



野球を通じた地方創生

群馬県立前橋高等学校 文系 1班



研究背景

硬式野球部2学年の部員が6人しかおらず、何か原因があるのではないかと思います、調べてみると現在、野球をはじめとするスポーツ人口が減っていることが分かった。その原因に対して自分たちが何かできることは何かあるかと感じ、野球教室を開催しようと決意。

研究目的

研究目的は主に3つある。

- ①自走的なスポーツ事業として活動
- ②若い世代のスポーツ離れの抑止
- ③子育て世代の引き寄せ

研究方法

- ①対象の少年野球チームにアンケートを行う(野球を続けたいかどうかなど)
- ②地域の少年野球のチームに向け野球教室を開く
- ③①と同様のアンケートを行い児童の野球を続けるきっかけを与えることができたかどうかを検証する
- ④後輩たちに引き継ぎ毎年開催をめざす

仮説

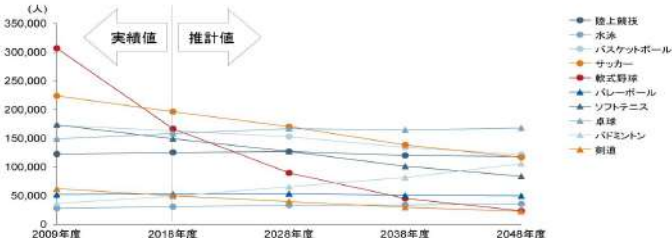
野球教室を通じて、野球の楽しさを児童たちに教えることができ野球を続ける意思向上・子どもたちのスポーツ離れの抑止の2つが見込めると考えた。また、子どもたちに直接技術指導をすることによって児童に野球の奥深さを知ってもらいきっかけとなったり、技術向上、我々も野球動作を言語化することによって、新しい発見があり、双方にとって利点があると思われる。

先行研究

中体連 | 男子 競技別加盟人数 推計

2009-2018年度において中体連加盟総人数がピークを迎えた時点(2009年度)からの変化の傾向が各競技において今後とも仮定し、2048年度までの人数を推計。その人数を元に全競技の中でその競技が占める割合を計算し、上記で推計した全体の人数にかけ合わせることで推計した。

● 2018年度における加盟人数上位10競技を表示させている。



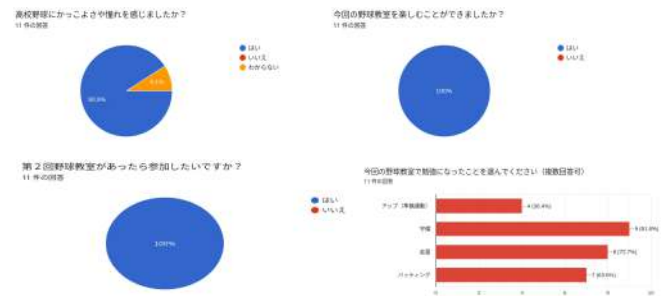
研究内容①

1月13日に開催されたぐんま野球フェスタ2025に参加した。このイベントでは小学生と野球を通してふれあうことが目的で、キャッチボール、トスバッティング、ミニゲームを行った。今回のイベントに参加して、児童たちが心から野球を楽しむ姿を見て我々も野球を始めた頃の初心を思い出すことができた。今回の研究は研究目的の②、③の達成が期待できるいい機会になった。



研究内容②

今回は前橋市にある少年野球チーム上川ジャガーズ様をお迎えして野球教室を開催することに決定した。児童とのふれあいと技術指導をメインとして行う。以下アンケートの結果を一部抜粋する。



考察

今回の探究を通して、小学生に野球の楽しさ、奥深さを教えることができたと思う。地方創生という観点では繰り返し開催することで研究目的①～②をより確立させていく必要があると思う。また③については児童に勉強を教える、進路についての相談に乗るなど、野球教室の枠を超えてさらに子育て世代を惹きつけるものにしていく必要があると考えられる。

今後の展望

毎年開催を目指し、練習内容や対象とするチーム、学年を変えていきより良いものにしていく。また、アンケート結果と実際の野球人口、スポーツ人口などのデータと比較し、地方創生に貢献できているかどうかを吟味し、改良していきたい。

参考文献

- <https://news.livedoor.com/article/detail/27674330/>
- <https://www.parasapo.tokyo/topics/114104>
- <https://sports.go.jp/special/value-sports/30.html>

eスポーツを利用して前橋を活性化しよう

群馬県立前橋高等学校 文系 2班

研究背景

前橋ではまちなかの活気がなくなりつつあることが課題のように感じられる。実際にまちなかの飲食店数は減少傾向にある。(下図)



graphchart.com グラフで見る前橋市の飲食店数(人口1000人あたり)

共愛学園前橋国際大学の森学長は地方創生には若者の力が必要であるとおっしゃっていた。若者の間では長い間ゲーム人気が続いていないため、eスポーツを有効に使うことでこの現状を少し変えることができるのではないかと考えている。



前橋市商店街

調査方法

飲食店とともに県庁32階のNETSUGENIに学生を集めてeスポーツのイベントを行う。(会場下写真)



今回、果実堂さんの協力の元、eスポーツのイベントを開き、そのイベント終了後新規に来てくれたお客さんの数を調べる。

費用対効果の面から考えるとここでイベントを開く際に月1万円の会員になる必要があるため、1万円以上の成果が出ればよいとする。

大福が1つあたり 約300円+税 と考えて新規のお客さんが30人以上増えると我々の経済貢献活動は 成功したことになる。

※今回使用するソフトは「ぷよぷよ™ テトリス®2」とする。



仮説

ゲームをするためにイベント来場した若者たちが我々の紹介する飲食店のことを知ってもらえて、結果的にその飲食店の来客数は増えて、そのノウハウを前橋市全体で共有することにより地方創生につながる。

(提供:果実堂 様)



研究目的

- ・前橋市の復興
- ・飲食店の利益向上
- ・若者に前橋市の魅力を知ってもらう
- ・e-sports大会を開くことの意義を証明しもっとたくさんの方が様々なイベントを開く足がかりになれるようなイベントを成功させること

途中経過

県庁32階のNETSUGENIにて3/2に11:00～17:00開催予定 現在ゲームの使用許諾を取ることができ、これからチラシをけやきウォーク前橋やアクエルに広告する予定。

現在群馬県庁HPにて当該イベントの概要を確認することができます。

時間がありましたらいらしてください。

※以下広告用ポスター



新たな観光マップで商店街の魅力を発信

群馬県立前橋高等学校 文系 3班

①研究背景

前橋市では郊外に観光客が集中しているため、市街地に観光客を集められないか？
↓
市街地を散策すると前橋市街地はたくさんのドラマやMVの撮影地となっていると分かった
↓
これらは観光資源として利用できると考えられるが、発信されていない
↓
聖地巡礼に関する観光マップを作り発信する

②仮説

近年、アニメなどの舞台や撮影場所が「聖地」として新たな観光スポットとなりコンテンツツーリズムが盛んになっている。ドラマの撮影場所などが多数存在する前橋市でもコンテンツツーリズムを進めることで新たな客層を集められるのではないかと。

③研究方法

- ① 実地調査 既存の観光マップを使用し、市街地を散策
- ② マップ作成 ドラマ等の情報を記載し作成
- ③ 配布 ヤングフェスタ前橋にて配布
- ④ アンケート 観光マップにアンケートのQRコードを掲載



実際に作成し配布した観光マップ

⑤考察

アンケートの結果、以下のことが考えられる。
 ・ポイントごとの説明を充実させる
 ・利用者が新たに得られる知識を載せる
 ・情報ごとにフォントを変える
 ・モデルコースを入れ、回りがりやすくする
 これらのことから、観光マップは、実地調査、ネットの情報をまとめただけにすぎず機能性に欠けていると考えられる。そのため、使用者目線の地図とは言えず、そもそも地図を使ってくれなかったのだろう。結果、商店街の魅力を発信するまでに至らなかった。

⑥結論・今後の展望

前提として、前橋市はロケ地を観光資源として全面に押していない。よって、ロケ地巡りは需要がない可能性がある。観光マップの需要を増やす工夫として、前橋市の観光についてより調査を深め「ロケ地」ではない別の材料を探求する必要がある。

④アンケート結果

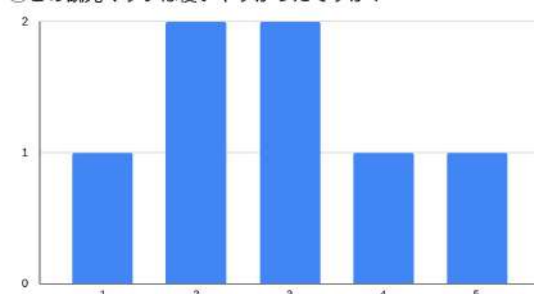
地図の良い点

- ・デザイン性
- ・説明の分量が適切

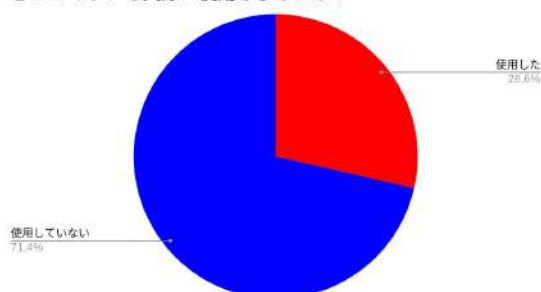
地図の改善点

- ・文字が小さい、道順が分かりにくい
- ・通りの名前は明度を下げ、地図の番号も色で区分すると分かりやすい
- ・お薦めを入れた方がよい
- ・店名の前の数字を見やすくした方がよい

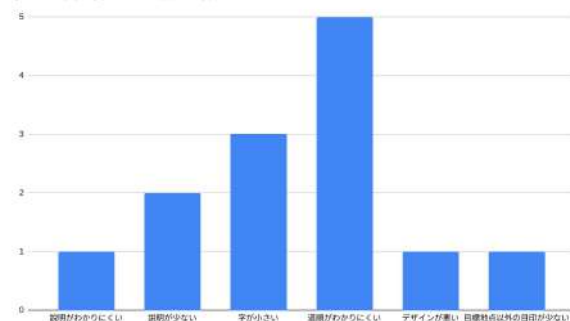
①この観光マップは使いやすかったですか？



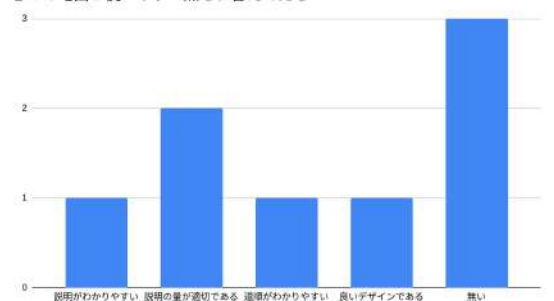
②このマップを実際に使用しましたか？



③この地図の使いにくい点をお答えください



④この地図の使いやすい点をお答えください



引用文献・参考文献

- <https://www.maebashi-cvb.com/pamphlet/> 内の前橋市まちあるきMAP
- <https://locash.jp/cgi/locamap.cgi?md=addr&id=ktommb@36.381291.139.097517.14> 全国ロケ地ガイド
- <https://www.city.maebashi.gunma.jp/soshiki/bunkasupotsukanko/kankosaisaku/gyomu/7/41216.html>

新発見！工芸品店の魅力～前橋の中心街から目指せ地方創生～

群馬県立前橋高等学校文系 4班

研究背景・目的

研究背景

市のホームページにある記事「第2章前橋市の概況と課題」より、平成30年に市が実施したアンケートによると「都市づくりの課題や問題点」において、「**中心市街地の活性化**」が多く挙げられていた。

目的

9つの商店街からなる前橋中心街（通称Qのまち）の工芸品店の今まで知らなかった魅力を調べてまとめることで人々の意識を伝統への興味へと結びつけて前橋の中心から地方創生を図ること。

方法

・研究当初・

ポスターやチラシ、ウェブサイト等を作ろうと計画。しかし、**数値・データ伴う結果**が得られるか不透明。

・変更後・

非参与観察、お店取材(客の年齢層など)

→商店街の現状について解釈・考察

調査対象と仮説

○10/14(月・祝)

中央通り、柄沢陶器店

○11/14(木)

中央通り（店舗の取材は無し）

弁天通り、弁天手芸店、セキネ洋傘店

いずれの商店街及び店舗も、全国的な商店街の衰退と同様、目を見張るほど人の数は多くないだろう。

観察・取材の結果

○中央通り

人通り：平日 登下校中の学生、まばらな通行人
休日 平日よりも多い

〈柄沢陶器店〉

客層：高齢

平日の方が来客数は多い 高齢者が出かけるタイミングが平日？

最盛期：昭和30年頃

家に客人を呼ぶ>>>食器や陶器の需要が高かった

ライフスタイルの変化>>>飲食店・カフェ等*に出かける

*商店街にも新しく増えている

★インターネットショッピングの普及に伴い、価格競争の相手が全国へ



←Qのまち商品券

○弁天通り

人通り：中央通りとはほとんど変わらない

〈弁天手芸店〉

客層：10～90代の女性が多い

・平日休日ともに客足は変わらない

・開業15年 その間商店街内の2つの手芸店がなくなる

・公式LINEに約170人程度が登録し手芸教室も開催

★インスタ、ブログ、X(旧Twitter)、基本毎日更新



〈セキネ洋傘店〉

客層：中間層の女性が多い

・県内で唯一オーダーメイド可能

・オーダーメイドを行わない他の傘専門店は、修理は行いが既製品のみ販売

・最近主流の傘の様式にも対応して修理を行う

★傘専用の特殊なミシン

★着物の生地を使用したオーダーメイドの日傘は全国から依頼が集まる



今後の展望

全国的に商店街は衰退の一途を辿っている中、今回の研究を通し、前橋の商店街に地方創生への希望を感じた。店の昔と比べての客の数の減少や、高齢化といった問題は見受けられた。しかし、現代では少なくなっている業種・技術としては、とても貴重なものであり、需要もある以上、存続させる価値があるのではないかと思う。そして、今回の研究で訪れなかった他の商店街にも、同様の店舗は存在しているだろう。それらの店舗を存続させていくために、各商店街を訪れる人を増やし、「Qのまち」そのものが活気づくような取り組みを考えて行く必要があると考える。

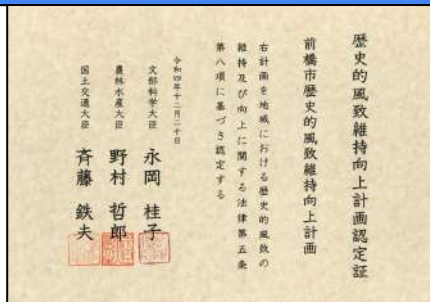


前橋の歴史遺産で魅力をアピール ～歴史めぐりポスターを通して～

群馬県立前橋高等学校 文系 5班

研究背景

前橋には、世間によく知られていない様々な歴史遺産が多く存在する。前橋市歴史的風致維持向上計画が令和4年12月20日に主務大臣の認定を受けた。この運氣にあやかり、前橋の歴史遺産を紹介し、世の中に前橋の魅力を発信し前橋市を歴史的観光地として周知することに貢献したいと考えた。前橋市歴史的風致維持向上計画今回の認定により、計画に記載している歴史まちづくりに関する取り組みに対し、国からの支援等を受けられることになり、様々な事業に取り組んでいく。



研究目的

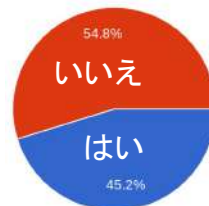
前橋市には貴重な歴史的遺産が多くある。歴史遺産を調べるだけでなく、多くの人を惹きつけられるようなポスターを作り、歴史巡りができるようにする。前橋市歴史的風致維持向上計画に則り、今回5班の班員で協力して発信する。

結果

Q.前橋の歴史遺産について知っていますか。

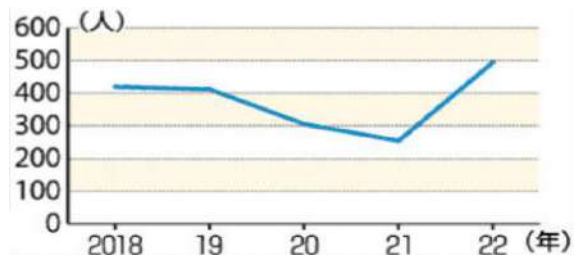


Q.前橋の歴史遺産を訪れたことがありますか。



仮説

若い世代の人々が、前橋に興味・関心が薄いことで若い世代の市外への転出が増えている。前橋市の歴史的風致の価値を発信することで解決するのではないか。核家族化が進み、昔から前橋に住んでいる人からの知的伝承が行われなことが歴史遺産を知らない人が増えている原因である。



前橋市の15～24歳の転出超過数の推移
上毛新聞「県都の課題 迫る前橋市長選」より抜粋

地図



今後の展望

約40名の前高生を対象に行った歴史遺産に関するアンケートより、半分以上の生徒が前橋にある歴史遺産について知らないということがわかった。今回マップを配布し影響力をはかりとることができなかったが、数多く存在する歴史的遺産を一挙に示すものが作られることにより、様々な歴史遺産の存在を把握させ、観光客や前橋市民の興味を湧かせることが可能になるだろうと考えた。また、若年層の前橋からの転出データや前高生を対象としたアンケートより、今の前橋の歴史遺産には若者の目を惹き、訪れたいと思わせるようなアピールができていないのではないかと考えた。以上より、前橋にある歴史遺産を「知りたい。」「自慢したい。」と思えるように、より前橋の歴史について表向きに公表したりイベント等でポスターを配布するべきであると考察する。

参考文献

- <https://www.jpmc-news.co.jp/articles/206384>
- 前橋市の15～24歳の転出超過数の推移 | 上毛新聞 <https://www.city.maebashi.gunma.jp/material/images/group/59/ninnteshou.JPG>
- 前橋市歴史的風致維持向上計画 [https://www.city.maebashi.gunma.jp/files/group/魅力あふれるまちづくり\(シティブロモーション\)](https://www.city.maebashi.gunma.jp/files/group/魅力あふれるまちづくり(シティブロモーション))
- <https://www.maebashi-cvb.com/image/resource/Document/document/151>
- ぐんま県史 観光マップ <https://www.maebashi-cvb.com/image/resource/Document/document/20>
- 前橋まちなかマップ <https://www.maebashi-cvb.com/image/resource/Document/document/23>
- まえばしグルメマップ

「カフェ」で前橋の魅力を再発見

群馬県立前橋高等学校 文系 6班

1 研究背景

最近、前橋商店街の活気がなくなっていると感じた。大森学長の講義の中に高校生がいると町が活気あふれるという研究結果があった。そこで、多くの高校生に前橋商店街に来てもらい商店街を活気溢れる場所にしたいと考えた。高校生はカフェが好きな傾向にあるため、カフェのことを発信。特に前高生に来てもらうため学習スペースとしてのカフェ利用ができるお店を紹介しようと考えた。

2 研究目的

「前橋商店街」と聞いてまず思い浮かべるのは、かつては賑わっていた街、今は昔に比べて廃れている場所ではないだろうか。そこで私達は魅力的なカフェがあるという観点に注目し、魅力を再認識してもらい前橋の中心であった「前橋商店街」をより活性化し地方創生へと繋げようと考えた。

3 仮説・方法

仮説

前高生にカフェの情報を発信する。そして、前高生にカフェを勉強目的で活用してもらい、カフェの便利さと商店街の魅力を知ってもらい、商店街に高校生を呼び込むことで前橋の中心街である、前橋商店街を活性化することができると思う。

方法

前橋商店街の中でカフェを何軒か選び、実際に行ってインタビューを行い、前高生に活用してもらって質問する。お店にPRポイントなどを聞くことでそれを前高生に向けて発信し、前橋の中心街に誘うことで地方創生を狙う

5 考察

今回、前橋商店街の活性化を図る方法として「カフェ」に注目して研究した。調査を進める中で、商店街周辺には多くのカフェがありスターバックスなどの大手にはない唯一無二の内装や独自のこだわりの強さがあることを実感した。また、私たちが実際に来店した店舗は2店舗だけではあるが、その雰囲気やこだわりを知り前橋市にはまだまだ魅力溢れるカフェが多いのではないかと推測する。共愛学園(小学部)移転に伴い前橋中心部に学生も増えるはずだ。そのような点も含め、前橋市にある私たちの知らない魅力を知ろうとしていくことが前橋市の活性化につながるのではないと思う。

4 結果(店長へのインタビューより)



豆や



本町一丁目カフェ

<豆や>

年齢層：40~60歳

(高校生の割合は0に近く夫婦での来店が多い)

利用目的：買い物の休憩や談笑として利用

PRポイント：
・コーヒー豆へのこだわり
・ゆったりとくつろげる店内
・学習スペースとして利用可能

<本町一丁目カフェ>

年齢層：30~70歳 (高校生は一年で数人)

利用目的：仕事・談笑・デート

PRポイント：
・料理やデザートの見た目
・装飾にこだわった店内の景観
・他にない落ち着いた雰囲気
・学習スペースとして利用可能

<感想>

塾の自習室や家などとまた違った雰囲気や、勉強もできて、リフレッシュ感覚でケーキやドリンクも楽しめるため良かった。ちょっとした息抜きにもなるため、勉強でなく今度は食事やデザートを楽しむためにも利用したいと思った。他の前橋のカフェにも巡ってみたいと思った。少し金銭的にも厳しいところがあるから高校生には割引きなどがあるとより行きやすいと思った。

Cogbeで聖地巡礼

群馬県立前橋高等学校 文系 7班

1. 研究背景

令和3年7月1日より前橋シェアサイクル Cogbeがスタートした。しかし、高崎市が行っている「高チャリ」に比べCogbeの利用率は低く、利用している人もあまり目にしたことはないと思う。

しかし最近、前橋市を舞台とするアニメ・ドラマが増えてきている。アニメの聖地となった場所にCogbeを利用して実際に訪れてもらうことで、前橋市を活性化させたいと考えた。

※ここで定める聖地とは、アニメのモデルとなった場所、ドラマ・映画の撮影のロケ地となったところをさす

2. 研究方法

前橋が舞台となったアニメ・ドラマの調査

⇒ 実際に舞台となった地を訪れ、撮影

⇒ 撮影した写真を載せたマップを作り、そのマップにCogbeの使い方も併記する。

3. 仮説

Cogbeの前橋市聖地巡礼マップの作成により

- ・ Cogbeの利用者の増加
- ・ 観光的視点からのCogbeの利用による「聖地巡礼」に訪れる人の数の増加



(1)訪問数の少ないスポットへの観光客の増加
(2)Cogbeを通して観光を楽しんでもらう



★最終的に前橋の地方創生につながる

4. 研究結果

(作成したマップは下に記載)

5. 考察と今後の展望

この研究は、Cogbeと聖地巡礼を関連付け、聖地巡礼マップを作って各スポットに「cogbeを使って訪れてもらう」というコンセプトで進めた。実際に撮影現場・モデルとなった場所に行き、写真の撮影、取材などを行ったため、自信をもって魅力を発信できるだろう。まだ作成したマップを公開はしていないけれども今後SNSなどを活用して研究結果を広めていきたい。

4. 研究結果



研究協力

バーラーレストランももや様・臨江閣様・るなぱあく様・まえばし東照宮様

参考文献

前橋シェアサイクルcogbe 「<https://interstreet.jp/maebashi-cogbe/>」

群馬県に焼きまんじゅうの新風を

群馬県立前橋高等学校 文系 8班

1. 研究背景

群馬県の郷土料理の焼きまんじゅう。テレビで紹介されることはよくあるが、実際に私達は日常的に食べていない。そこで私たちは焼きまんじゅうについてのアンケートをとり、今のニーズに答えることができる焼きまんじゅうを作りたいと考えた。

2. 仮説

アンケートでは『焼きまんじゅうは好きだが、好んで食べない』という人が多いのではないかと。

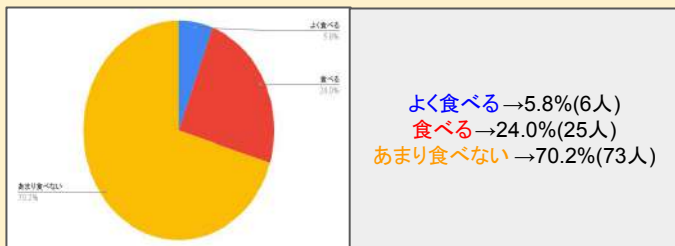
3. アンケートの結果

優曇華という前高の音楽行事にいらした様々な世代の人々に焼きまんじゅうに関するアンケートを実施した(108人が回答)

① 焼きまんじゅうは好きですか



② 焼きまんじゅうをよく食べますか



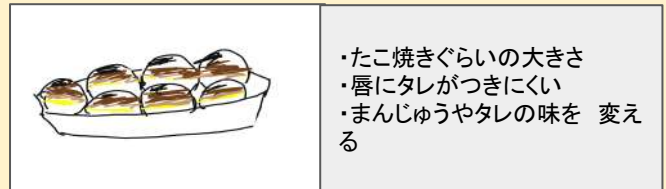
③ あまり食べない理由

- ・ベタベタする
- ・口の周りに味噌ダレがつく
- ・一個が大きくて食べづらい

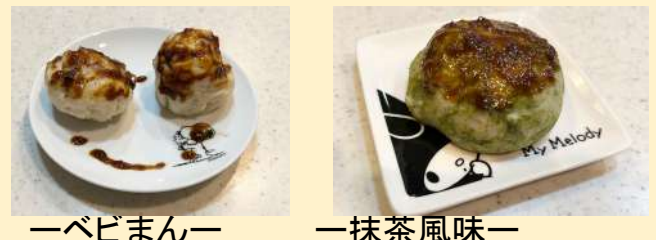
4. 焼きまんじゅうの試作

アンケートの結果から私達は、一口サイズで食べられる焼きまんじゅう「ベビまん」を作ろうと考えた。

<具体的な構想>



<実際の試作>



<調理過程で工夫した点>

- ・発酵して1.5倍くらい膨らむことを想定し、直径4cmくらいで発酵させた
- ・生地抹茶パウダーを練り込み、味のバリエーションを増やした

<食べたみた感想>

- ・口の周りが汚れることはなかった
- ・小さくなくても食感を損なっていなかった

5. 考察&今後の展望

アンケートの結果から『焼きまんじゅうが好きだが、あまり食べない』という人が多かった。あまり食べないという人の理由として「一個が大きすぎて食べづらい」という理由から、小さいサイズの焼きまんじゅうを試作することができた。実際に試食してみるととても食べやすく、この焼きまんじゅうを広めれば、多くの人がよく食べたいようになるのではないかと。また、店の雰囲気をもっと現代的な感じにすればもっと多くの方が店に入りやすくなるのではないかと。

今後の展望としては、実際に<具体的な構想>に近づくために試作を重ね、焼きまんじゅう屋に提案をし、SNSを駆使しながら「ベビまん」を広めていきたい。

デートプランを考えよう



in Maebashi

群馬県立前橋高等学校 文系 9班

研究背景

前橋は人口減少によって若年層が少なく活気がない気がする



前橋でデートをするカップルが増えれば、若者が街に増え、話題性が増し前橋の魅力が若者を通して伝わり街が賑わうのではないかと考えた



若者が行きたくなるようなデートプランを提案する

仮説

・私達が考えたデートスポットをSNSで紹介する



高校生などの若者層が前橋に増える



街が活気づく!!

デートスポットの例

実際に行って、ルート探索をした



①臨江閣

市民の茶席・将棋竜王戦
音楽会・映画の撮影地



②白井屋ホテルカフェ

・世界中のクリエイターの力を注力
・非日常空間で非日常の体験を

③まねきねこ

・持ち込み可能・駅近(JR)

④モモヤ

レトロな雰囲気新鮮・パフェが豊富



結果・感想

・年代別のアンケートを取り、年代別のルートを作れば良かった。
・サッカー部員と実際に提案したデートスポット行ってみた。前橋に良い場所があるのに意外と知られていないと思った SNSで紹介したらもっと人が集まると思うので発信していきたい

愛の街♡ 前橋

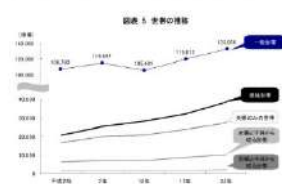


群馬県立前橋高等学校 文系 10班

研究背景

前橋市の抱える問題として生産年齢人口の減少が考えられる。これは、前橋市での出生率が減少、それともなって生産年齢人口が減少したことが原因だと考えた。少子化対策として、カップルが訪れ、デートが盛り上がる街にすればいいのではという結論に至った。

家族の姿は多様化し、単独世帯が増えています。



研究目的

前橋市の魅力を公に広く発信することで、前橋市を観光都市として有名にし、前橋の活性化が望まれるのではないかと考えた。同時に、デートプラン（仮称）を作成し、まずは多くの人にデートスポットとしての側面から前橋市の観光の魅力を知ってもらい、それにより前橋の少子化対策につながるのではないかと考えた。

仮説

前橋市のデートスポット度上昇のための策として考えられることは主に二点

- ①市内在住の人々がデートするときに市外へ行ってしまおう→前橋市の魅力を喚起（よりローカルな内容を発信）
- ②市外の人が前橋のことをあまり知らない→前橋市のPR（有名なところを詳細に）

このようにして前橋市の認知度を上げ地方創生を図ることができる

研究方法

- ①前橋市民からおすすめのデートスポットについてのアンケートを取り、どんな年齢層がどの場所を支持しているのかについてをリスト化する。（表）
- ②人気スポットを実際に訪れ、吟味する。
- ③実際に赴いて得た知識を元にして、デートプランを作成する。

10:00 敷島公園テクノバラ園
季節ごとのバラを楽しみながらゆっくりと散歩

12:00 ランチ
敷島公園周辺でランチ。隠れ名店が見つかるかも

13:30 るなばあく
レトロな雰囲気のある遊園地で童心に帰ろう
お子さん連れにはちょうどいい場所

17:00 群馬県庁
32階展望レストランでディナー。
少しは贅沢してもいいんじゃない？

①子供連れ夫婦円満デート♡

9:30 出発



15:00 前橋中央商店街
昔ながらの喫茶店や和菓子屋などが点在。お土産も買える。

19:30 前橋沖～ゆ
温泉やサウナで疲れを癒そう。
ここでご飯も食べられるので安く済ませたい人（特に高校生）は必見

②青春してる？青ニオデート♡

9:45 臨江閣

写真撮影や建物見学 大きな量の部屋でくつろいで話すもあり。
近くの前橋東照宮やるなばあくにも行ってみよう

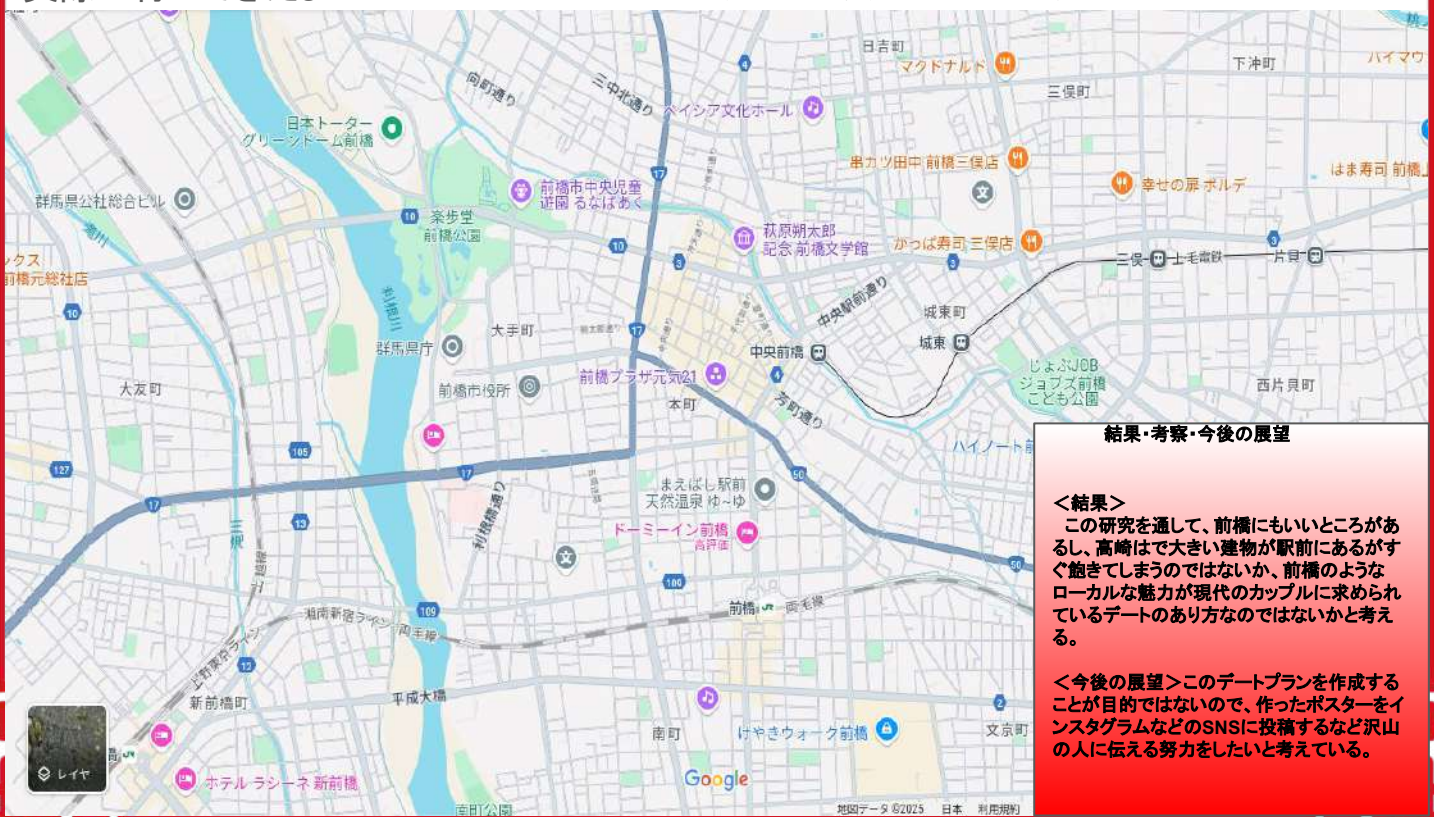
11:30 けやきウォーク&ランチ
バスで移動。フードコートやレストラン街でランチも済ませよう

13:00 ショッピング

服買ったり、ゲームセンターで遊んだり。素敵なひとときを。

↑写真はイメージです

実際に行ってきたよ（ここには実際に行ってきた場所の写真とルートに記載しています）



結果・考察・今後の展望

<結果>

この研究を通して、前橋にもいいところがあるし、高峰はで大きい建物が駅前にあるがすぐ飽きてしまうのではないかと、前橋のようなローカルな魅力が現代のカップルに求められているデートのあり方なのではないかと考える。

<今後の展望>このデートプランを作成することが目的ではないので、作ったポスターをインスタグラムなどのSNSに投稿するなど沢山の人が伝える努力をしたいと考えている。

前橋駅と中央前橋駅の接続による前橋まちなかの活性化 ~feat.cogbe~

群馬県立前橋高等学校 文系 11班

研究背景

前橋駅と中央前橋駅を楽に移動する事ができたら良いという声をよく耳にする。そこで「cogbe」を利用して二駅間を接続し、前橋市の交通の便を良くしようと考えた。



提言

私達がcogbeに求めること

- ①cogbeの設置台数を増やす
- ②積極的な広報活動
- ③問題点の改善
- ④cogbeの無料化



市役所の交通政策課を訪問して cogbe に対する意見(上記の①~④)を提言するとともに、cogbeに関する質問をした。

研究目的

前橋市の過剰な車社会の脱却による、郊外とまちなかの発展の両立を目指す。

実施したこと

- ①前橋駅-中央前橋駅間の接続と cogbeによる接続に関する意識調査
⇒Googleフォームで作成した cogbeの利用に関するアンケートを前高の生徒・教員、前女の生徒を対象に実施
- ②前橋市未来創造部 交通政策課 新モビリティ推進係への提言(前橋市 cogbeの担当)

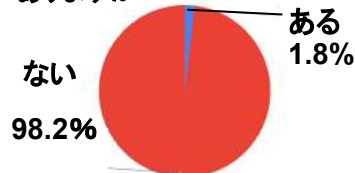
仮説

- 両毛線と上毛電鉄が cogbeによって結びつくことで、公共交通機関の利用が活発化し、前橋市、群馬県の車社会脱却に繋がるのではないかと。
- 自転車と公共交通機関を併せた移動手段は有用性があるという意識を前橋市民は持っているのではないかと。

調査結果

アンケートの結果から cogbeには一定程度の知名度があった。しかし、高校生の利用は少ない。これは高校生がすでに自分の自転車を保持していることが理由だと考えられる。

あなたはcogbeを使ったことがありますか



あなたはcogbeを知っていますか



成果

回答

- ①ポートからポートへのトラックでの運搬が滞ることが懸念され、需要と供給が保てなくなる恐れがある。
- ②cogbeの数が160台と限りがあるため、広報活動によりキャパシティを超えてしまう。
- ③cogbeの問題点として①自転車供給台数が不安定であること、② cogbeのポートに規定の自転車でない自転車が置かれていることが挙げられる。②はシールで対策を講じている。
- ④他の公共交通機関である有料バスや電車との兼ね合いの観点から、cogbeの無料化は難しい。

公共交通機関を組み合わせることで移動の選択肢を増やすことが大切

今後の課題

- ・より便利に cogbe を使える工夫
- ・他の公共交通機関との利用や関係
- ・財源や行政との役割について
- ・公共交通機関としての持続可能性

これらを考える

参考文献

まえばしシェアサイクル cogbe コグベ利用状況の評価 ~ 利用履歴 & 利用者アンケートより ~
<https://www.city.maebashi.gunma.jp/material/files/group/9/230609cogbe.pdf>
COVID -19 pandemic がオレゴン州ポートランドのMobility Mix に与える影響
近藤紀章様 田中勝也様
https://www.istage.ist.go.jp/article/ceispapers/ceis35/0/ceis35_49/pdf-char/ja

裏路地GO

群馬県立前橋高等学校 文系 12班



研究背景

前橋の裏路地（中央通りから外れた路地）は夜こそ賑わっているものの高校生はそれに気づいておらず、そこにある店もある程度客層が限定されてしまっている。高校生にも裏路地を知ってもらうことで、前橋の活性化につなげていこうと思い裏路地 GOを始めた。

方法

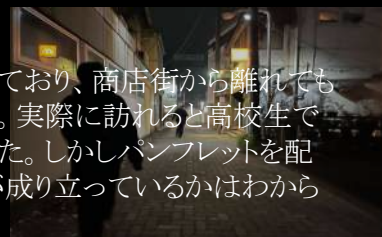
- 1.班員がお店に実際に向かい、許可をとったうえで取材する。
- 2.取材結果をまとめ、パンフレットに記入する。
- 3.1~2を10店舗ほどのお店で繰り返し、パンフレットを完成させる。

仮説

裏路地は夜に多くの店が営業しているため高校生ほどのような店があるか把握しにくく、夜の店が混在しているため入りにくいイメージが定着している。パンフレットを制作してどんな店があるかを具体的に紹介することで、高校生でも挑戦しやすくなると思う。

結果

裏路地は様々な人で賑わっており、商店街から離れても魅力的なお店で溢れていた。実際に訪れると高校生でも挑戦しやすいことがわかった。しかしパンフレットを配布して終わったので、仮説が成り立っているかはわからなかった。



結果(実際に訪れた店の中から4店舗を紹介) (㊦裏路地度)

とりよしラーメン (㊦) 3

親鶏ラーメンの塩味と醤油味を注文。透き通る鶏ガラスープは、しっかりと上州地鶏の旨味が引き出されていました。柔らかめの中太麺との相性もよく、飲み干したくなる美味しさでした。

また、チャーシューを醤油で炊いた鶏にしているところが個性的で、ネギとマッチしていて美味しかったです。お店の人たちが優しいので、初めての方、小さなお子さんを連れた家族でも安心して行くことができます。



前橋飯店 (㊦) 8.5

とにかく営業時間が長い！春夏秋冬いつ行っても変わらない味！家庭を感じられるような店内でもてなされる想像通りの味。裏路地界の超ド定番 !!前橋と言ったらやはり、前橋飯店であろう ...。

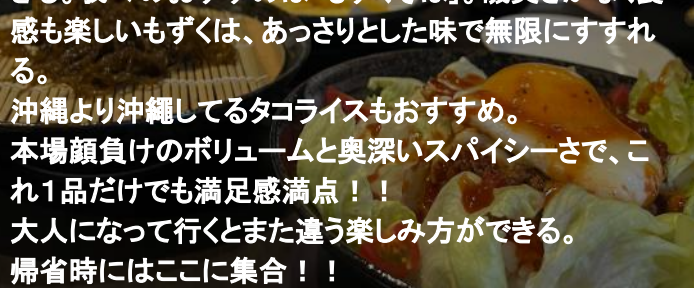
おすすめメニューは皆様お馴染み「ロボット店長特製塩ラーメン」である。テストがうまくいかなかった時、失恋した時、気分が上がらない時におすすめです。意思のないロボット店長(班員 Aの主観)が繰り出す最先端の接客には貴方も釘付けだろう。



琉球居酒屋カフー (㊦) 7

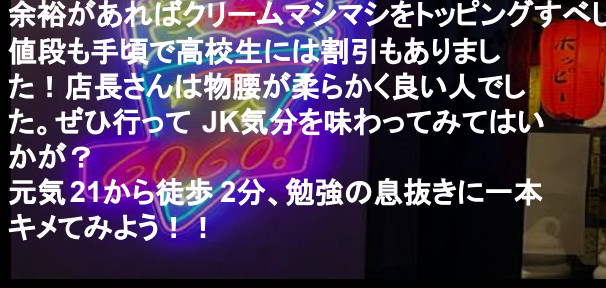
高校生も楽しめる人情派琉球居酒屋。明るく賑やかな店内は内装にまでこだわっており、まるで現地にいるかのような店内で本格的な沖縄料理を楽しむことができる。我々のおすすめは「もずくそば」。磯臭さがなく食感も楽しいもずくは、あっさりとした味で無限にすすれる。

沖縄より沖縄してるタコライスもおすすめ。本場顔負けのボリュームと奥深いスパイシーさで、これ1品だけでも満足感満点!! 大人になって行くとまた違う楽しみ方ができる。帰省時にはここに集合!!



GOGO!クレープ (㊦) 3.5

50年代のアメリカをイメージしたポップでキュートなお店でもっちりとろける食感のクレープと、バラエティー豊かなタピオカドリンクの専門店です。僕達はとりあえずいちごクレープを注文！余裕があればクリームマジマシをトッピングすべし。値段も手頃で高校生には割引もありました！店長さんは物腰が柔らかく良い人でした。ぜひ行って JK気分を味わってみてはいかが？ 元気21から徒歩2分、勉強の息抜きに一本キメてみよう!!



考察

実際に街に調査に出てみると、上記のお店以外にも魅力的なお店がたくさんあった。高校生は入れる店が限られてしまうものの、GOGO!クレープなど若者向けのカジュアルな店も見受けられた。また、気づきにくいことだが立地はかなり優れているとわかる。前橋駅から徒歩で訪れることができ、学生が立ち寄りやすい場所となっている。パンフレットの受けが良かったので中高年の年代にとどまらず、大学生や卒業後、帰省した人々で賑わうだろう。

中央通り商店街以外の商店街の活性化

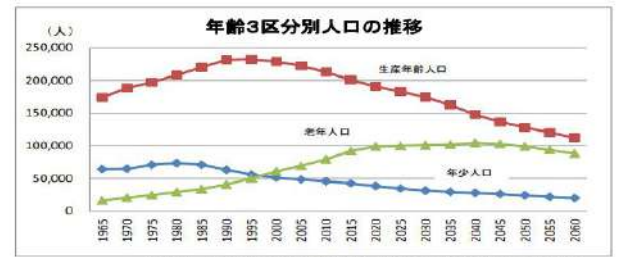
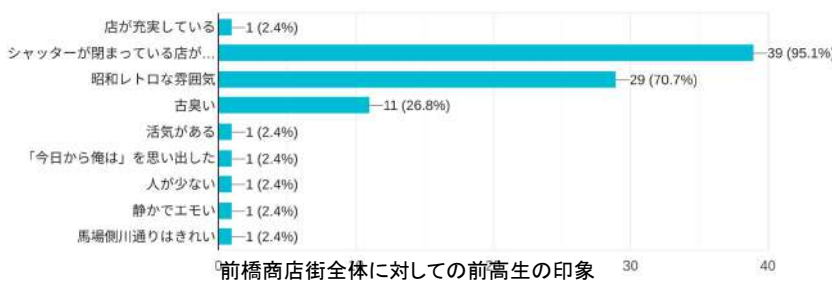
群馬県立前橋高等学校 文系 13班

研究背景

- ・前橋から若者が離れていっていることに加え、年少人口・生産年齢人口の減少によって前橋に若者が少なくなっている。
- ・シャッターのかかっている店が目立つ一方、中央通り商店街ばかりが注目されている。

研究目的

中央通り商店街以外の商店街の活性化により、商店街を中心に地域のつながりを強化すると同時に、前橋市内の経済も刺激する。



※出典：2010年までは国勢調査、2015年以降は社人研推計値

前橋市の人口推移 出典：前橋市

仮説

地域のつながり強化や市内の経済の活性化により、前橋の商店街が全体で盛り上がり、前橋が対内、外的により魅力的な街になり、前橋から若者が少なくなっている現状を打破することにつながるのではないかと考える。

研究方法

弁天通り商店街のマメゼンさんにインタビュー、前高生にアンケートをとり分析し、若者が商店街に望むものと商店街経営者の実情を合わせて考え、具体的な解決策を商店街に提案する。

考察

インタビュー、アンケートから、若者は自分の欲しいもの1に対して1を返してもらえればそれで良いと考える傾向にあり、自分の欲しいものがないところに足を運ぶつもりはないということがわかった。よって、商店街に若者向けの店ができたところで、若者はその店にしか行かず、商店街と若者のギャップは埋まらず、商店街衰退の根本的解決策にはならない。また、商店街の若者は若者で固まる傾向にある。そこで、とにかく商店街全体のことを知ってもらうことが必要だと考える。具体的な提案としては、完走したら商店街で使える金券をもらえるスタンプラリーの実施や、インターネット上での検索でも商店街のことをよく知ってもらうためにHPを整理、充実させるといった策が挙げられた。

今後の展望

今回の探究活動では、商店街運営をされている方の考える商店街の今の問題点や、前高生の商店街への印象、要求を知ることができた。今後はそれらのギャップを考え、どちらも満たすことのできる解決策を商店街に提案し、よりよい解決策へと磨き上げ、実際に行動に移していきたい。また、ターゲットを若者に限定せず、より幅広い年齢層の人々を商店街に呼び込む方法や、他地域からの人々が入ってきたくなる、戻ってきたくなるようなまちづくりのことも考えていきたい。

群馬県立前橋高等学校 文系 14班

①白井屋ホテル



Memo
元氣21横に位置する高級ホテル。世界的に有名な設計士「藤本 壮介」さんがデザインした独特な構造は夜になるとより一層美しさが増す

②北海亭



Memo
ひっそりとした交差点にドンとたたずむ北海道料理店。大きなカニのオブジェとネオンサインにインパクトあり。

③千代田の町並み



Memo
レトロな風景の広がったところ。床一面のタイル模様からは、商店街の温かみを感じられる。

⑤広瀬川 イルミネーション



Memo
広瀬川一面を照らすイルミネーション。林立するしだれ柳に光が反射する姿はとても幻想的。

④タカ・イシイギャラリー前橋



Memo
繁華街の一角に溶け込む風変わった美術館。四角い独特なデザインがチャーム。



- 黒 縦町通り
- 茶 馬場川通り
- 青 中央通り
- 赤 弁天通り
- 緑 立川通り
- 黄 オリオン通り
- 茶 千代田通り
- 紫 銀座通り

《おすすめの巡り方》

◎日帰りルート

中央前橋駅→⑤→④→③→②→①→中央前橋駅 ※千代田通り(茶)は飲食店が多いので、駅に戻る前に店に寄っていくのがオススメ!

◎観光客向けルート

中央前橋駅→⑤→川沿いに南下→銀座(紫)を通り商店街で夕食
→①に宿泊→前橋駅
※翌日の移動を考慮し、終了地点は前橋駅です

画像 <http://akitenpo.maebashi.info/shokai.htm>

商店街に人を呼び込むためには

群馬県立前橋高等学校 文系 15班

研究背景

現在日本では人口減少が進むとともに都市部への人口流出が進んでいる。それにともなっ
てか、商店街の通行量は平成中頃と比べても
16000人ほど減少している。どうにかして再び前
橋商店街に活気を戻せないかと考えこの研究
を始めた。

方法

1. 商店街についてのアンケートを高校生からとる。
2. アンケート結果から、高校生から見た前橋商店街の印象や行かない理由を見つける。
3. 前橋商店街に人を集めるための戦略を考え実行する。(商店街についての情報発信、商店街のマップの制作・配布など)

仮説

(1) 中心市街地には、どの位の頻度で訪れますか

理由	件数	比率
1 週に4回以上	161	5.5%
2 週に1~2回	313	10.8%
3 月に2~3回	544	18.7%
4 年に3~5回	806	27.7%
5 ほとんど行かない	1,020	35.1%
無回答	61	2.1%
回答者数	2,905	



前橋市が平成28年に15歳以上の前橋市民5000人にとってアンケートでは、約70%の人が「身近なところで用が足りる」、「魅力のある店舗が足りない」と答えている。



行く目的を持ってもらう必要がある。

方法・考察

<方法>

前高でもアンケートをとったところやはり魅力的な店舗がなく、近くの大型商業施設で事足りてしまう、という声が上がった。

→商店街の魅力を伝えるために自分たちの班で、調査を行い、パンフレットを作成する。

<考察>

前橋中央通り商店街の持つ魅力は

- ・飲食店
- ・イベントスペース

理由: 物品を販売するだけでは大型商業施設との差別化が図れず、衰退してしまう。

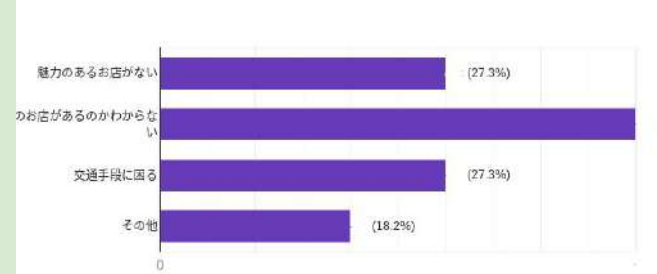
イベントスペース→高校生が主体となったヤングフェスタが中央通り商店街で行われたように、大型商業施設のイベントスペースよりも借りるうえでハードルが低く、若者などがイベントを企画するためにとっても役に立つと考えられる。

商店街内の飲食店→チェーン店が少なく、独自の商品

が数多くある。よって、飲食店やイベントスペースを魅力として伝えていくべきだと思う。

独自のアンケート↓

質問で殆ど行かないと答えた人は教えてください
商店街に行かないのか



作成したパンフレット→



今後の展望

パンフレットを配布することによる効果を検証することができなかったのを
実行したい。また、中央通りだけでなく他の通りの活性化についても考えてい
きたいと思う。