



Meta !!感考旅

チームまでい
明治大学本所ゼミ
増田有寿、河井美咲、藤井康平、宮本もも子

目次

01

現状分析

- ・対象地域と私たちの想い
- ・地域課題/魅力
- ・PEST分析
- ・課題解決の方向性

02

課題解決策

- ・Meta!!感考旅とは
- ・#0 プレイベント
- ・#1 本イベント
- ・#2 現地開催イベント

03

新規性

04

実現計画

- ・カスタマージャーニー
- ・協力者の皆様

05

効果

06

まとめ

現状分析

<対象地域>



浪江町

双葉町

大熊町

富岡町

この4地域を選んだ私たちの思い

この4地域は帰宅困難区域の多い地域です。
私たちはゼミ活動にて、飯舘村の復興に向けて
取り組んでいる方と連携してイベントを行ってきました。
同じような課題を抱えてきた地域との関わりから
学んだことを活かし、「**他地域でも挑戦したい！**」
という思いでこの4地域を選びました。

私たち



フィールドワークで見つけた4町の地域課題

【各町Voice】



大熊町

「建物ができても人がいない」
「1からまちづくりを意気込む」



双葉町

「まだ人が住めない段階」
「元住民以外にも興味を持ってもらいたい」



富岡町

「震災後0からスタート」
「コミュニティの再構築が不可欠」



浪江町

「産業の前に人のコミュニティ」
「この地域を選びたくなる
目玉コンテンツがほしい」

12市町村の他地域に比べ、町に人が戻ってきていない
人と人のつながりを戻したい

フィールドワークで見つけた4町の魅力

その土地ならではの魅力 = 地域資源とは？

【各町Voice】



大熊町

「関わると元気になる人が多い」
「色んな変化を受け入れる町」



双葉町

「1人1人が町を考えている」
「人と人がつながる文化を持つ町」



富岡町

「日本は双葉郡から変わる
そのポテンシャルがある」
「挑戦を応援してくれる町」



浪江町

「能動的な当事者が多い」
「アクションを起こしやすい町」

新しいことにチャレンジする風土、**地域のヒーロー**に注目！！！！

→「人」×「新しいこと」×観光をキーワードに、新たな視点での交流人口の創出が必要

メタバースとは

メタバースとは

インターネット上に構築した**3次元の仮想空間**を総称したもの。
ユーザーはメタバース内で自らの分身である**アバター**を操作し、仮想空間での生活を送ることができる。

メタバースの種類



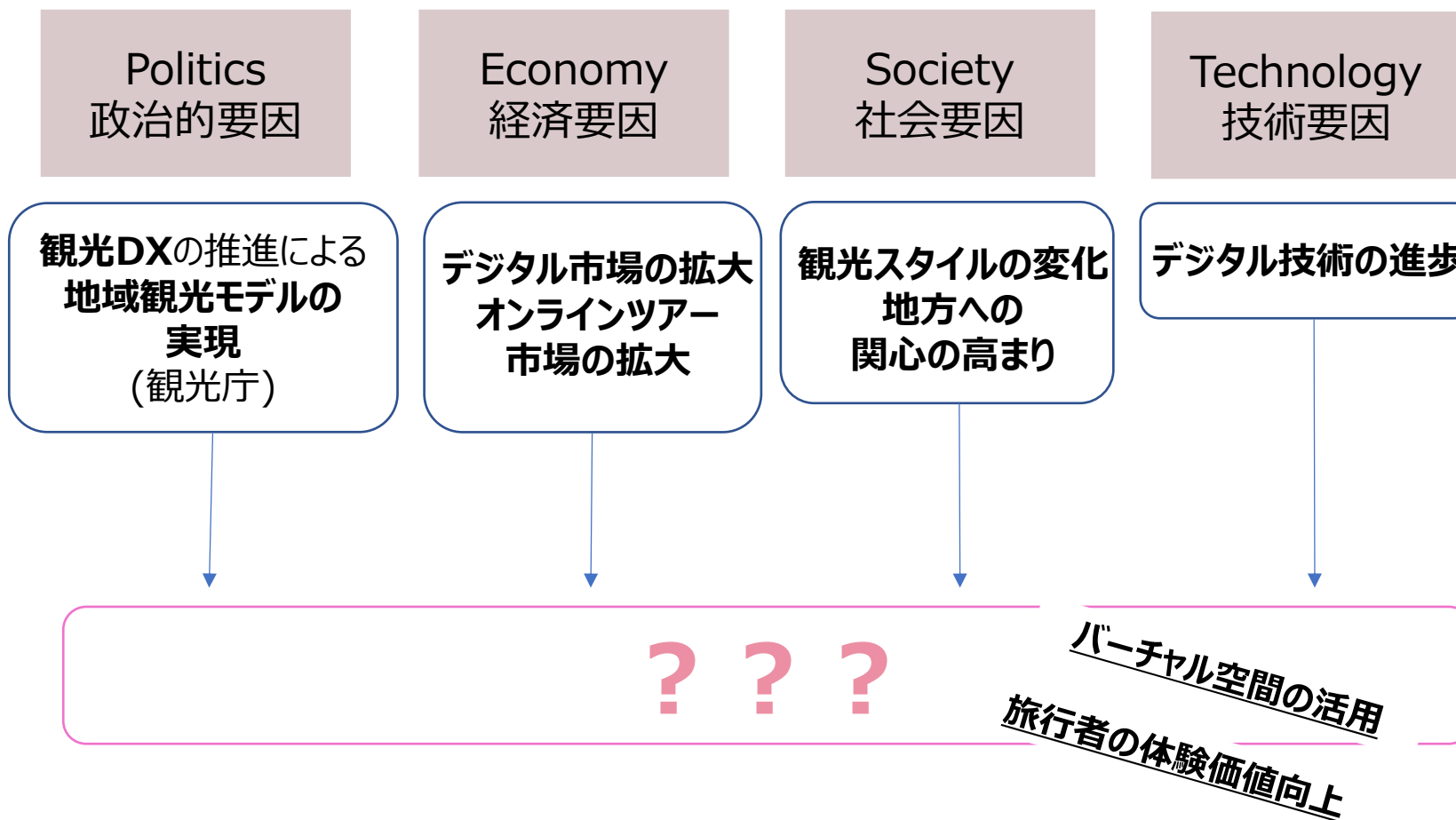
(出所)株式会社DreamArts DreamArts
「メタバースとは？ 定義、注目背景、事例をわかりやすく解説！」

メタバースのイメージ図



(出所)IT media NEWS
「『仮想空間作ったけど人がいなかった』を解決」
REALITY、法人向けメタバース構築サービス開始

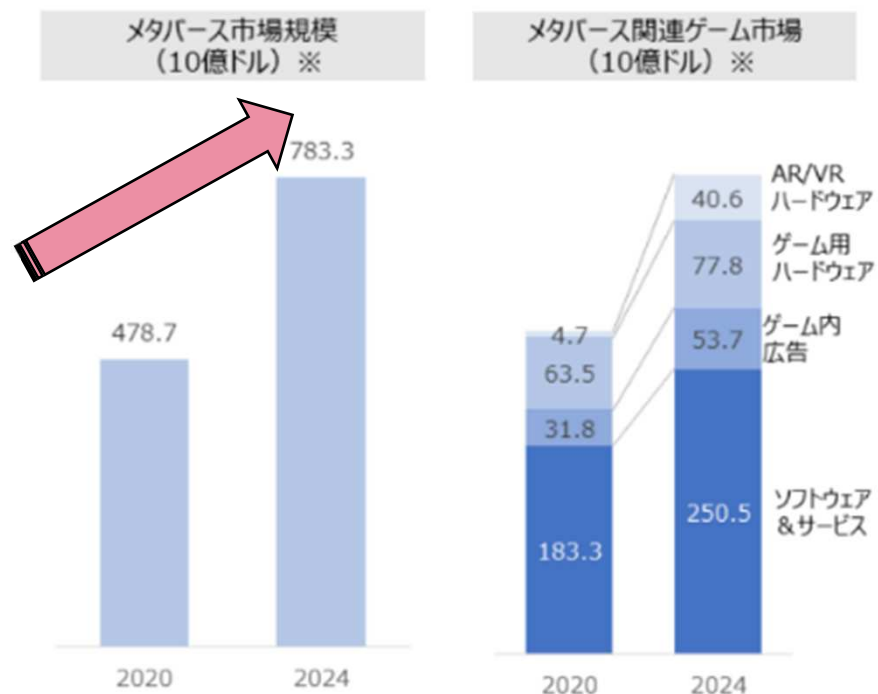
PEST分析(外部環境)



(出所)筆者作成

PEST分析の中から…メタバースに注目

メタバース市場の拡大



※出典：Bloomberg Intelligence, Newzoo, IDC, PwC, Tow Circles, Statista
資料：Bloomberg, Grayscale "The Metaverse" November 2021

(出所)「BBT大学院|Online MBA」
【データから読み解く】「メタバース市場」

PEST分析の中から…観光スタイルの変化に注目

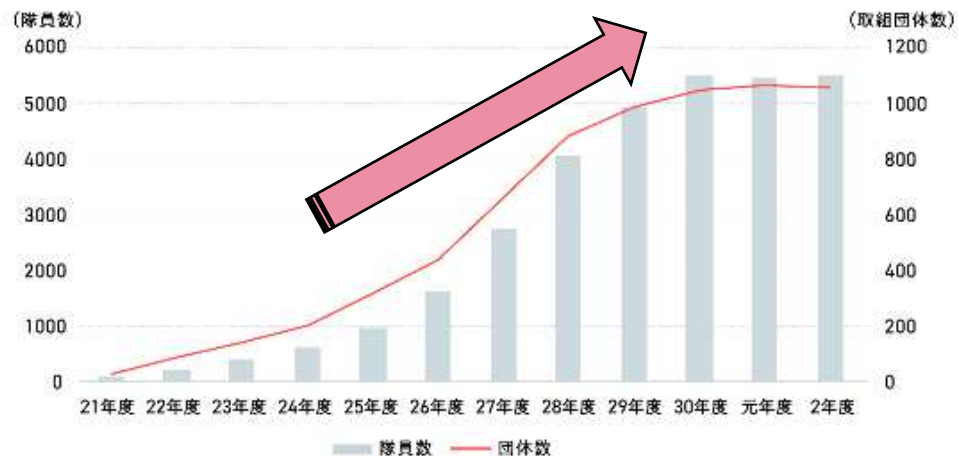


**地域ブランディングに、
旅行者自身に関わるスタイル**

(出所)「JTB総合研究所」
この10年の旅行者および旅行のあり方の変化について

PEST分析の中から…地方への関心の高まりに注目

隊員数、取組団体数の推移



順位	都道府県	関係人口
1	福島県	1,229万人
2	沖縄県	950万人
3	北海道	756万人
4	東京都	670万人
5	大阪府	440万人

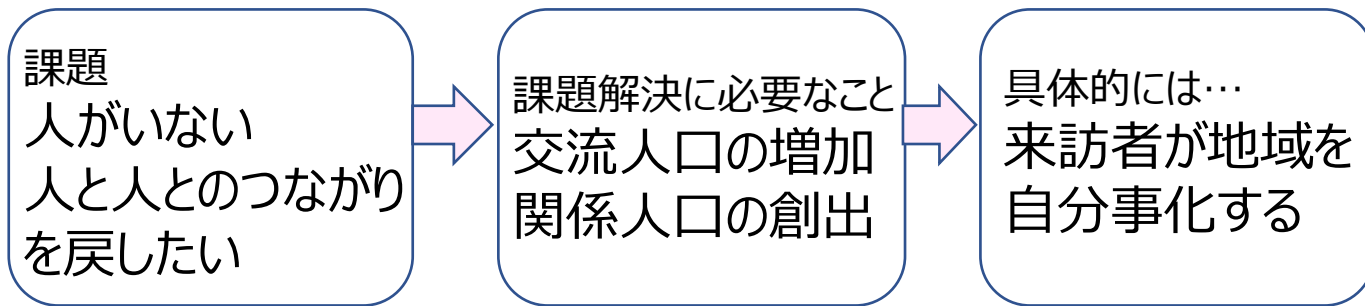
(出所)「総務省」
「地域おこし協力隊」とは？

(出所)「地域ブランドNEWS」
【県外の応援者・出身者】最多は福島で
居住人口の6.8倍「関係人口の意識調査」

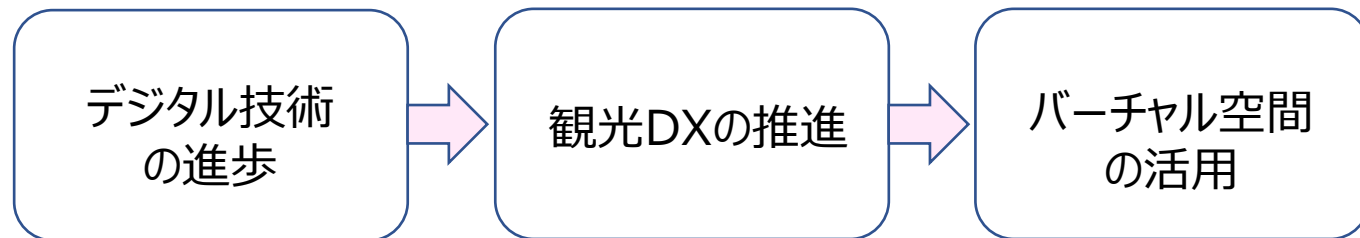
「**地方創生**」が注目されている

課題解決の方向性

4地域の状況(内部環境)



PEST分析(外部環境)





Meta!! 感考旅

私たちが考えるMeta!!「感考旅」とは

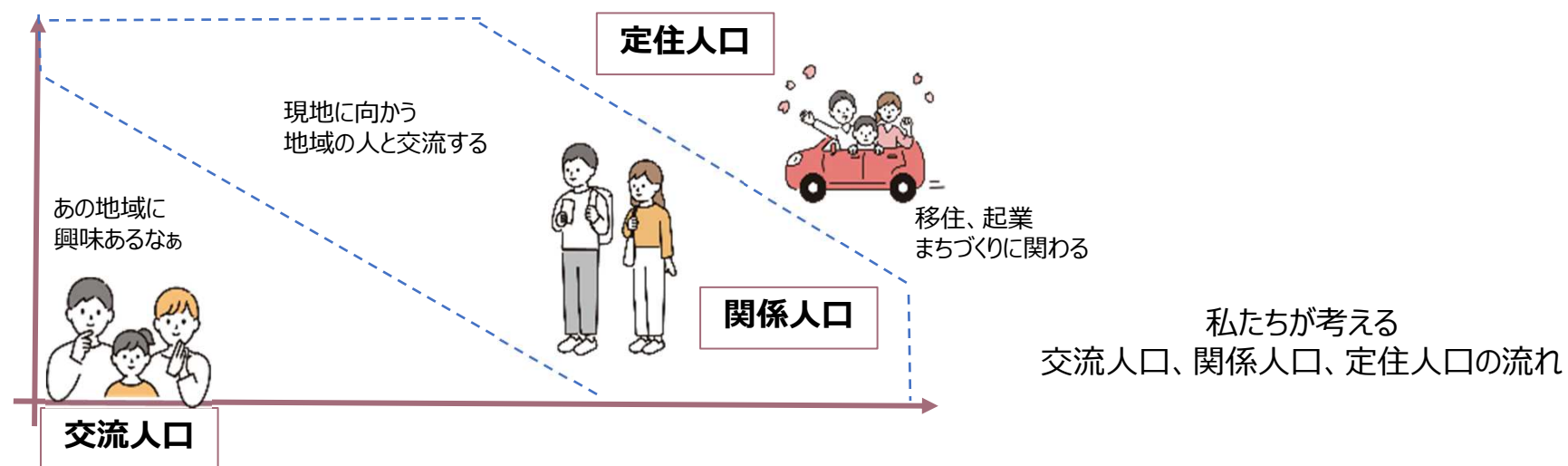
**メタバース×地方創生
地域との新しい関わり方！**



地域との新しいかかわり方

その地域の特徴や魅力を**感じて**町のファンになる。

活気あふれるまちづくりを**地域の人と一緒に**考える。



0 イベント

～地域資源deメタバース～

◆ イベント概要

イベントの目的

メタバースをきっかけに
地域を知ってもらう

地域の課題に楽しく
向き合ってもらう

震災のイメージから
プラスのイメージへ

時間

1時間～1時間30分を想定

開催方法

対面とオンラインを併用

→対面参加者には特典あり（参加費あり）

イベントの流れ

各町を動画で簡単に紹介



各町のこれからについて



地域課題deメタバース体験

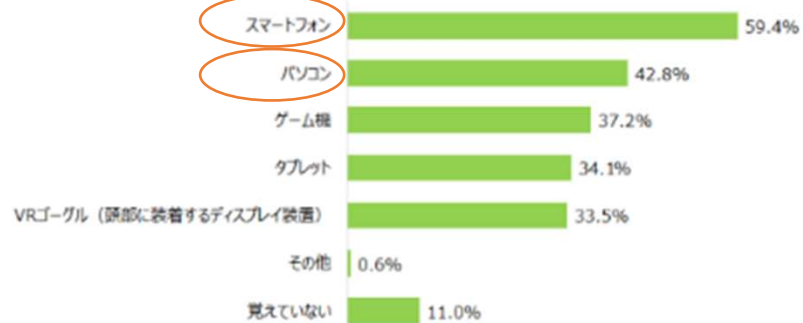
メタバースの利用方法

利用デバイスの選定

×

ジャンルの選定

● メタバースを経験した利用デバイス (n=355)



MMD研究所調べ

● 興味のあるメタバースのジャンル (n=3,152)



MMD研究所調べ

スマホ/パソコン

×

ゲーム

地域資源deメタバース

大熊町

熊川の鮭つかみ取り
&
まあちゃんを探せ！

双葉町

双葉駅前を
アート空間にする

浪江町

大堀相馬焼の陶芸体験

富岡町

浜鶏らーめん×竹
はまど〜り流しラーメン

4地域共通のコンテンツ

地域資源×イベント例

- 耕作放棄地
→草刈りゴーカート
- ひまわり畑
→ひまわり迷路を作る
- かかし
→かかしコンテスト

草刈りゴーカート
イメージ画像



(出所)任天堂「あつまれどうぶつの森」に基づき筆者作成

#1 本イベント

～地域課題deメタバース～

◆ イベント概要

イベントの目的

現地に行く前にその地域の人々と交流し、
 現地参加へのハードルを下げる
 (交流人口の増加)

その地域の事前学習の機会として

ターゲット

プレイベントに参加した人

開催方法

対面とオンラインを併用
 →対面参加者には特典あり (参加費あり)

イベントの流れ(全3回)

- 第一回→参加者と地域の人との交流
- 第二回→地域の課題を見つけ、
 解決案を練る
- 第三回→課題解決案を実践する

イベント内容

第一回

メタバース上の交流



地域の課題選定



第二回



課題解決案の構想 & メタバース上で実践

第三回

メタバース上で自身が考えた「まちづくり」を実践



地域課題イメージ図



(出所)任天堂「あつまれどうぶつの森」に基づき筆者作成

#2 現地開催イベント

～リアルde地方創生～

◆ イベント概要

イベントの目的

地域の人とリアルに会い、
一緒にまちづくりを考える
(関係人口の増加)
メタバース上での地域課題を
現地で検証してみる

ターゲット

本イベントに参加した人

開催方法

福島県浜通りの4地域
(浪江町、双葉町、大熊町、富岡町)

イベントの流れ

参加者間の交流(オフ会)
↓
地域課題を発見！ 聖地巡礼
↓
リアルde地方創生

イベント内容

参加者間の交流(オフ会)

メタバース上の交流



現地にて交流を深める



地域課題を発見！聖地巡礼



地域課題発見→解決案実践
メタバースで見た町は実際どんな町だろう？



リアルde地域創生

自分が考えた課題解決案がリアルな町で実践できるか検証する
新たな地域課題や、地域の潜在的な魅力などを見つけ出す



その後～メタバース編～

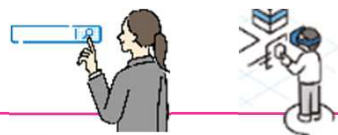
フリーログイン

利用者が自由に交流できる



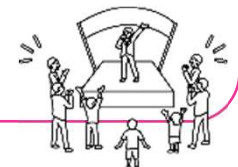
地域課題の共有

利用者が地域課題を見つけ、メタバース上に増やしていく



定期イベント

アプリ利用率向上に向けたメタバース空間イベント



移住や起業

オンライン住民票の発行
新規店舗の立ち上げ



新たなまちづくり

地域の新しい形、
理想の町を作り上げる



他地域での導入

新たなまちづくりの形として
全国市町村に適用できる



その後～現地編～



新規性

新しい観光まちづくり

地方創生×メタバース

これまでの地方創生
現地活動からスタート
(今回の#2に相当)

- ・地方創生に興味のある人
- ・地域に関わり(地縁)のある人

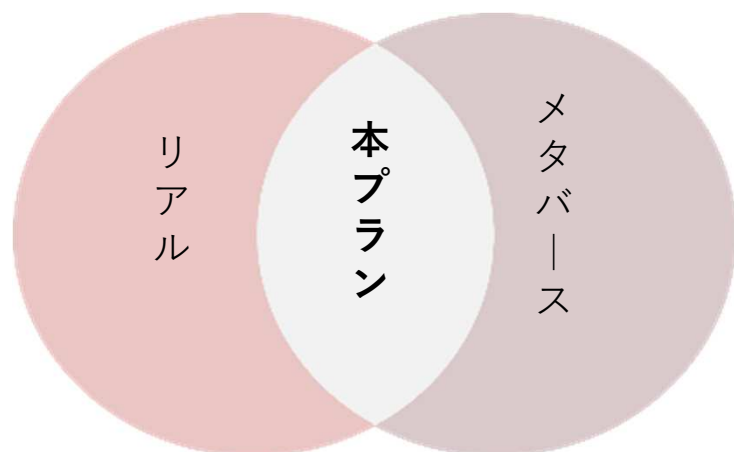


地域との新しい関わり方！

本プラン

メタバースの活用

- ・これまで地方創生に関心のなかった層
 - ・さまざまな問題で参加を悩んでいた人
- 「気軽に楽しく地域に関わるきっかけ」
になる！！



新しい観光まちづくり

地方創生×メタバー



地域との新しい関わり方！

「メタバー

コロナ禍における観光スタイルの変化
(オンライン旅行等)

現実に無いものを可視化できる

「地方創生」

メタバーをきっかけに地域を知ってもらう
(交流人口の増加)

地域の課題を知り、解決策をメタバー上で
シミュレーションすることで現実で実行しやすくなる

実現計画


カスタマージャーニー

認知

興味

参加

継続

ステージ	イベント認知
接点	情報発信のツール デジタル 地方創生のサイト掲載(例:aini) 各町のSNS発信
利用者の行動イメージ	 <p>調べてみようかな</p>
利用者の心情	「メタバースってなんだろう…」 「地域に関わりたいな」
4地域への効果	4地域の認知度が向上する。


カスタマージャーニー

認知

興味

参加

継続

ステージ	関心・興味
接点	イベントの詳細を調べる。
利用者の行動イメージ	 <p>Web検索</p>
利用者の心情	<p>「こんなイベントあるんだなあ」 「イベントに参加してみよう！」</p>
4地域への効果	<p>イベント参加のきっかけになる。 交流人口の創出につながる。</p>

カスタマージャーニー

認知

興味

参加

継続

ステージ

イベント参加

接点

メタ버스、リアルで4町を訪れる。

利用者の行動イメージ



利用者の心情

「4町ってこんな面白いことしてるんだ」
「もっと地域に関わってみたいな」

4地域への効果

交流人口の増加につながる。
関係人口の増加につながる。

カスタマージャーニー

認知

興味

参加

継続

ステージ

参加後の継続、地域愛着の醸成

接点

繰り返し4町へ訪れる。
4町へ移住する。
4町で起業する。

利用者の行動イメージ



これからも関わりたい

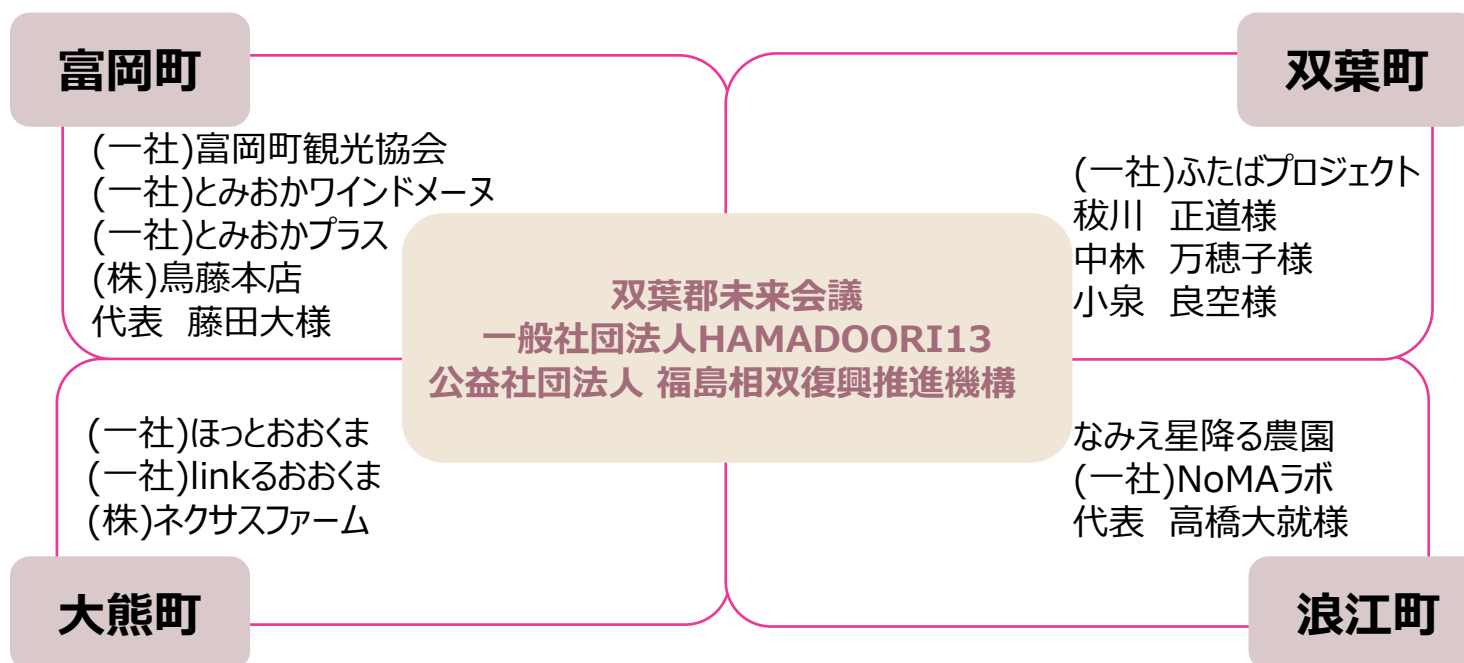
利用者の心情

「この町が大好き！」「この町で挑戦したい！」
「他の人にも知ってほしい！」

4地域への効果

定住人口の増加につながる。
4町に訪れる人が増え、経済が活性化する。

協力者の皆様



效果

プランを行うメリット

参加者側

様々な分野の学びを得ることができる

メタバース

地方創生

etc...



地域側

メタバースで地方創生のモデル地域

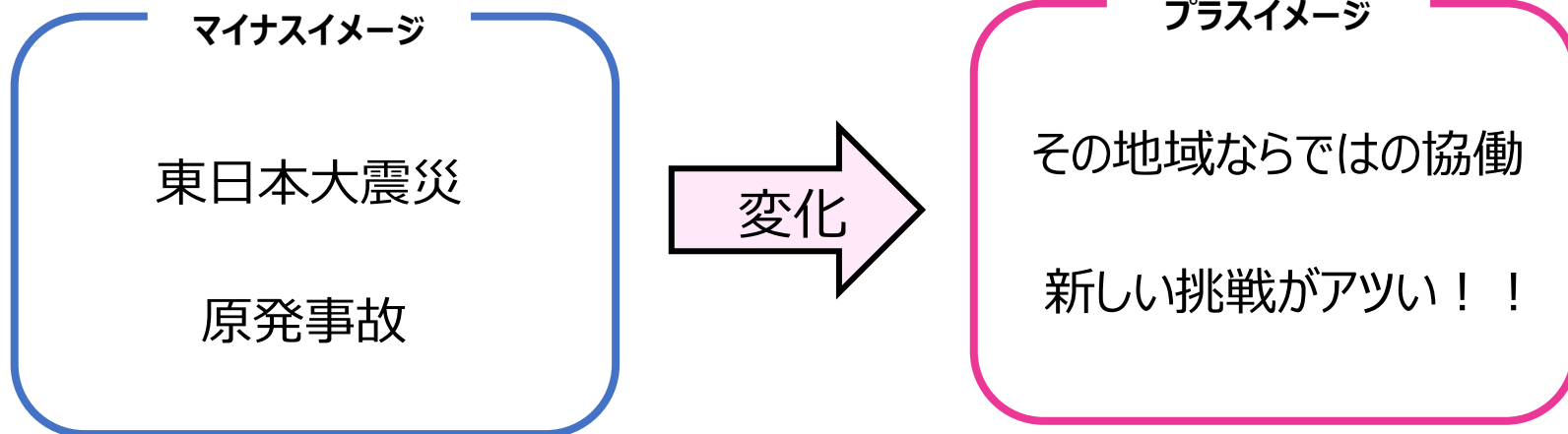


先行事例の視察地域として
全国から注目！



プランを通じた新たなイメージの構築

「Meta !!感考旅」によって…



イメージの変化によって交流人口・関係人口の増加につながる！

交流人口になりうる人

地方創生に興味がある人	
A.おてつたび登録者数	20,000人
B.村おこしボランティア参加者	2,606人
C.地方圏で暮らすことに興味がある人	4,980人
合計	27,586人

A.(出所)「PR TIMES」株式会社おてつたびのプレスリリース
 B.(出所)「村おこしNPO法人ECOFF」村おこしボランティア
 C.(出所)「nippon.com」「地方暮らし」に5割関心—内閣官房調査

メタバースに興味がある人	
D.メタバースを体験してみたい人	291人
E.メタバースの利用状況	609人
合計	900人

D.(出所)「The News Lenex」メタバースの日本での普及状況に関する調査
 E.(出所)「J-CASTニュース」話題の新ビジネス「メタバース」日本利用者「5%」にとどまる
 だが、ANA、ソニー、野村...国内企業も注目、参入&強化に意欲！

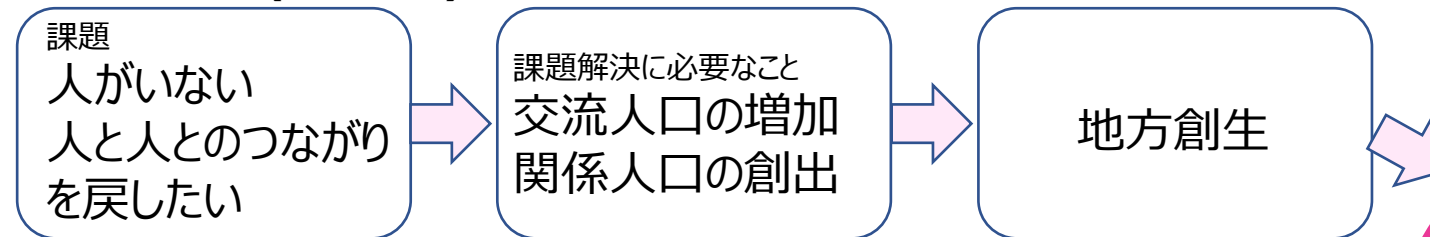
交流人口になりうる人数	
地方創生に興味がある人(A+B+C)	27,586人
メタバースに興味がある人(D+E)	900人
合計	28,486人

(出所)上記の出典より、筆者作成

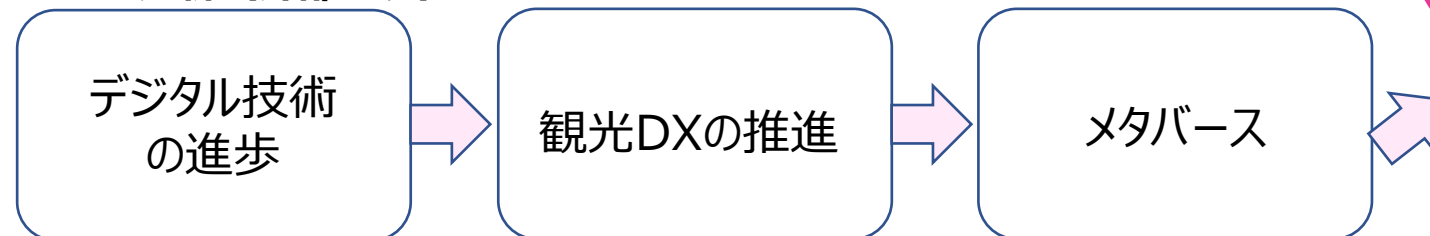
まとめ

本プランのまとめ

4地域の状況(内部環境)



PEST分析(外部環境)



Meta!! 感考旅



ご協力いただいた皆様
ありがとうございました!!