- 回覧板にチラシをのせてもらうために町内会長さんに直談判

アンケート



スマホの使い方を知って得ませんか？

2205 伊藤 颯希 2118 高瀬 心美 2237 山本 愛莉

企画の概要

本企画は、スマートフォンの活用に不安を抱える市民を対象に、LINE の正しい使い方と安全な利用方法を学ぶスマホ教室を実施する提案である。高校生が講師となり、基本操作から便利機能、詐欺対策や個人情報保護までを分かりやすく伝える。

具体的な取組み

現在、富士市においてはスマートフォンの高い普及率に比べ、インターネットリテラシーの不足が課題となっている。ドコモの2024年調査によれば、スマートフォンの所持率は約97%に達している一方、総務省のデータでは、SNS など一部を除くデジタルサービスの利用率は50%を下回っている。また、SNS 利用に不可欠なインターネットリテラシーの理解度も約40%と低く、詐欺被害や個人情報流出などのリスクが指摘されている。

特に富士市では高齢者人口の割合が高く、スマートフォン操作に不慣れな層への支援が必要である。若者や社会人は仕事や日常生活でインターネットに触れる機会が多いが、退職後の高齢者は学ぶ機会が限られている。さらに、ドコモより2026年をもってガラケーのサービス終了が発表されており、今後スマートフォンへの移行を迫られる高齢者が増加すると考えられる。

そこで解決策として、高齢者を対象としたスマホ教室の実施を提案する。その理由の一つは、三世帯同居世帯が約7%と少なく、身近に操作方法を教えてくれる人がいない高齢者が多い点である。もう一つは、動画による学習では疑問点をその場で解消できないが、対面指導であれば理解度に応じた丁寧な説明が可能であるからだ。

市民安全課と連携し、高校生が講師となってLINE を中心とした基本操作や安全な使い方を教えることで、世代間交流を促進しながらインターネットリテラシーの向上を図る。この取り組みにより、詐欺被害の防止とともに、高齢者が安心してスマートフォンを活用できる地域づくりにつながると考える。



スマホアプリで認知症予防！

2206 稲葉叶真 2122 春田眞拓 2130 松浦旬 2223 田村 優歩

企画の概要

本企画は、高齢者を対象にスマートフォンの「脳にいいアプリ」を活用し、認知症予防を促進する取り組みである。まちづくりセンターでアプリの体験会を実施し、簡単な操作で脳刺激や運動、社会参加を促す。

具体的な取り組み

富士市では高齢化率が28.8%に達しており、今後さらに認知症を抱える高齢者の増加が懸念されている。日本全体でも高齢者の約3人に1人が認知機能に関わる症状を持つとされており、認知症対策は地域全体の課題である。認知症が進行すると本人の生活の質が低下するだけでなく、家族の介護負担や地域の支援体制にも大きな影響を及ぼすため、早期からの予防が重要である。そこで解決策として、認知症の発症リスクが高まる65歳以上の高齢者を対象に、スマートフォンアプリを活用した「認知症予防AI講座」を開催することを提案する。講座では、操作が簡単で高齢者にも分かりやすい「脳にいいアプリ」を使用し、脳トレーニングや生活習慣の改善につながる機能を体験してもらう。難しい操作を必要としないため、スマートフォンに不慣れな高齢者でも継続的に利用できる点が特徴である。

実際に夏休み期間のフィールドワークで身内の高齢者にアプリを使用してもらったところ、「頭を使う機会が増えてありがたい」「操作が簡単なので続けたい」といった前向きな感想が得られた。このことから、アプリを活用した取り組みは高齢者の意欲向上にもつながると考えられる。体験型の講座を通して、認知症予防を身近なものとして捉えてもらうことで、日常的に脳を使う習慣が定着し、高齢者同士の交流の場も生まれる。結果として、認知症の発症や進行を抑え、高齢者が安心して暮らし続けられる地域づくりと富士市の活性化につながると考える。

秒で支払、マジで変わる「フジポケ」

2525 棚次 美羽 2512 五味 恵理香 2613 金子 悠哉 2639 望月 禄允

企画の概要

若者の利用減少や人口減少で活気を失いつつある吉原商店街に対し、地域通貨アプリ「フジポケ」を活用して若者の来街を促す企画。商店街限定でポイント付与率を高めたり、招待コードによるボーナスなど、若者が使いたくなる仕組みを導入する。

具体的な取組み

富士市では、商店街の活性化が大きな課題となっている。近年、買い物の場がスーパーや大型商業施設へと移行したことに加え、若者の市外流出によって商店街を訪れる人が減少している。その一方で、高齢化の進行により、以前は商店街を利用していた人が外出しづらくなっている現状もある。こうした要因が重なり、吉原商店街をはじめとする市内の商店街では、シャッター店舗の増加が目立つようになっている。

この課題に対する解決策として、スマートフォンアプリを活用した地域通貨の導入を提案する。具体的には、富士市の地域通貨と連動させ、吉原商店街で利用した場合にポイントが通常より多く付与される仕組みを導入する。また、若者の市外流出を抑えるため、若者を主なターゲットとしたキャンペーンや、招待コードを使ってポイントを獲得できる仕組みを設けることで、商店街を訪れるきっかけを作る。

企画立案にあたっては、高校生を対象に地域通貨の利用意向に関するアンケートを実施した。その結果、過半数が「利用したい」と回答し、若者層においても地域通貨への一定の需要があることが明らかになった。また、フィールドワークとして吉原商店街の老舗である「おもちゃのキムラ」や「吉原屋」を訪問し、インタビューを行ったところ、いずれの店舗もデジタル通貨の導入に強い関心を示していた。

以上のことから、地域通貨を導入することで若者を中心とした利用者の増加が期待でき、商店街の売上向上につながると考えられる。さらに、人通りが増えることで地域の子どもを見守る目が増え、安全で安心なまちづくりにも貢献できると考える。



LINE スタンプをきっかけに富士市を知ってもらおう！

2518 杉澤 結衣 2501 秋山 瑠花 2511 小林 玲音 2529 深澤 歩

企画の概要

富士市公式キャラクター「さもにゃん」の知名度向上と、市に興味を持つきっかけづくりを目的に、LINE スタンプを制作・配布する企画。公式 SNS の認知度が低く、市外への情報発信が弱い課題を踏まえて、全校生徒への無料配布や LINE STORE での販売により認知を広げる。

具体的な取組み

富士市の課題の一つとして、全国的な知名度の低さが挙げられる。令和 7 年 9 月時点における富士市公式 Instagram のフォロワー数は約 8300 人ととどまっており、富士市に興味や関心を持つ人が十分に広がっているとは言えない状況である。また、富士市の公式キャラクターである「さもにゃん」についても、市民であっても存在を知らない人が多く、効果的に活用されていない現状がある。

この課題への解決策として、富士市キャラクター「さもにゃん」を用いた LINE スタンプの制作・販売を提案する。LINE は日常的に多くの世代が利用しているコミュニケーションツールであり、スタンプは自然な形でキャラクターを認知してもらう手段として有効である。特に、挨拶や日常会話で使える実用性の高いスタンプを中心に制作することで、富士市を知らない人であっても「使いやすい」という理由から購入につながると考えられる。

実際に、クラス内でどのようなスタンプがよいかアンケートを実施したところ、多くの生徒が挨拶などの実用的なスタンプを選択した。この結果からも、実用性を重視したスタンプには需要があることが分かる。スタンプをきっかけに「さもにゃん」を知り、さらにスタンプ内や説明文を通じて富士市の公式 SNS へと関心が広がることを期待できる。

このように、LINE スタンプの制作・販売は、日常生活の中で自然に富士市を知ってもらうきっかけとなり、公式 SNS のフォロワー増加や富士市の魅力発信につながる有効な取り組みであると考えられる。



スマホのおくすり、いかがですか？

2421 鈴木 ひなの 2419 鈴木 蛍粒 2517 秦 依吹

企画の概要

本企画は、スマホ操作に不安を抱える高齢者を対象に、整形外科や市役所の待ち時間を活用してスマホ相談とミニ講座を行う取り組みである。デジタル格差や学習機会不足を背景に、若者ボランティアが基本操作から医療連携アプリ、生活・安全サポートまで支援する。

具体的な取り組み

私は、祖母にスマートフォンの使い方を教えた経験から、高齢者の中にはスマートフォン操作に不安を抱えている人が多いのではないかと考えた。調べてみると、スマートフォンの利用率は70代で約60%、80代では40%未満にとどまっており、10～50代の9割以上と比べて大きな差があることが分かった。このことから、高齢者を中心としたデジタル格差が課題となっていると考えられる。

そこで、整形外科などの医療機関に通う高齢者の「通院の待ち時間」や「定期的に通う習慣」に着目し、その時間を活用したスマートフォン相談会やミニ講座を実施する企画を提案する。強制参加ではなく、「興味のある人が自ら参加する形式」にすることで、不安を抱える人が気軽に相談でき、生活の自立支援にもつながると考えた。

この企画の実現可能性を検証するため、フィールドワークを行った。当初は病院内でのインタビューを計画したが、患者とのトラブルの可能性を理由に断られたため、市役所に相談し、市役所内で高齢者へのヒアリングを実施した。その結果、「マイナンバー関連の予約方法が分からない」「外出先でのWi-Fi環境に困っている」など、具体的なスマートフォンの困りごとが挙げられた。また、このような相談会があれば参加したいという前向きな意見も多く聞かれた。

以上のことから、スマートフォンの基本操作に加え、診察予約アプリや地図アプリなど生活に直結する内容を中心とした個別相談やミニ講座を実施することで、多くの高齢者の不安解消につながると考える。この企画は、高齢者の生活の質を高めると同時に、地域全体のデジタル格差の緩和にも貢献する取り組みである。



テーマ：学校教育

優秀班 night junior high school

2623 鈴木 花実 2420 鈴木 星也 2426 蓮池 未桜 2620 笹本 歩夢

企画の概要

本企画は、増加する中学生の不登校問題解決を目的に、富士市で公立の夜間中学校を設置する提案である。思春期の人間関係や学習不安、生活リズムの乱れなどにより不登校となる生徒が多い現状を踏まえ、夜間やオンラインで柔軟に学べる環境を整える。

具体的な取組み

現在、富士市ではさまざまな理由から学校に通うことができない生徒が増加しており、特に中学生の不登校が大きな教育課題となっている。人間関係のトラブルや学業への不満に加え、起立性調節障害などの影響で朝起きることが困難な生徒も増えており、従来の時間割や学校制度に適應できない状況が見られる。令和2年度には、富士市内の不登校中学生は329人にのぼり、近隣の富士宮市や沼津市と比べても多いことが分かっている。不登校の主な理由としては、友人関係、学習への不安、通学の負担、生活リズムの乱れなどが挙げられている。

この課題を解決するため、義務教育を受ける機会を保障する「夜間中学校」の設置を提案する。夜間中学校は、夕方から夜の時間帯に授業を行うことで、朝の登校が難しい生徒や、日中の学校環境に不安を感じる生徒が、自分のペースで学習できる場である。この制度を整えば、起立性調節障害を抱える生徒や、人間関係に悩み学校に通えなくなった生徒も、時間や環境を変えて義務教育を継続することが可能となる。

現在、富士市には公立の夜間中学校は設置されていないが、先行事例として静岡県立ふじのくに中学校が挙げられる。同校は磐田市と三島市に校舎を持ち、オンライン授業や個別に配慮した学習支援を行うなど、多様な学びの形を実現している。このような取り組みを富士市でも導入することで、不登校生徒の学習機会を確保し、学力差の拡大や人間関係によるストレスを軽減できると考えられる。

以上のことから、夜間中学校の設置は、富士市における不登校問題の解決に有効であり、すべての子どもが安心して義務教育を受けられる環境づくりにつながる。

次ページに優秀班のスライドを掲載しています。

全ての班のスライドはこちらからご覧になれます。



night junior high school

～みんなで登校 笑顔が目標～
夢への序章

TEAM:カサゴ
菅本歩夢 鈴木花実 鈴木星也 蓮池未桜

<現状>

・富士市には中学生生徒の不登校者人数が令和2年度では
319人 平成23年から増加傾向

・沼津市95人

・富士宮市7カ月間(4～10ヶ月)で110人

<理由>

心身の不調、人間関係の問題、学業への不満、生活リズムの乱れ、家庭環境の問題、学校への環境、発達の遅れ

© 2023 富士市立総合教育センター

<なぜターゲットを中学生にしたか>

義務教育で勉強が難しくなる
思春期で人間関係などが難しくなるため

ビジョン

- ・義務教育を全員受けよう
- ・県で一番不登校生徒の少ない市にしたい

調べたこと

不登校からの復帰事例(中学生)

事例1:別室登校からの復帰

・中学1年生の女の子が入学直後に不登校になったケース
6年生の時に別室登校や放課後登校を経験していて、担任の先生とコミュニケーションを取る機会があったことが復帰のきっかけの1つになった

事例2:家庭教師との家庭学習からの復帰

・中学1年生の男の子が人間関係のつまずきから不登校になったケース

学校と連携して午後からの短時間登校や保健室や別室での滞在など無理のない登校スタイルを構築し、学習面の不安には、相性の良い家庭教師が支えとなって「学校に行ってみようかな」と思うようになり、自分で行く決めたことが大きな自信となり少しずつ登校するようになった

企画内容

・夜間中学校を実施して、みんなが義務教育を受けられるようにする

→今の時代、起立性調節障害で朝起きれない人や、いじめなどの友人関係で学校にいけなくなってしまった人が多くなっているから。

○学年ごとに不登校者が増えていっているから、早い段階で対策することが大事

場所は各中学校 週5日の頻度

- ・国社数理英の5教科
- ・希望者にはその他の教科も受けられる

※夜間に来られない人はオンライン授業を実施する

◎夜間中学校

現在、夜間中学には、さまざまな理由で義務教育を十分に受けられなかった人や、不登校などにより中学校に通えなかった人、外国籍の人々が通っている。

設置状況:文部科学省は、各都道府県・指定都市に少なくとも1校は夜間中学校を設置するよう促進していますが、現状では全国に62校しか設置されていない。

*富士市には、現時点(2025年9月)で公立の夜間中学校は設置されていません。

企画内容

◎相談する機会を作る

スクールカウンセラーだけでなく

保護者、地域の高齢者と話す



- ・地域の人と関わることができる
- ・学校にいけない子供が相談できる場を作ることができる



期待される効果

- ・人間関係に悩まない
- ・学力に差が出ない
- ・安心できる場所ができる



- ・不登校生徒が減る
- ・高校で全日制に通う生徒が増える



スクールカウンセラーに聞いたこと

- Q不登校生徒の居場所づくりをどう配慮しているのか。別教室など... →安心でき
る場所を作っている。
- Q不登校になる理由 大変、通学が大変、生活のリズムが崩れる。 →友人関係、勉強が
大変、通学が大変、生活のリズムが崩れる。
- Qスクールカウンセラーで具体的に何をしているのか →話を聞いて
元気になる方法を聞いている。
- Q友人関係はどうか →話を聞いて
元気になる方法を聞いている。
- Q友人関係はどうか →話を聞いて
元気になる方法を聞いている。
- いじめている人を気にしないように配慮する。
- Q夜間中学校は実際どうなのか →話を聞いて
元気になる方法を聞いている。
- 夜間中学校は、誰でも学び直せる所。不登校生徒にとって大きな存在。

今後の予定

富士市に夜間中学校を作って不登校の生徒
を減らす!

お店屋さんごっこ～ごっこ遊びで算数好きに～

2333 平柳 蔵真 2108 奥村 真梨奈 2125 藤田 陸来 2129 町田 陽依

企画の概要

本企画は、「お店屋さんごっこ」を通して小学生が算数を身近に感じ、楽しく学べる機会を提供する取り組みである。算数が苦手な子どもが多い現状を踏まえ、買い物遊びの中で計算やお金のやり取りを体験させることで理解を深める。

具体的な取り組み

私の住む富士市では、学校教育の観点から算数が苦手な子どもが多いことが課題となっている。学研教育総合研究所が実施した「小学生の日常生活・学習に関する調査」によると、「嫌いな教科がない」を除いた場合、「算数」が最も嫌いな教科として挙げられており、多くの子どもが算数に苦手意識を抱いている現状が分かる。算数への苦手意識が続くと、学習意欲の低下だけでなく、将来の進路や職業選択の幅を狭めてしまう可能性がある。

そこで私は、遊びを通して算数に親しむことができる「お店屋さんごっこ」のイベントを企画した。この企画では、「商品を作る」「商品売る」という二段階の活動を設定し、値段設定やお金のやり取りを通して、計算や数量感覚を自然に学べるように工夫した。また、商品作りの過程では図画工作の要素を取り入れている。学研教育総合研究所の調査では「一番好きな教科」の上位に図画工作が挙げられており、子どもが興味を持ちやすい活動を組み合わせることで、集中力や主体性の向上も期待できる。

さらに、子ども家庭庁の調査では、ごっこ遊びなどの誘導遊びは、直接的な指導に比べて数学的能力や認知機能の向上に効果があると示されている。この点からも、本企画は算数への苦手意識を和らげる手法として適していると言える。

夏休みに行ったフィールドワークでは、企画を試験的に実施し、参加した小学生にインタビューを行った。その結果、「算数が楽しくなった」「友だちと話す力がついた」といった前向きな感想が得られた。以上のことから、この企画は算数を好きになるきっかけを与えるだけでなく、コミュニケーション力の育成にもつながる有効な取り組みであると考えられる。



H.R.D (Human Resources Development)

2135 渡邊 陸 2102 足立 空優 2207 遠藤 日葵 2310 片山 穂乃

企画の概要

本企画は、中学生の主体性と発信力を高めることを目的とした探究発表会の提案である。日本の子どもは自尊感情が低く、自ら意見を発信できる生徒が少ないという課題に着目し、自由なテーマで探究し発表する機会を設ける。

具体的な取組み

富士市では、将来を担う若者の主体性の低さが課題であると考え。主体性は、社会に出て働くうえで不可欠な力であり、自ら考え行動できる人材が増えることは、企業や地域全体の活性化にもつながる。一方で、主体性が不足していると、職場で意見を出せず周囲となじめないなどの問題が生じ、個人だけでなく組織全体の活力低下を招く恐れがある。こうした状況が続けば、富士市そのものの将来的な衰退にもつながりかねない。

この課題の解決策として、中学生を対象とした探究発表会の主催を提案する。本企画は、中高生探究コンテストを参考にし、4~5人のチームで探究活動を行い、成果を発表する形式とする。まず各チームがプレゼンテーション動画を作成し、主催者が内容を審査する。その中から上位10チーム程度を選出し、富士市立高校の視聴覚ホールで最終発表を行い、表彰することで達成感や意欲向上を図る。

中学生を対象とする理由は、この時期が心の発達段階において自己肯定感が下がりやすく、主体性が薄れやすい時期だからである。本来、中学生は「総合的な学習の時間」などを通して主体性を育むはずだが、十分に発揮できていない現状がある。実際、富士市立高校の一日体験入学に参加した中学生約500人へのアンケートでは、25%が「主体性が身に付いた」と回答した。しかし授業の様子を見ると、自ら発言する生徒はごく少数であり、意識と行動の間に大きな乖離が見られた。

このような状況を改善するためには、発言や発表の経験を段階的に積める場が必要である。探究発表会を通して、若者の主体性やコミュニケーション力を育成することが、富士市の将来を支える力につながると考える。



Enjoy sports !

2319 佐野 亜美 2111 北井 星南 2232 船津 勇人 2312 加藤 ひなこ

企画の概要

本企画は、運動が苦手と感じる小学生低学年にスポーツの楽しさを伝える体験会の提案である。体育が好きな児童が約 4 割にとどまる現状を踏まえ、市立高校のグラウンドや体育館でサッカーやバスケットボールを体験する。

具体的な取組み

富士市では、中学校から高校へ進学する段階で運動部に入部する生徒が減少していることが課題である。その背景には、運動そのものに苦手意識を持つ生徒の増加がある。実際に小中学生を対象に「体育が好きか」というアンケートを実施したところ、約 6 割が「好きではない」と回答しており、運動離れが進んでいる現状が明らかになった。このままでは、体力低下だけでなく、仲間と協働する力や自己肯定感の育成にも影響が及ぶ可能性がある。

この課題を解決するためには、幼少期から運動に親しむ機会を確保し、「できた」「楽しい」と感じる成功体験を積み重ねることが重要であると考え。そこで、小学校低学年を対象としたスポーツ体験イベントを開催することを提案する。富士市立高校を会場とし、複数種目を体験できる場を設けることで、運動への興味・関心を高めることを目的とする。また、チーム制の活動を取り入れることで、仲間と協力する楽しさも実感できるようにする。

フィールドワークとして、小学校低学年を対象としたサッカースクールに参加・観察を行った。その結果、低学年の児童は集中力が続きにくい一方で、自ら積極的に行動し、コーチの話をよく聞く児童ほど技術の習得が早く、成長も顕著であることが分かった。さらに、1・2年生は個人で得点することに意識が向きがちだが、3・4年生になるとルールを理解し、仲間を意識したプレーが見られるようになるなど、発達段階による変化も確認できた。

これらのことから、小学校低学年の時期にスポーツと前向きに関わる経験が、その後の運動への姿勢を左右すると考えられる。本企画により、運動に触れるきっかけづくりや成功体験の蓄積、自己肯定感の向上が期待され、将来的な運動習慣の形成につながると考える。



Bring back local events!! ～地域の運動会を復活させよう～

2606 岩本 音和 2506 大橋 心優 2614 川島 颯悟 2617 北井 爽太

企画の概要

本企画は、減少している地域イベントを復活させ、住民同士の交流を活性化するために「地域の運動会」を再開する提案である。新型コロナの影響や運営負担の増加により地域行事が縮小した現状を踏まえ、学童アンケートを基に競技内容を決定し、高校のグラウンドで開催する。

具体的な取組み

現在、富士市では地域住民同士の関わりが年々希薄化している。地域の運動会や祭りなど、住民が集い交流する行事が減少したことで、世代を超えたつながりが生まれにくくなっている。その影響は子どもたちにも及んでおり、地域の中で人と関わりながらコミュニケーション力を育む機会が少なくなっている。多様な人と関わり、協力しながら課題を解決する力は、これからの社会を生きる上で不可欠であり、地域全体で育てていく必要がある。

そこで本提案では、地域行事の一つである「地域運動会」を復活させ、高校生が主体となって運営を行うことを提案する。現在、地域では高齢化や人口減少が進み、行事の企画や運営を担う人材が不足している。高校生が運営に関わることで、地域の負担を軽減できるだけでなく、若い世代と地域住民との新たな交流の機会を生み出すことができる。また、富士市立高校の生徒が主体的に地域づくりに関わる姿を発信することで、学校の魅力を地域に広く知ってもらうことにもつながる。

先行事例として、長野市篠ノ井中高地区では、地域対抗戦形式の運動会が開催され、約1490人が参加した実績がある。この事例から、運動会は地域住民同士の交流を促進する有効な手段であるといえる。さらに、夏休みに実施したフィールドワークでは、小学生や保護者を対象に運動系イベントへの参加意欲を調査したところ、過半数が「参加したい」と回答した。

以上のことから、高校生主導で地域運動会を実施することで、地域に再び活気を取り戻し、住民同士のコミュニケーションを深めることができると考える。同時に、高校生自身も企画力や協働力を身に付け、地域と共に成長する貴重な学びの機会となる。

君は誰とマブになる！？ドキドキ他学年&他校マッチング大作戦！

2404 大古田 琉生 2502 安陪 彪斗 2526 田村 華音 2534 山室 成美

企画の概要

本企画は、中学生・高校生や地域住民の交流機会が少ない現状を改善するため、吉原商店街で「合同文化祭」を開催する提案である。他校・他学年と関われる行事が少ないことを課題とし、学生と地域の人と一緒に出店やステージ発表を行う場を設ける。

具体的な取組み

富士市では、他校や他学年との関わりが減少するとともに、学校と地域とのつながりも次第に希薄になっている。特に、2020年以降の新型コロナウイルス感染症の拡大により、学校行事や通年行事が縮小・中止される状況が続き、生徒同士や地域住民と交流する機会が大きく失われた。この状況が長期化することで、若者が地域と関わる意識の低下や、地域コミュニティの弱体化につながる懸念される。

そこで本提案では、過疎化が進んでいる商店街を会場とし、中学校・高等学校の生徒や地域住民が出店や楽器演奏、ダンス発表などを行う「合同文化祭」の開催を提案する。商店街を活用することで、人の流れを生み出し、商店街の活性化を図ると同時に、学生と地域住民が自然に交流できる場を創出することができる。

この企画の実現可能性を検討するため、富士市立高校で実施された一日体験入学において、中学生約500人を対象にアンケートを行った。その結果、ほとんどの生徒が「合同文化祭に参加したい」と回答し、関心の高さが確認できた。一方で、「出店してみたいか」という質問に対しては約3分の1が否定的であり、その理由として「出店しても見返りがない」という意見が多く見られた。

そこで、クラウドファンディングによって運営資金を集め、出展者にクオカードなどの形で還元する仕組みを導入することを考えた。この工夫により参加への心理的なハードルを下げ、より多くの生徒や地域住民の参画が期待できる。

以上のことから、合同文化祭の実施は、学校と地域のつながりを再構築し、商店街の活性化や富士市の魅力発信にもつながる有効な取り組みであると考えられる。

どうすれば学ぶ楽しさを知れるのか？

2629 田辺 彪武 2410 久保田 愛菜 2530 福富 美香

企画の概要

本企画は、学習意欲が低下しがちな中学生に「学ぶ楽しさ」を実感してもらうことを目的としている。授業が分かりにくい、つまらないと感じる生徒が多い現状を踏まえ、身近なテーマを用いた探究型学習を提案する。

具体的な取組み

現在、富士市では「学ぶことを楽しい」と感じている中学生の割合が減少していることが課題である。アンケート結果によると、学ぶことを楽しいと感じている小学生は68%であるのに対し、中学生では47%にまで低下しており、小学校から中学校に進学する過程で約20ポイントも減少している。このように学習に対する肯定的な意識が低下することで、学習意欲の減退や不登校生徒の増加につながる可能性も考えられる。

この課題を解決するために、本提案では一つの学習テーマについてグループで話し合い、意見をまとめ、発表する対話型の学習方法を提案する。中学生を対象とした調査では、「友達と話している時間が楽しい」と回答した生徒が77%と最も多く、次いで部活動が挙げられている。そこで、友達と話す感覚を取り入れた学習活動を行うことで、学ぶことへの楽しさを感じやすくなるのではないかと考えた。

具体例として、「カレーの美味しい作り方」をテーマに学習を行う場合、まず個人で工夫やアイデアを考え、その後グループ内で意見を発表・共有する。次に、出された意見を基に議論を深め、グループとして一つの方法にまとめ、実際に試した結果を発表する。例えば、チョコレートやマヨネーズなどの具材を加えたり、分量を変えたりするなど、試行錯誤を通して学びを深めることができる。

このような学習活動を通して、自分の意見を持ち、それを他者に伝える力が育まれるとともに、失敗の原因を考え、改善策を試すというPDCAサイクルを自然に身に付けることができる。以上のことから、対話と実践を重視した学習は、中学生が学ぶ楽しさを再認識する有効な手段であると考えられる。

編集後記

以前、卒業生に「総合的な探究の時間（究タイム）で印象に残っている取組は何ですか」と尋ねたところ、3年前期に行う「自分スピーチ」と並び、「市役所プラン」を挙げる生徒が多くいました。それだけ、市役所プランの活動は強い印象を残しているといえます。実際、市役所の方々をはじめ多くの関係者にご協力いただき、生徒自身もフィールドワークを行うなど、1年次より活動の幅は大きく広がりました。生徒の満足度が高いのも自然なことです。

一方で、「市役所プランでは何をしたのか」と尋ねると、自分の取組内容を具体的に説明できない生徒がいるのも事実です。提案づくりで終わってしまったり、グループ活動の中で役割を十分に果たせなかったりした場合、「自分が何をしたのか」を明確に語る材料が残らないためです。

今年の市役所プランのキャッチコピーは「世界より、まず隣の君を」です。大きな提案を掲げることも大切ですが、まずは自分たちにできる一歩を実行に移す姿勢が重要だと考えます。取り組める範囲は生徒によって異なるため、未経験のことにも挑戦できるよう、教員側の具体的な助言や伴走も欠かせません。Google 共同創業者ラリー・ペイジの「アイデアに価値はない。それを実行してはじめて価値になる」という言葉の通り、市役所プランも発想だけで終わらせず、小さくても実行に結び付けてほしいと思います。

過去には、地域の通路を調査した生徒が「夜間は灯りが少なく危険である」という課題を見つけ、ソーラーライトの設置を提案した例がありました。このグループは提案にとどまらず、地域の祭りで飲食販売を行って資金を調達し、その利益で機材を購入して実際に設置まで行いました。企画から実行までを高校生自身が担い、地域の方々の協力も得ながら実現した取組です。

すべてのグループが同じ規模の実践を行えるわけではありませんが、高校生であっても地域の人々と連携し、身近な環境をより良く変えていける可能性があります。授業としては9月の発表で一区切りとなりましたが、その後も実現に向けて活動を続けているグループがあります。中には2年間かけてプロジェクトを発展させている例も見られます。

自分たちにできることから始め、課題を「自分ごと」として捉えることができれば、市役所プランは後からでも具体的に語れる、実感を伴った学びになります。本冊子が、その歩みを振り返る一助となれば幸いです。

富士市立高等学校
指導主事 滝 陽介

令和7年度2年前期究タイム
市役所プランレポート集
富士市立高等学校
令和8年2月発行