

# “Okawari” Cycle Himi City

～おかわりのしたい街へ～

• RACDA Takaoka/Taki High School – 後藤 佑陽

転出超過をどう改善？

転出超過とは：

$$\text{転入者} - \text{転出者} < 0$$

これを

$$\text{転入者} - \text{転出者} >> 0$$

にするには！

転入者を増やす = 新しく入ってくる人を増やす

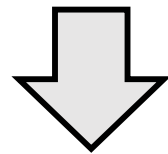
転出者を減らす = 出て行ってしまった人を「また戻す」

人が集まるのは「おかわりしたい街」だ

まず、どんな街に若者を含めた「人」が集まるのだろうか。

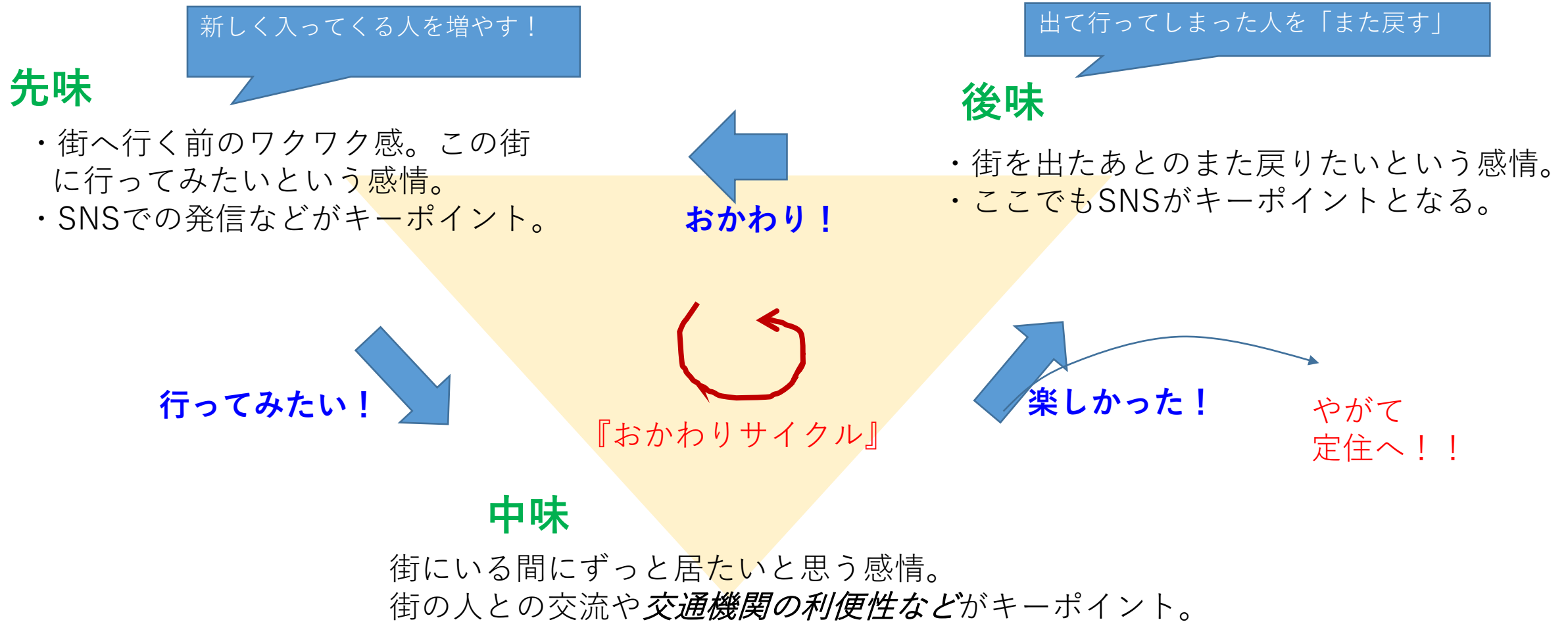
それはおかわりしたい街。

先味、中味、後味の全ての要素が欠けずにある街。



つまりどういうこと??

# 先味、中味、後味が揃って定住に!

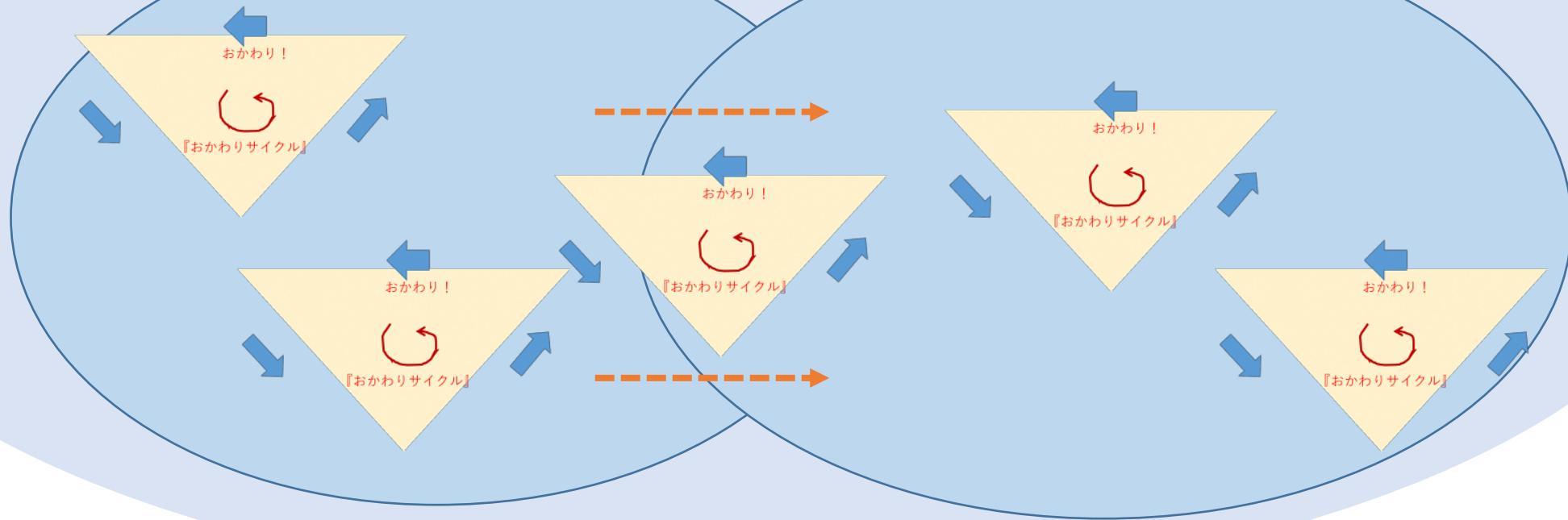


# 氷見

氷見ならではの体験できる「もの」や「こと」の群

氷見に惹かれるサイクル郡

氷見に定住したくなるサイクル郡



目標：「おかわりサイクル」の種類や数を増やすこと

# 今ある「おかわりの仕組み」の例：番屋街

## 先味

- ・「氷見は魚がうまい」というイメージ
- ・#photo\_himicityなどの投稿
- ・インフルエンサー（吉田サラダさん）



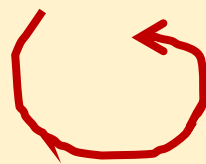
行ってみたい！



おかわり！

## 後味

- ・キトキトクラブのポイント制  
(ポイントの活用次第では更に強力な後味、そして先味につながるサイクルをつくることできる)



『おかわりサイクル』

楽しかった！

## 中味

- 番屋街や氷見漁港など
- ・氷見の名産、食事処
- ・新鮮な魚の直売、足湯
- ・レンタサイクル、ヒミカ の拠点



# 例1:氷見に惹かれるサイクル

## 氷見ブランド商品を起点としたおかわりサイクル

### 先味

- ・ 県外で売られている「氷見に関わりがある商品」（珍しさ）



↑ → 愛知県江南市にある大阪屋ショップ江南店にて



### 後味

- (例)
- ・ 生産者／工場からのSNS発信
  - ・ 新商品発表をSNS発信

おかわり！



『おかわりサイクル』

楽しかった！

### 中味

- (例)
- ・ 生産者を尋ねて体験や見学（住民との交流）
  - ・ 別の氷見ブランドの商品の紹介

行ってみたい！

## 例2:氷見に定住したくなるサイクル

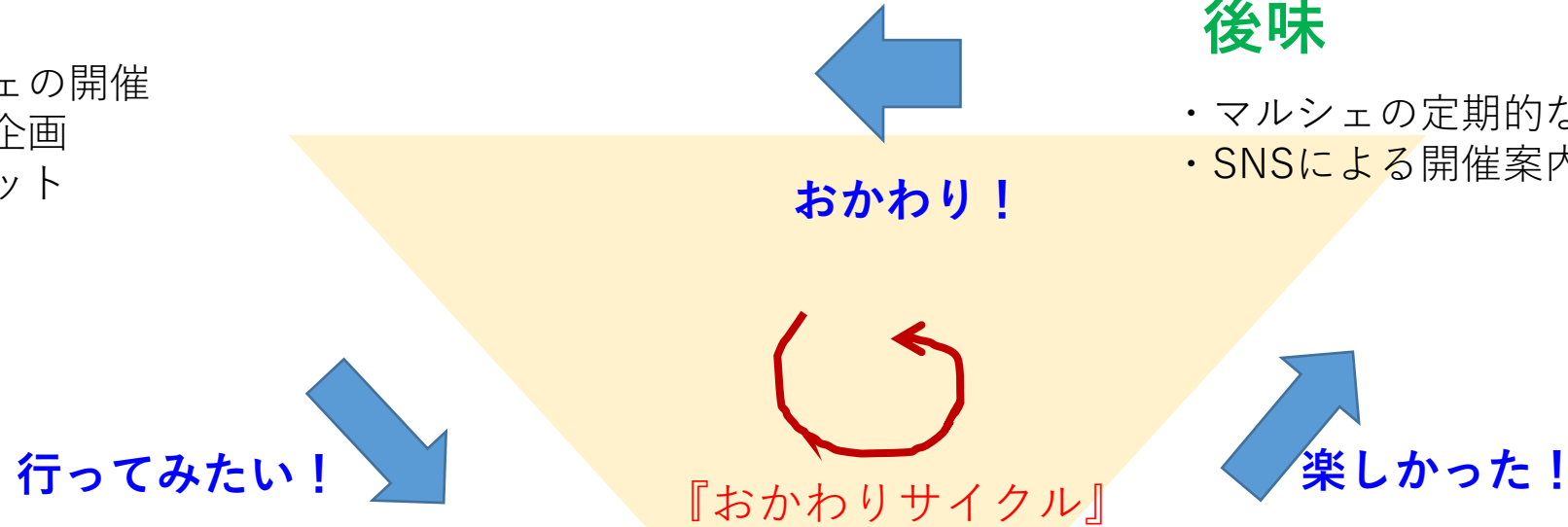
# ウォーカブルシティをコアとしたおかわりサイクル

### 先味

- ・マルシェの開催
- ・祭りの企画
- ・マーケット

### 後味

- ・マルシェの定期的な開催
- ・SNSによる開催案内



### 中味

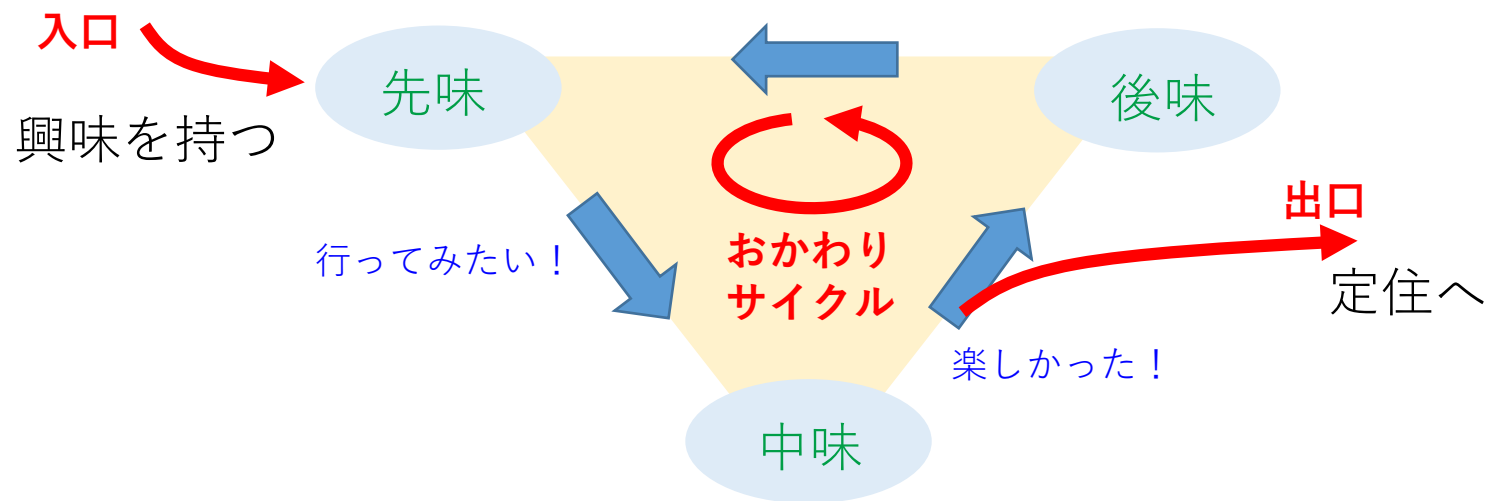
(例)ウォーカブルシティー

- ・移動のし易さ (レンタサイクル、キックボード) の体験
- ・例えばマルシェの開催場所を分散して参加者に移動手段を体験してもらう



# 提言：“おかわりつくり隊”の創設を①

結局、今の氷見は魅力的なものが散らばっている！サイクルが誕生せず、勿体ない！！

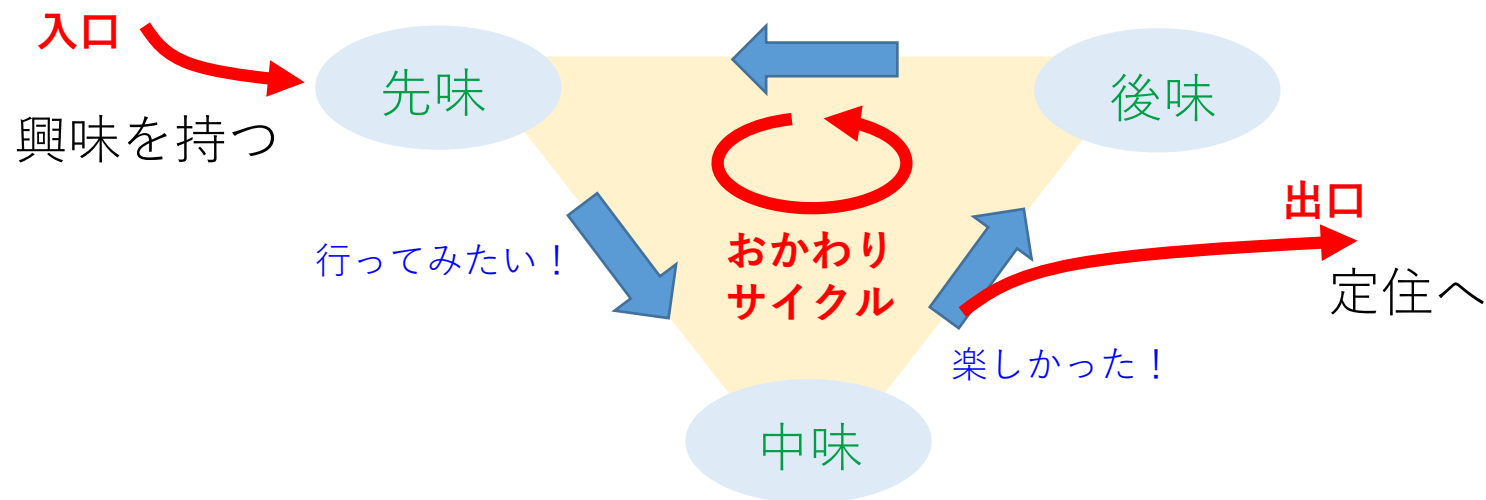


**入口**：そもそも氷見を知らない、県外に住む若年層に興味を持って貰い、  
**サイクル**：氷見を訪れ、それを何度も繰り返すという体験を通じて、  
**出口**：将来的に「移住／定住先＝氷見」に繋げる。

# 提言：“おかわりつくり隊”の創設を②

## ならばおかわりつくり隊をつくってしまえ!!

- 複数の取り組みを引き合わせて「おかわりサイクル」を作る
- イベントなどを個別に発信するのではなく、おかわりサイクルが回るような発信



**入口**：そもそも氷見を知らない、県外に住む若年層に興味を持って貰い、  
**サイクル**：氷見を訪れ、それを何度も繰り返すという体験を通じて、  
**出口**：将来的に「移住／定住先＝氷見」に繋げる。



40



可愛 KAWAII

2508

2

