加東の誇りを、本と心に。

兵庫県立社高等学校　生活科学科　地方創生班

佐々木蒼奈　大江冴映　小上碧心　服部和月　藤原萌百

兵庫県 の 北播磨地域 に位置する 加東市

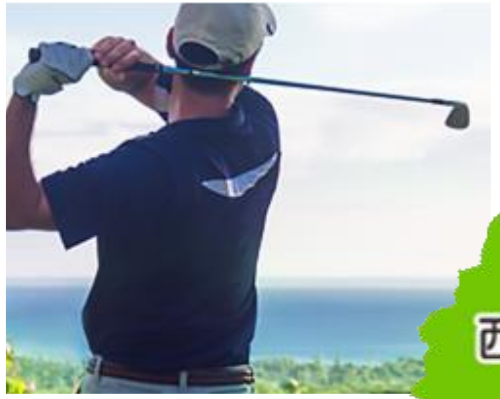
特産品＆観光地

酒米山田錦

やしろの桃

もち麦

おもちゃ王国



ゴルフ場

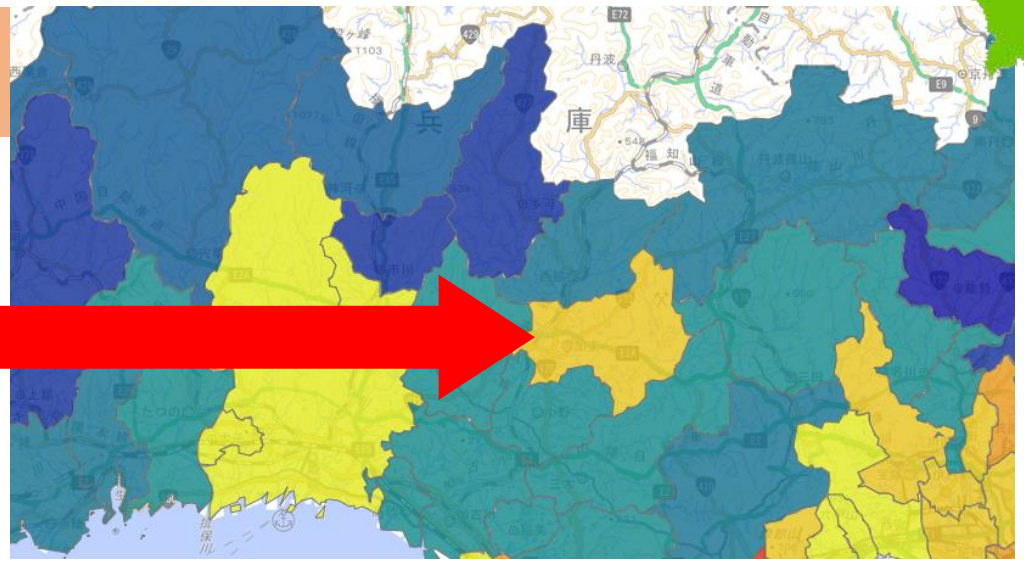
出典：すべて加東市観光協会

人口増加

2020年国勢調査

加東市

北播磨地域で唯一



出典：RESAS－人口増減【総務省「国際調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口】

兵庫県立社高等学校

３学科からなる
創立111周年の学校

普通科

看護医療類型

体育科

甲子園出場
陸上競技
4×400mリレー
全国優勝

私たちが所属している学科

生活科学科

食と栄養の
スペシャリスト養成

出典：学校提供

生活科学科地方創生班

地方創生班は加東市の特産品の活用など、**食を通した地域活性化活動**に取り組んでいる

加東市内での活動はもちろん、**市外での活動にも力を入れており、観光人口増加**を目指して活動をしている。

もち麦普及活動

もち麦収穫やもち麦フェス、もち麦粉を活用したうどん打ち講習の講師などを通した加東市特産品であるもち麦の普及活動。加東市や株式会社マルヤナギ小倉屋さんと連携。

バスツアー企画・運営

神戸市在住の方をはじめとした加東市に来たことのない方達に加東市の魅力を知ってもらうことを目的に私たちが企画・運営しているバスツアー。加東市観光協会と連携。

市外でのPR活動

加東市PRや学科活動紹介を兼ねて、神戸市などのイベントに出店してPR活動を実施。生活科学科で製造している焼き菓子販売も行っている。加東市観光協会と連携。

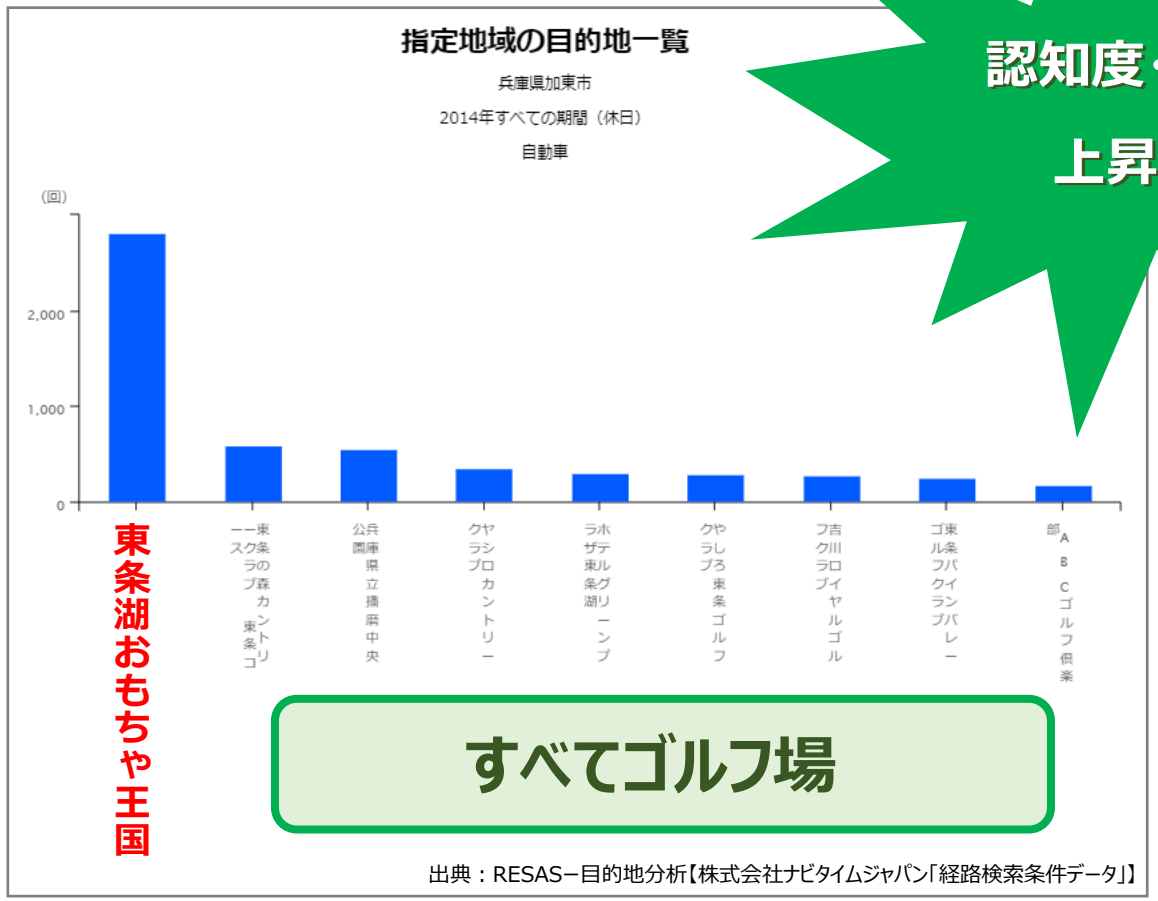
クッキング番組

加東市内の家庭向けに放送されているケーブルテレビの番組であるもち麦クッキングを通して季節に合ったもち麦料理を紹介している。加東市ケーブルビジョンと連携。

画像はすべて学校提供

加東市外での活動結果

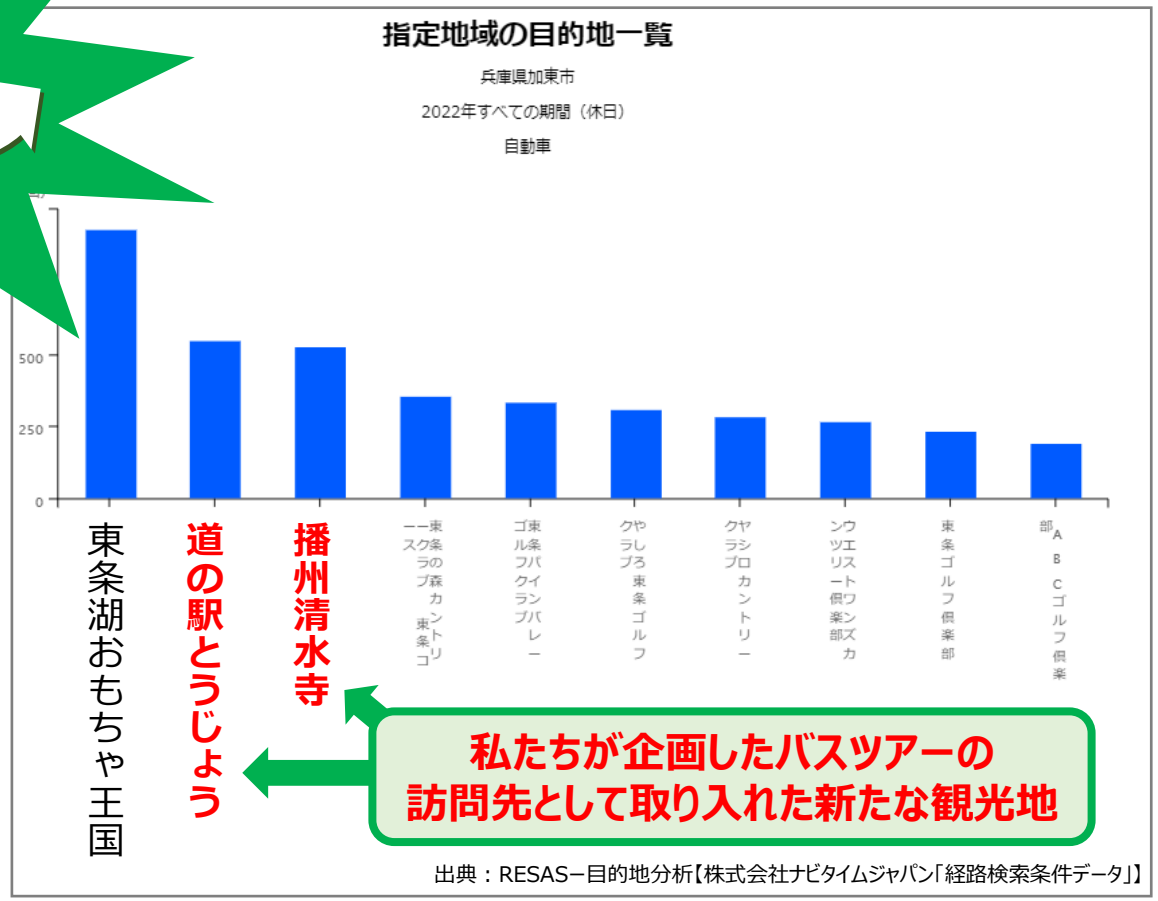
2014年



観光地は「東条湖おもちゃ王国」のみ
それ以外は、すべてゴルフ場…

認知度・魅力度
上昇傾向

2022年



依然、ゴルフ場は多いが、
TOP3を観光地が占めるように…

私たちも参画している加東市のPR活動を経て

ある日のエピソード

エピソードⅠ　部活動にて（3年Aさん）

サッカー部では練習終わりに片づけをしていると、
不定期に始まる地元自慢大会がありました。
この大会では、地元の魅力を言い合い相手の地域より良い地元と納得させる大会です。
そこでは姫路の子は姫路城、加古川の子は加古川駅など自慢できる場所を持っているのに対して加東市の子は、はっきりと言えない姿がありました。
加東市って、そんなに魅力がない所なのかな？

エピソードⅡ　市外の整体にて（3年Sさん）

私は、ある日腰を痛め市外の整体に行く機会がありました。
その時の整体師さんから「どこから来たの？」と言われ「加東市です」と答えると「わざわざあんな田舎から来てくれてありがとう」と言われました。
そして加東市の魅力を聞かれた時もはっきりと伝えることができず悔しい思いをしました。
私の加東市に対する思いって、そんなものなのか…

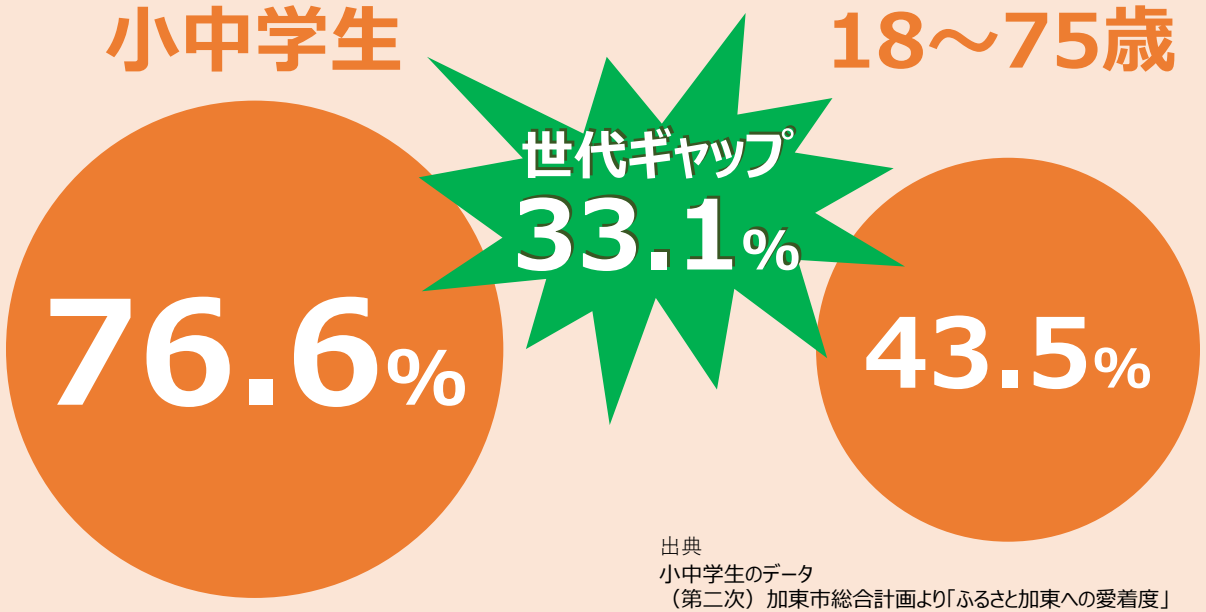
加東市のことが好きではないの？

加東市内の人達は
加東市のことをどう思っているの？

それは違う！
でもなんか、魅力を言えない自分がいる…

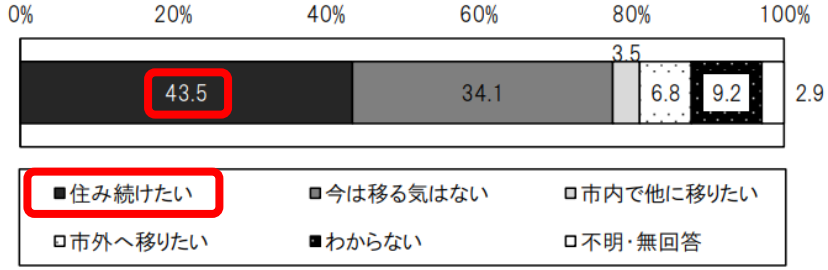
これは、加東市を**内側**から見た**熱量**を
調べる必要があるね！

世代における愛着度の差



出典
小中学生のデータ
（第二次）加東市総合計画より「ふるさと加東への愛着度」
18～75歳のデータ
（第二次）加東市総合計画より「現在すんでいるところに、住み続けたいか？」より
「住み続けたい」の回答を加東市への愛着度と仮定

現在すんでいるところに、住み続けたいか？



出典　加東市総合計画アンケート結果（回答は18歳以上）

加東市の好きなところ・誇れるところはどれ？

出典　加東市総合計画アンケート結果（回答は18歳以上）

加東市総合計画を読み解き考察

●小中学生の愛着度が高い

加東市内の小中学校ではふるさと学習を通し加東市の豊かな自然、魅力ある特産品、先人の知恵や苦労を学ぶ機会が設けられいる。この学びが地域に対する愛着度の高まりにつながっている。

●18～75歳の愛着度が低い

加東市の魅力は自然環境のみが突出する結果となり、地域の魅力や文化にふれる機会の低さが愛着度の低さにつながっている。

住みよいまち加東

住みよさランキング
兵庫県
第1位

「住みよさランキング」とは？
全国の市区町村を対象に住みやすさを評価したランキング。
公的統計を基にそれぞれの市が持つ「都市力」を、安心度・利便度・快適度・富裕度の　4つの観点に分類し、20指標についてそれぞれ平均値を50とする偏差値を算出し、その平均値を総合評価としている。

加東市は**住みやすいまち**のはずなのに

成人の**愛着度が低い**のはなぜ？？

住みよさランキング

総合評価	兵庫県内 1位　全国 128位	偏差値	51.61

項目別順位

安心度	利便度	快適度	富裕度
兵庫県内 8位 全国 331位	兵庫県内 19位 全国 573位	兵庫県内 6位 全国 64位	兵庫県内 8位 全国 193位

財政健全度ランキング

総合評価	兵庫県内 6位　全国 247位	偏差値	51.67

項目別順位

収支	弾力性	財政力	財政基盤	将来負担
全国 172位	全国 295位	全国 303位	全国 74位	全国 517位

› 財政健全度ランキングとは

全市区町村順位

人口	面積	財政力指数	農業	工業	所得
全国 633位	全国 748位	全国 480位	全国 818位	全国 213位	全国 702位

出典：東洋経済新報社「住みよさランキング2024」

加東市役所を訪問。
まちづくり政策部企画政策課とまちづくり創造課の方に、加東市総合計画や住みよさランキングについてのお話を伺う。
自分たちなりに総合計画や住みよさランキングを読み解いて出てきた疑問や考察に関するアドバイスをいただいた。

画像：学校提供

加東市総合計画

シビックプライドの醸成を！

住みよさランキング

〇国が収集したデータなどを参考に決められている。
〇安心度・利便度・快適度・富裕度の４つからなる20項目によって決められる。
〇客観的

比較

愛着度

〇慣れ親しんだものに深く心が惹かれるなど、住民が個人的に感じるもの。
〇加東市の気候や公園面積が優れているものだとしても、その良さに慣れてしまうと魅力を感じづらくなる。
〇主観的

シビックプライドとは

「**自分の住んでいる地域に対する誇り**」
住民が自分たちの地域や自治体に誇りを持ち
それを支え改善しよう、貢献しようとする姿勢のこと。

愛着度とシビックプライドの違い

愛着とは「慣れ親しんだものに深く心が惹かれること」となっているため愛着度とは自分が生まれ育った場所など**長く住んできた場所への思い**を指すものだと考えられる。
一方、シビックプライドはそこに**住む長さなどは関係していないもの**だと考えられる。

出典：ジチタイワークス

考察

住みよさランキングは加東市の気候や公園面積といった要素も考慮されており、加東市の魅力を最大限に表現する指標だといえる。
愛着度は住民が個人的に感じる主観的評価であるため、たとえ加東市の住みよさが優れているものだとしても住民がその良さに慣れたり恩恵を受けない状態だと、特別な魅力として感じにくくなるのではないかと考えた。

考察の結果、今の加東市民に必要なのは、愛着以上に地域に対する誇りではないかと考えた。
定住し続けたいまち、進学や就職で一度、転出しても将来、戻ってきたいと思えるまちを目指していきたい。
一般的に**シビックプライド**と呼ばれているものである。

地元の魅力を発見して誇りに思う気持ちを育てる
地域を支え貢献しようとする姿勢を育てる

将来を見据えた
シビックプライドの醸成が必要だ

ある出版社との出会い

スタブロブックス

加東市民のシビックプライドを高めたい。

日々の活動と平行して、その方法を模索している中、

私たちと思いを共にすることになる出版社と出会った…

画像：学校提供

加東市で本づくりチームを結成し、チームで地元の価値を再発見して編む。
主要メンバーは社高生以外にも、元小学校教師や市役所職員、文化会館職員、住職、アーティストなど多岐に渡る。

スタブロブックス株式会社

兵庫県加東市にある「ひとり出版社」。地域に根差した出版活動を続けており、設立以来、地方の魅力と可能性を追求した本づくりをひとつのテーマとしている。

地域を編む。
田舎の出版社として、地方発本づくりの在り方を考えています。固まってきたのは、地方で付加価値を生み、地元に利益を還元する本づくり。その具現化として、地元の人を巻き込み一緒に本づくりをする「ジモトブックス」を考えつきました。

スタブロブックスnoteより一部抜粋

2023年10月
地元を巻き込んだ本づくりスタート

社高校生も主要メンバーの一員として本づくりに参加。

私たちも本づくりに参加

コンセプト

その地域らしさを「人」を軸に描くローカル・マガジン

ジモトブックス（『地元人』）　～本づくりのはじまり～

スタプロブックス

コンセプト

その地域らしさを、「人」を軸に描くローカル・マガジン

ローカル・マガジンの立ち上げを決めてから、ずっと考えてきたのが、地域をどう編集するのか――です。加東市の魅力とはいったい何なのか？　地域内の人だけでなく、全国の読者を惹きつけられるだけの、加東市の本当の魅力とは何なのか？

地域が誇る歴史や特産品、観光資源の情報をそのまま伝えるだけでも、一部の読者には楽しんでもらえるかもしれません。しかし、それでは自治体が作成する観光パンフレットと変わらず、その土地の本質的な価値を全国の読者に伝えきることはできないと考えます。

加東市
本づくりチームを結成
地元の価値を再発見

自分たちも取材に参加

フィールドワーク

自分たちが記事となり、自分たちで紙面も作る

コンテンツ④

地元の高校生たちは、加東市について何を思い、地域をどうしたいと思っているのか？

このプロジェクトでは、次世代の視点や感性を取り込むために、地方創生について学ぶ社高校生活科学科５名の生徒も制作に関わってくれています。
地域の未来を担うのは、この地域で生まれ育った彼らです。高校卒業後に地域を離れるにしても、残るにしても、高校生たちが地域について今、何を考え、どうしたいと思っているのか、その本音を収録することは、ローカル・マガジンとしての在るべき姿、役割であると考えます。

地元高校生が考える地方創生

- わたしの地元（５人の自己紹介も兼ねた地元エッセイ）
  「田舎のオクラはデカい」「私の地元」「田舎のバスは移動式ベッド」「小さな世界だからこそ」「帰りたくなる場所」
- 地域の大人と加東について本音を語る座談会
- 社高校生が企画実施するバスツアーレポート

すでに誌面づくりにチャレンジ中。
高校生がローカル・マガジンの制作に関わるのはおそらく全国初の取り組み

加東市の魅力がつまった
ジモトブックスの完成

2025年2月
発売予定

本を作って
終わりではない

本を活用した
地域活性化とは？
シビックプライドの醸成とは？

出典：すべてジモトブックス資料

本を活用した地域活性化とは？シビックプライドの醸成とは？

本を活用した地域活性化の事例

Web上で調べた結果、図書館や本屋を活用した事例は数多くあったが、本を主体とした地域活性化事例は見当たらなかった。
また、RESAS Portalでも事例は提供されていなかった。

シビックプライド醸成の事例

兵庫県神戸市
阪神・淡路大震災後20年をきっかけに「BE KOBE」というシビックプライド・メッセージを作り、発信を続けている。市内各所にモニュメントととして設置され、SNS映えする新たな観光スポットとして地元からも愛される場所となっている。

三重県伊賀市
シビックプライドを醸成させるために「伝統的な文化財」や「歴史的な建物」の保全と活用を図り、まちなかで暮らすことを推進。中心市街地を活性化することで、居住と観光が紡ぐ交流のまちづくり、子ども達が住み夢と誇りを持ち続けるまちづくりを目指している。定住やUターン人口の増加、市民による情報発信の増加がみられる。

本を主体とした地域活性化活動とは？

本の中身を基にした、**市民参加型**のイベント

参加することでどのような効果がある？

地元の魅力を再発見する機会になる
地域の人とのつながりができる

地域を誇りに思い貢献したい気持ちが生まれる
シビックプライドが醸成される

Uターン人口・定住人口の増加
市民による情報発信の増加

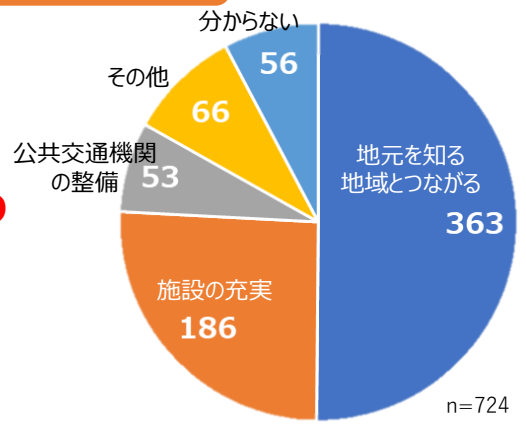
提案Ⅰ　高校の授業教材

なぜ高校の教材に？

ターゲット　未来の加東を支える世代
加東市内の小中学校ではふるさと学習を実施しており、
教材**「かとう学」**を通し加東市の豊かな自然、魅力ある特産品、
先人の知恵や苦労を学ぶ機会が設けられている。
しかし、加東市内の高校は県立学校１校のみで教材がない。
毎日、加東市に来ている高校生にも加東市を知る機会を作りたい。
また、西脇青年会議所が北播磨地域の高校生向けに実施した、
「地元に関するアンケート調査」の結果を見せていただくと…

地元に関するアンケート

「加東市を好きになるために必要なことは？」という質問に対して、実に**約50%**の生徒が、**「加東市のことをもっと知る」「地域の人とつながる」**といった、回答をしていることが分かった。
その思いをカタチにするために、教材として取り入れることを考えた。



出典：西脇青年会議所アンケート

教材としての活用方法

① 高校の「総合的な探究の時間」を活用する。
② 目的は**「シビックプライドの醸成」**である。加東市に対する誇りを持ってもらい、地域とつながりたい、貢献したいという思いを育てる。
③ 加東市外の生徒には加東市の魅力を知ってもらうだけでなく、この学習を基に地元の魅力発見につなげてもらう。
④ 高校生が進学や就職のために地元を出ていくことを防ぐのではなく、**いつか帰ってきたいと思える地元の魅力**を心に刻んでもらう。

教材だけで終わらない活用方法

学校内だけで活用すると授業という感覚で終わってしまう。
①知識だけでなく、経験をすることで心に刻む。
　➡ **フィールドワーク**
②一度だけで読み終える本で終わらない。
　➡ **本に愛着が湧く仕組み**
③一生読み続けることで、地元の魅力を知り続ける仕組み。
　➡ **シビックプライドの醸成につながるサイクル**

提案Ⅰ　高校の授業教材 ➡ 本への愛着

総合的な探求の時間で「地元について探究する」学習の中で教材として活用し、加東市の魅力について知ってもらう。
2週目以降は、自分がさらに知りたい場所や内容について読み深めていく。

本が教材
新たな
地元の魅力を知る

知識として、地元の魅力を知るだけではなく、その場所やモノを体感することが重要。最初は授業の中で、最も魅力に感じた場所を訪れる。フィールドワークが地域とのつながりを生むことにつながる。

本への愛着

↓

シビックプライド

本に愛着が湧く
何度も
読み返したい本に

本を活用した
シビックプライド醸成
サイクル

魅力に感じた場所
訪れて体感
フィールドワーク

フィールドワーク

↓

地域とのつながり

自分で作ったものには愛着が湧く。愛着が湧いたものは大切にする。何度も読み返して、新たな魅力を知る。そんな本にしたい。この本への愛着がきっかけとなって、それぞれのシビックプライドが作られていく。

最後の4ページ
自分で完成
書き足していく

学んだ内容やフィールドワークで得た経験を基に、本の最後の見開き4ページ分は自由に書き込めるようにする。一度に4ページを埋めるというよりは、何年もかけて自分なりの本を完成させるイメージ。

提案Ⅱ　日帰りバスツアー

なぜ日帰りツアー？

社高校生活科学科では６年前から、神戸市を中心とした加東市外に在住の方に向けて、加東市の魅力を知ってもらうためのバスツアーを企画・運営している。
ツアー名は、
「社高生と行く！加東市の魅力知りつくしちゃえツアー」
今年度も11月に実施した。

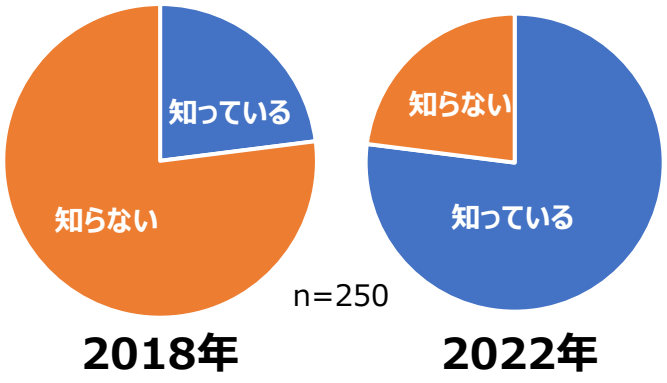
本の内容を基にしたツアーを実施することで、提案Ⅰの**フィールドワークと同じ効果**があると考えられる。また、**ターゲット層を分けた２種類のツアー**をすることで、より効果が出ると考える。

＋

定期的に実施する必要性

バスツアーは、ターゲットごとに年２回の実施を考えている。
先輩方のもち麦普及活動では、4年間でもち麦の認知度が逆転するほどUPしたという実績がある。
この実績から定期的な実施には、ある程度の効果があると予測される。

加東市産もち麦の認知度



出典：株式会社マルヤナギ小倉屋

学校提供：今年のツアーチラシ

地元の魅力知りつくしちゃえツアー

ターゲット

① 小中学生　＋　親
未来の加東を支える世代　＋　現在の加東を支えている世代

② 高齢者
今までの加東を支えてきた世代（後世に繋ぐ世代）

地元民のための地元の魅力を知るツアー

提案Ⅱ　日帰りバスツアー　➡　２種類のツアー

社高生と行く！地元の魅力知りつくしちゃえツアー

ターゲット	加東市在住の小中学生＋親	加東市在住の高齢者
目的	加東市の魅力発見	加東市の魅力を再確認し・繋ぐ
時期	年２回（夏冬 or 春秋　⇒　毎年、AB変更） （A：小中学生＋親⇒夏冬・高齢者⇒春秋）　（B：小中学生＋親⇒春秋・高齢者⇒夏冬）	
内容	体験学習中心 親にも体験してもらう	歴史を紡ぐ 次世代である若者との交流
具体例①	もち麦うどん打ち体験	知られざる加東市のレア日本酒
具体例②	土地を潤す水利の物語	加東市が生んだ美術家の実像に迫る

ツアー当日に本を配布する。最初は本の内容を紹介する。体験は、季節ごとに本の内容に沿ったものになる。子どもだけでなく、親も参加する。

シビックプライドの醸成

次世代である若者との交流を通して、加東市の魅力を伝えてもらう。

提案Ⅲ　加東市内の公共施設に概要版を設置

概要版：ジモトブックスに**出会う**きっかけ作りとなる冊子

なぜ概要版を設置？

加東市内には**約70の公共施設**がある。
ジモトブックスの概要版を置くことで、短時間により多くの人の目に留まり、この本と出会うきっかけを作ることができる。

最初は右2施設をはじめ、加東市内の福祉関連や公民館などの施設に設置していく。
今後は、加東市内の飲食店にも設置を依頼していく。
じっくり読むことのできる空間である図書館には概要版だけでなく、完全版の本も寄贈する。

↓

概要版を読んだ人が、完全版に興味を持ち、加東市の魅力を感じて訪問する。
数年後には、概要版を基にした３種類目のバスツアーも企画したい。

【主な施設】

出典：halK HP

にぎわい交流施設halK(ハルク)

待合室に設置
バスを待っている人

出典：加東市 HP

加東市役所

１階に設置
市役所に来た人
受付を待っている人

↓

シビックプライド醸成前の種まき段階

どれくらいの人が参加し、口コミで広がるか？

	高校教材	ツアー 家族	ツアー 老夫婦	概要版
回数	通年	年２回	年２回	通年
対象者	加東市在住 1学年**70人**	1組4人×10組 1回40人 年間**80人**	1組2人×20組 1回40人 年間**80人**	1施設2冊 70施設140冊
口コミ	1世帯4人家族と想定 70人が家族に話す 70人×3人 **210人**に伝わる	参加組の2人 1人に話す 1回10人×2回 **20人**に伝わる	参加組の1人 1人に話す 1回20人×2回 **40人**に伝わる	1施設で1人 本に興味を持つ **70人**
対象者＋口コミ	70人＋210人 **280人**	80人＋20人 **100人**	80人＋40人 **120人**	**70人**

280人＋100人＋120人＋70人＝**570人**に伝わる

25年後の加東市民魅力度予想

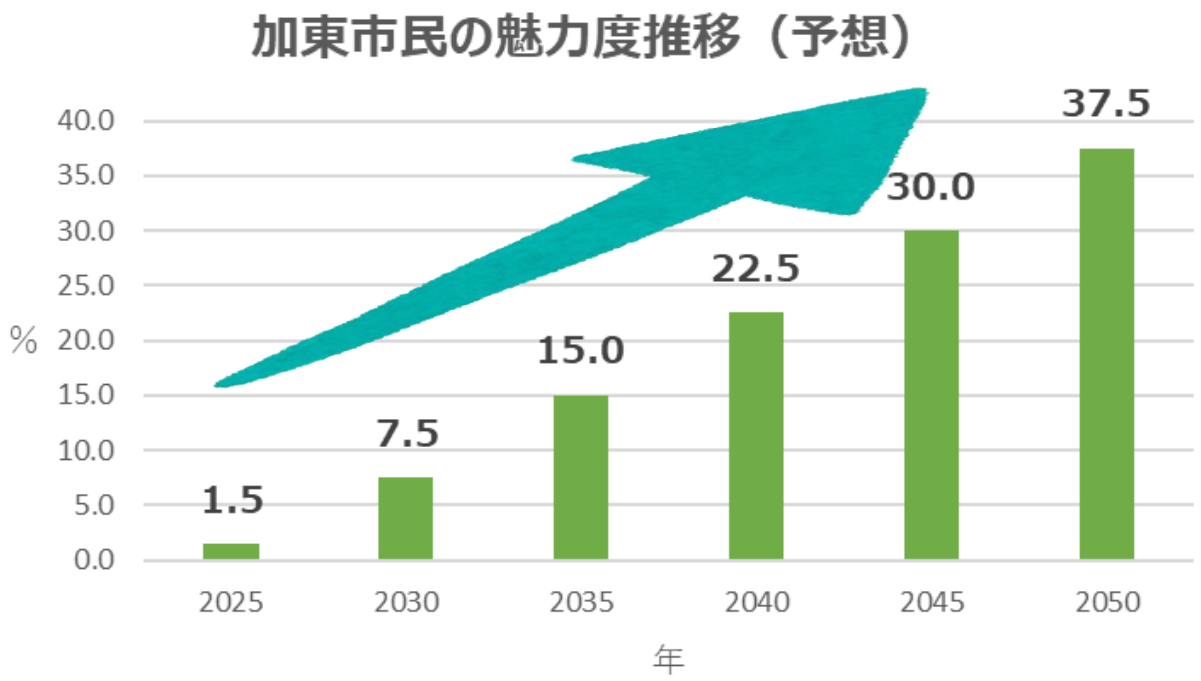
25年後の加東市

加東市の人口は**39485人**
参加者と口コミで広がる人数は**年570人**
これは加東市人口の**約1.5%**になる
25年後には延べ**37.5%**の人に加東市の魅力を感じてもらえる

2050年
37.5%
UP

＋

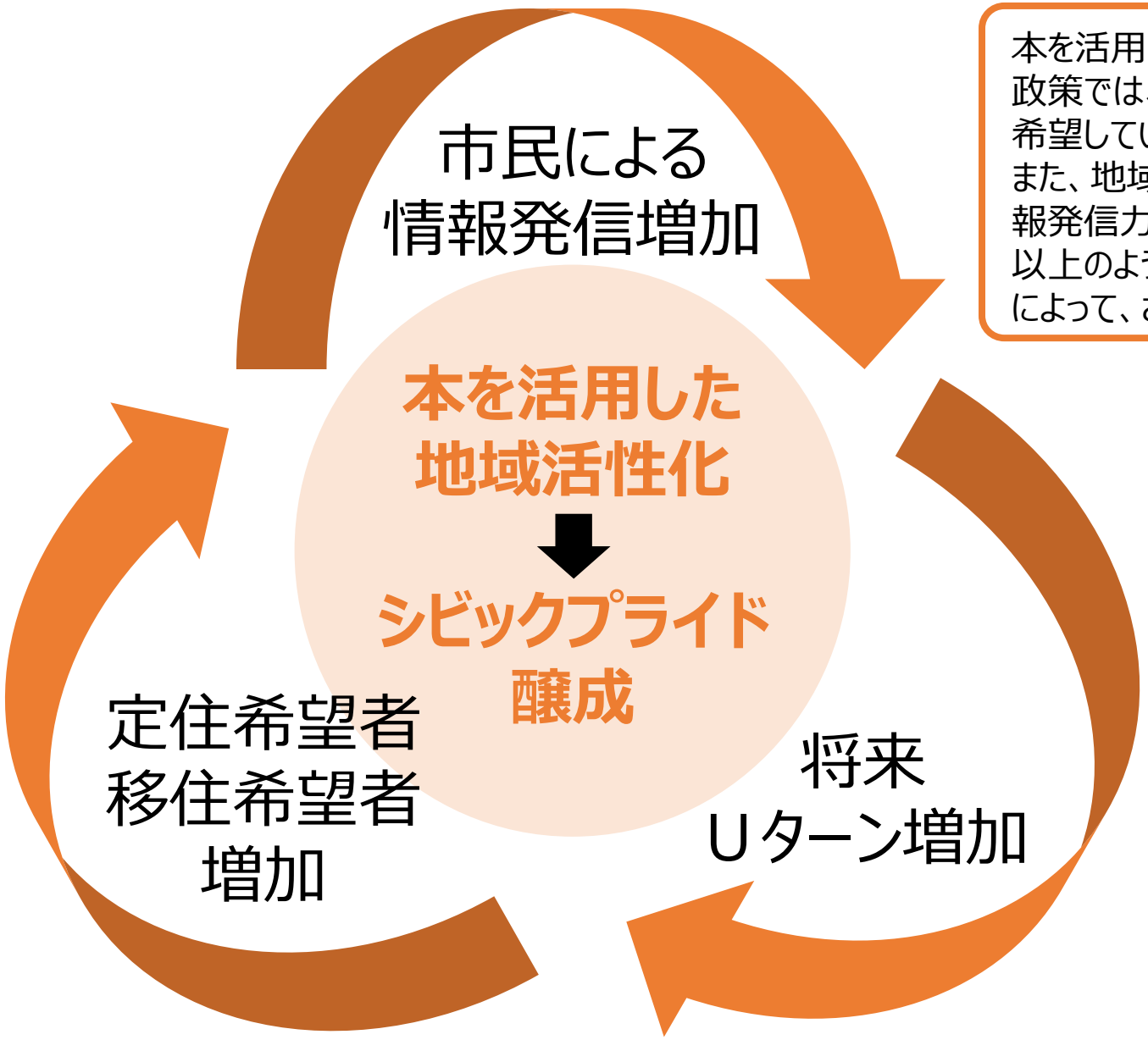
現在
43.5%
愛着度



2050年までに加東市民が地元を魅力に感じ、誇りに思えるようになる数値（37.5%)と、現在の愛着度（43.5%）を考えると、2050年に18～75歳の愛着度は80%を超えることが予想される。また、現在における小中学生の愛着度は76.6%ということから、本プログラムに小中学生が参加することで、2050年には優に80%を超えると予想される。

2050年の加東市シビックプライド目標
子ども世代・大人世代共に80%越え

まとめ



本を活用した地域活性化を継続することで、シビックプライドの醸成を考えた本政策では、将来的にUターンの増加が見込まれる。Uターンした世代は定住を希望していることから、定住者も増加するものと思われる。
また、地域に誇りを持った人たちの情報発信力が高い影響から、市民による情報発信力全体が底上げされ、移住希望者も増加することが期待される。
以上のように、シビックプライドの醸成によって様々な効果が連鎖的に起こることによって、さらなる地域活性化が見込まれる。

KPI
1年間の参加者
提案Ⅰ目標70名・提案Ⅱ目標160名
満足度調査70%

25年後…

KGI
2050年の加東市シビックプライド目標
子ども世代・大人世代共に80%越え