＜実践報告＞

相模原市中央区魅力発掘・創造・発信プロジェクト「わかば」実践報告
－プロジェクトの立ち上げ－

水谷　耕平[1]・「わかば」2023年度学生メンバー[*2]
[1] 青山学院大学　シビックエンゲージメントセンター
[2] 青山学院大学

Practical Report on the “Wakaba” Project（Discovery, Creation and Dissemination Project of Sagamihara City Chuo Ward’s Attractiveness）:Project Launch

MIZUTANI Kohei[1]　“Wakaba” Student Members for the 2023 Academic Year[2]
[1] Civic Engagement Center, Aoyama Gakuin University
[2] Aoyama Gakuin University

キーワード：大学と自治体の連携、地域魅力化、市民協働、ボランティア

1　はじめに

本稿は2023年度、青山学院大学（以下「本学」とする）シビックエンゲージメントセンター（以下「CEC」とする）主催の新たな市民協働プロジェクトとして発足した、「相模原市中央区魅力発掘・創造・発信プロジェクト」（愛称：「わかば」）について、その発足の背景と立ち上げ1年目の活動経緯について報告するとととともに、同プロジェクトの活動を基に、地域活性化に大学生が関わることの意義についても考察を試みるものである。

大学における地域連携・地域活性化の取り組みについての実践報告や実践報告的側面を持つ研究論文等は大宮（2005）や橋本（2010, 2012, 2014, 2015, 2021）、山田（2017）、鎗田（2005）など数多くあるが、課外活動としての地域活性化等の取り組み事例について書かれたものは少なく、あるとしても各大学ボランティアセンター等の年次報告書等に報告として簡単に記述されている程度であることが多い。そこで本稿では、実践報告として課外活動としての市民協働プロジェクトの取り組みを振り返り、考察するものである。加えて、プロジェクトの担当コーディネーターと参加学生の共著とし、実践報告の執筆自体もプロジェクトの一部に組み込んでいることが本稿の特徴である。

2　プロジェクト立ち上げの背景及び経緯

相模原市の概要については三神・水谷（2023: 39）において解説されているため、ここでは割愛するが、中央区[(1)]はその相模原市の約38％に当たる274,356人[(2)]が居住している地域である。これは中央区だけでも福島市や水戸市、青森市など他県の県庁所在地にも匹敵する人口規模であることを意味している[(3)]。

本学相模原キャンパスのCECでは、これまで「相武台団地活性化プロジェクト」、「藤野プロジェクト」という二つの市民協働プロジェクトを実施してきた。相模原市内3区のうち、前者は南区、後者は緑区をそれぞれ活動のフィールドとしているが、キャンパスが所在する中央区では市民協働プロジェクトが実施されていなかった。それは裏を返せば、中央区はそこまで大きな課題が目に見えて現れている

＊　相模原市中央区魅力発掘・創造・発信プロジェクト（愛称：わかば）の2023年度学生メンバーは次の通り：泉隼人、伊東舞波、岩本愛佳、宇治学人、江頭花華、大河原遥夏、大原亜里咲、大林慈、春日茉莉香、小泉彩乃、佐々木歩里、椎野愛実、平賀一輝、若槻真凜（五十音順）

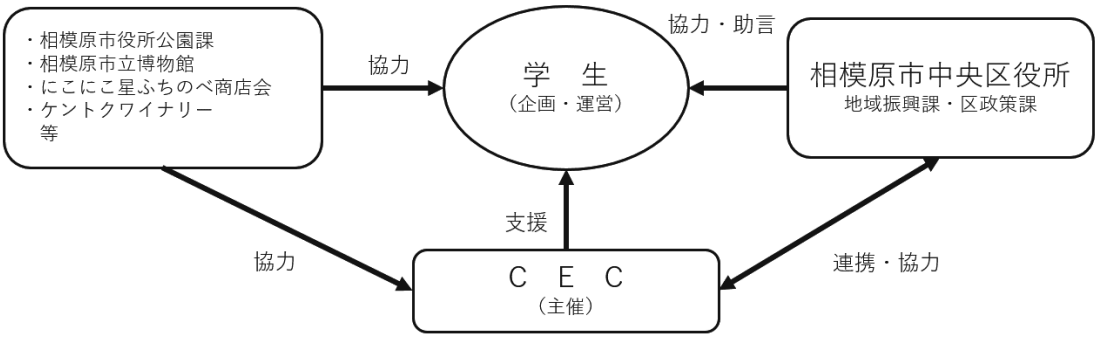
わけではなく、むしろより課題の表出している地域に優先して市民協働プロジェクトを走らせてきたということでもある。しかし、中央区においても将来的に人口減少は予測されており、なによりも本学が所在し日々学生たちが通うこの地域において、本学が地域の活性化に取り組むことで貢献する意義はあるといえる。また、旧ボランティアセンターからCECへと改変され、その業務として地域社会との連携・協働がより一層求められる中で、キャンパス周辺地域とのさらなる連携・協働の方法を模索し、地域と学生をつないでいくことはCECの重要な使命の一つでもある。同時に、中央区役所からは度々本学の学生に対してボランティア等の協力依頼を受けており、内容は様々だがその多くは中央区の魅力を学生の目線で見出し、発信してもらいたいという趣旨のものであった。

こうした背景から、学生たちが中央区の魅力を発掘し発信していく市民協働プロジェクトの構想に至った。また、学生たちが地域で活動することにより将来的に新たな魅力の創出にもつながることを期待し、プロジェクトの名称は「相模原市中央区魅力発掘・創造・発信プロジェクト」とすることが決まった。

3　プロジェクトの設計

プロジェクトの大きな目的は前述の通り、中央区の魅力を発掘し発信していくことだが、この活動を通して学生たちにどのような経験が提供できるかという点をまず検討した。既存の２プロジェクトとも差別化する必要があると考え、行政との連携、具体的にはミーティングに区職員にも加わっていただくことで、学生たちに地域の発展を担う行政の視点、また社会人としての仕事の進め方・考え方などに触れる機会を作るといったことをプロジェクトの進め方として盛り込んだ。また、運営方法については、コーディネーターがある程度枠組み作りや助言等をしつつも基本的には学生たちの自発性を重視し、学生主体で運営していくこととした（図１）。ボランティア活動としてのプロジェクトである以上、教員や区職員からの指示や指導ではなく、学生の自発性を最優先することが重要であると考えたためである。その一方で、ボランティアとしては相手方のニーズを重視することも当然重要であり、区政策課から要望のあった中央区公式Instagramへの関与については、プロジェクトの企画として組み入れることとした。

図１：プロジェクトの運営体制



（出展：筆者作成）

プロジェクトの設計としては１年間での完結型とし、基本的知識の修得、課題や魅力についてのリサーチ、事業の企画立案、実施計画の策定、広報、実施、振り返りとまとめ、成果の報告という一連の流れを参加学生が主体となって経験できる内容を目指した。

今年度、同プロジェクトには15名の学生が集まったため、15名で一つの企画を実施するのではなく、３チームに分けて活動することとなった。具体的には中央区公式Instagramの内容を検討・企画する「Instagramチーム」、中央区内を巡るツアーを検討・企画する「ツアーチーム」、その他自由に企画を検討・実施する「自由企画チーム」の三つである。

さらに、各チームに取りまとめ担当、スケジュール管理担当、記録担当、広報担当、活動報告会担当を設け、参加学生全員がいずれかのチーム、いずれかの担当に就く形とし、自らのチームや担当に責任感を持たせる形とした。第２回全体ミーティングにおいてチーム分け及び担当決めを行った結果、表１のようなメンバーの割り振りとなった。プロジェクトの各企画については基本的にチームごとに検討・企画・実施するが、例えば全体ミーティングの議事録作成は各チームの記録担当が協力して行うなど、

担当同士での連携も促す形とした。

また、プロジェクト終了時に活動報告会と実践報告の執筆を行うことで、自らの活動を振り返り、まとめ、伝える機会を設定した。そのため本稿も同プロジェクトの活動の一環として担当コーディネーターと参加学生が共同で執筆したものである。

表1：プロジェクト内のチーム・担当配置及び人数

担当＼チーム	Instagram チーム	ツアーチーム	自由企画チーム	
取りまとめ担当	1名	1名	1名	
スケジュール管理担当	1名	1名	1名	
記録担当		2名	1名	
広報担当	1名	1名	1名	
活動報告会担当	1名	1名	1名	
計	4名	6名	5名	15名

なお、自由企画チームは途中で1名辞退となったため4名（プロジェクト全体では14名）となり、その1名が担当していた広報担当はスケジュール管理担当と記録担当の学生が兼務することとなった。
（出典：筆者作成）

コーディネーターとしては、同プロジェクトを通して、参加学生が課題を発見する力、その課題を解決するための企画を考え実行する企画・計画力と実行力、そして区職員をはじめ学外の人と接する中でコミュニケーション力をそれぞれ身につけ、向上させることを期待し、上記のようなプロジェクトの設計とした。

なお、プロジェクト立ち上げの初年度となる2023年度は「プロジェクトとしての骨格を作る」ということを目標とし、学生による企画・実施・振り返り・報告の流れと中央区役所との連携という形をまずは一通り参加学生とコーディネーターで作り上げていくこととした。

4　プロジェクト全体の流れ

本節では同プロジェクトの立ち上げ1年目となる2023年度の活動について全体的な流れを概説する[(4)]。なお、各チームの具体的な活動については第5節、第6節及び第7節で述べることとする。

(1) 告知及び募集

4月12日よりCECWEBサイト及び学生ポータルでの告知を開始し、4月26日には3プロジェクト（本プロジェクト、相武台団地活性化プロジェクト、藤野プロジェクト）合同での説明会をオンラインで実施している。こうした告知期間を経て、合計で15名の学生が本プロジェクトの学生メンバーとなった。なお、本プロジェクトは単発のボランティアではなく1年間のプロジェクトであり、プロジェクトの設計上途中離脱者が多数発生することは好ましくないため、申し込みの際には「参加動機、やってみたいこと」（200文字以上）の記入を課すとともに、活動時間の確保（月1回のミーティング、チームごとのミーティングや作業等）への同意等を求めた[(5)]。学生メンバーの学部・学年の内訳は表2の通りである。参加した学生はコミュニティ人間科学部と地球社会共生学部の2学部からの学生であり、特に前者の学生が圧倒的多数を占めた。地域社会での諸活動や社会の様々な課題について学ぶ同学部の特性から、同学部の学生にとって本プロジェクトのように学部での学びを実際に地域で実践する活動は一定のニーズがあるものと思われる。この傾向は相模原キャンパスCECで実施する他の市民協働プロジェクトやボランティア企画においても同様である[(6)]。

表２：学生メンバーの内訳（学部・学年）

学年／学部	1年	2年	3年	4年	計
コミュニティ人間科学部	4名	4名	3名	2名	13名
地球社会共生学部		2名			2名
計	4名	6名	3名	2名	15名

なお、途中で１名辞退（コミュニティ人間科学部４年）となったため、最終的には全体で 14 名となっている。
（出典：筆者作成）

(2) 全体ミーティング

５月以降は概ね毎月１回の頻度でプロジェクトの全体ミーティングを行い、各チームの企画について進捗状況の報告、ディスカッション等を行った（図 2)。これらの定期的な報告に加え、プロジェクトを実施する上での前提知識やスキルの向上を目的として、中央区の概要や特徴を理解するための勉強会、メールの書き方講座なども行っている。プロジェクトの後半に差し掛かるころには社会情報学部で中央区との連携事業として卒業研究に取り組んでいる学生２名から研究成果の報告を聞く機会も設けられた。

図２：全体ミーティング

（写真：筆者撮影）

全体ミーティングには毎回区役所職員が５～６名程度参加し、学生たちの活動について助言をいただくとともに、活動内容によっては関連企業や相模原市役所内の関連部署への連携・調整を担っていただいた。

(3) 相模原市中央区を知るためのツアー

６月には中央区について知るためのツアーを実施した（図 3)。訪問･見学場所については担当コーディネーターが検討・調整し、相模原市立博物館、宇宙航空研究開発機構（JAXA）相模原キャンパス、鹿沼公園、にこにこ星ふちのべ商店会とした。これらはいずれも本学相模原キャンパスから徒歩圏内にあり、中央区の特徴的なスポットでもある。このツアーで上記の各所を訪れたことは、商店会との連携の模索や公園をテーマにしたツアーの検討、Instagram 企画での取材対象など、その後の各チームの活動にも一定の影響を与えたものと思われる。

図 3：相模原市中央区について知るためのツアー

（写真：筆者撮影）

(4) プロジェクトの愛称決定

6 月 14 日の第 3 回全体ミーティングではプロジェクトの愛称が決定された。本プロジェクトは「相模原市中央区魅力発掘・創造・発信プロジェクト」という比較的長い名称であり、より気軽に日常的に呼称できる愛称として、学生メンバーの投票により「わかば」という愛称が選ばれた。わかばのように大学生の若い力でプロジェクトを作り育てていくという思いが込められている。また、「相模原市民若葉まつり」[(7)] の会場も中央区であり、中央区を拠点とする本プロジェクトとして「わかば」は大学生と中央区両方を同時に表すことができる愛称でもある。

(5) 補助事業への申請

わかばプロジェクトを遂行し、各チームが企画案を検討している中、本学相模原事務部学生生活課より CEC に「さがみはら青少年チャレンジ応援事業」の案内が送られてきた。同事業は相模原地域のシビックプライド向上を図るために青少年の活動に対して補助金を交付する相模原市の取り組みである。申請の過程で企画書等の書類審査とプレゼンテーション審査を実施するため、担当コーディネーターとしては学生たちが同事業に申請し企画書の作成やプレゼンテーションを経験することで企画の具体化が図られると考え、学生メンバーに対し同事業への申請を提案し、学生たちが自らの活動として同事業への申請を行った。結果としては学生たちの申請は不採択に終わったが、審査の過程で各チームの企画内容が極めて具体的になっていったといえる。夏休み期間前の時期に各チームの企画内容を具体化できたという意味では同事業への申請は一定の意義があった。特に取りまとめ担当の学生をはじめ、書類審査やプレゼンテーション審査に臨んだ学生たちにとっては、企画の意義や実現性について文章やプレゼンテーションで他者に伝えるという貴重な経験の機会となったといえよう。

(6) 活動の広報

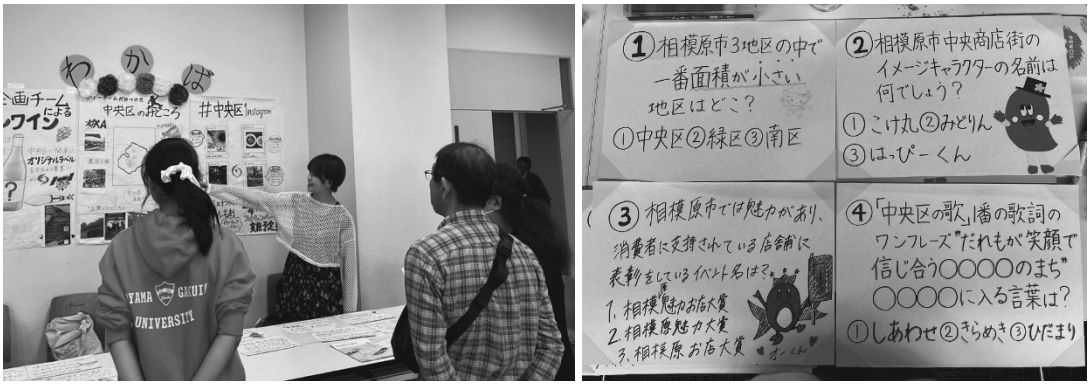
ｉ．大学祭への出展

本学相模原キャンパスにおける大学祭「第 21 回相模原祭」（2023 年 10 月 7 日（土）、8 日（日））において、「CEC 市民協働プロジェクト活動展示」と題して教室企画に出展した（図 4）。これは相模原キャンパス CEC 主催の三つの市民協働プロジェクトの合同出展として、CEC 学生スタッフが企画したものであり、本プロジェクトからは学生メンバー 5 名が準備及び当日の運営に参加した。3 プロジェクトがいずれも相模原市内で活動しているということもあり、この教室企画では各プロジェクトの活動地域の紹介や関連する商品の販売、ワークショップの実施等を行い、2 日間で約 300 名の来場者があった。わかばプロジェクトでは活動の展示に加え、中央区に関するクイズを企画・実施し、このクイズ企画には 2 日間で述べ 130 名が参加し、中央区をはじめ相模原市内各所の魅力を多くの来場者に発信することができた。また、クイズを作成する過程でメンバー自身が中央区についての知識を深め、魅力を知ることができたようである。さらに、相模原の他地域で活動する他の 2 プロジェクトのメンバーと準備や当日の運営を通して交流することで、緑区や南区の様子を知り、自然と中央区との比較や中央区の特徴に目を向ける機会となったといえる。

ⅱ．学生新聞からの取材

10 月 18 日、『青山学院大学新聞』から取材を受け、学生メンバーのうち広報担当の学生４名とコーディネーター１名、区職員２名が記者からのインタビューに対応した。プロジェクト発足の経緯や中央区の魅力、現在の活動などについて話をし、11 月発行号に記事として掲載されている（青山学院大学新聞 2023）。

図４：「相模原祭」への教室企画出展



（写真：筆者撮影）

ⅲ．市広報紙への企画参加

相模原市が発行する広報紙『広報さがみはら』では中央区版ページの特別企画として毎年本学の学生が取材及び記事の作成に参加している。2021 年度は相模原市立博物館の紹介記事（相模原市中央区役所区政策課 2022）、2022 年度は地元のラグビーチーム、三菱重工相模原ダイナボアーズの紹介記事（相模原市中央区役所区政策課 2023）に本学の学生がそれぞれ参加してきたが、2023 年度の同企画にはわかばプロジェクト広報担当の学生が参加し、各チームの活動を紹介する記事を作成している（相模原市中央区役所区政策課 2024）。

ⅳ．コミュニティ放送への出演

相模原市中央区に本社・送信所を置くコミュニティ放送、エフエムさがみのラジオ番組『大好き！中央区』に学生メンバーのうち３名（各チームから１名）がゲストとして出演し、活動を通して知り得た中央区の魅力などを語った[(8)]（図５）。

図５：コミュニティ放送への出演

（写真：筆者撮影）

相模原祭への出展は、学内外からの来場者に対して学生メンバーが直接中央区の魅力を発信する場となった。一方、『青山学院大学新聞』からの取材及び『広報さがみはら』、エフエムさがみ『大好き！中央区』への企画参加・出演は、直接中央区の魅力を発信するというよりも本プロジェクトの活動を紹介するものではあるが、これらを通して間接的に中央区の魅力を学内外、そして地域に発信することができ、その意味で本プロジェクトにおける「発信」の機能を担う活動であったといえるだろう[(9)]。

(7) 活動の振り返り及び報告

プロジェクトの設計段階から、担当コーディネーターは学生メンバーが自らの活動を振り返る場を設けることが重要であると考えていたため、活動を言葉にして振り返り他者に説明する機会として活動報告会を、そして文章で自らの活動を整理し、その意義を他者に説明する機会としてCEC紀要『シビックエンゲージメント研究』への実践報告の執筆・投稿を設定した。学生向けのボランティア企画では、振り返りの会や報告会を実施するケースは見られるが、参加者が論文として査読付きの紀要に文章を投稿することを設計に含んでいる例は多くない。しかし、本プロジェクトでは一年間の活動を振り返り、文章として論理的に自らの活動の意義を説明し、形にすることが重要であると考え、プロジェクトの一部としてCEC紀要への投稿を組み込んだ。

報告会については、11月15日に中間報告会を実施し、各チームが企画の背景や目的、その時点までの活動状況と今後の計画などを発表した。そして3月13日には、最終の振り返り及び活動成果の報告の場として活動報告会を行った。これら報告会には中央区役所の地域振興課・区政策課各課長も参加し、学生たちの発表に対して助言と激励をいただいた。

5　Instagramチームの活動について

(1) 企画の内容及び背景と目的

Instagramチームの活動全体は資料2に示しているが、主に中央区公式Instagramでの継続的な投稿とフォトキャンペーンという二つの企画を実施した。前者は、週に一度中央区公式Instagramにて、「中央区さんぽ」と題し、チームメンバー4名が区内で撮影した写真とそのコメントを投稿するというものである。後者は、参加者に区内で撮影した写真をInstagramにて、「＃中央区冬のキラキラ」をつけて投稿してもらうというものであり、投稿者には抽選で中央区オリジナルグッズをプレゼントした。

これらの企画に至った背景には、中央区にある多くの魅力に気づいていない人が多いのではないかというメンバーの意識があった。本学の学生の中には、中央区を「大学がある地域」としか見ていない者も少なくなく、「中央区には何もない」という意見を友人の学生から耳にしたというメンバーもいた。またInstagramは、視覚的にアピールでき、区外の人々など地域を超えて中央区の隠れた魅力を発信できると考え、今回の企画を検討するに至った。そこで、継続的な投稿により、地域や学生を含む若者への中央区の魅力を浸透させ、フォトキャンペーンにより、地域から区内外への魅力が発信されることを目的とした。

(2) 成果と考察

ⅰ．フォトキャンペーンの成果及び考察

フォトキャンペーンの期間は12月4日から1月15日とし、この期間中、前述の条件を満たした投稿は25アカウントから延べ36件であった（協力団体としての投稿である相模原市立博物館及び中央区アカウントからの投稿を除く）。各投稿日や撮影場所は表3の通りだが、季節柄、イルミネーションや神社・チャペル等の写真が多く投稿され、年始に中央区各所で実施されていた「謹賀新年×中央区花手水」に関連する写真も多く含まれていた。

同企画は表4に示した各種方法によって告知を行った。若い世代をターゲットにした企画であったが、投稿者のアカウントを見ると学生等と思われるものは少なかった。学内へのポスター掲示等だけでは若者へのアプローチとして不足しており、より直接的に若者に届く告知が必要であったといえる。また、「中央区のキラキラな瞬間」という抽象的なテーマ設定であったが、投稿数を増やすためには、より対象者を絞ることも有効な手段の一つと考えられる。今回の投稿者の過去の投稿を見ると、ブログのように日常的に趣味や行ったことを投稿している者も多く、テーマをより具体的に示すことで、ブログ的投稿層に訴求することができるのではないだろうか。

表 3：フォトキャンペーン期間中の投稿概要

	投稿日	撮影場所等	備考
	11月25日		期間外
	11月27日	さがみはランタン	期間外
1	12月4日		一般社団法人
2	12月6日	横山公園	
3	12月6日		
4	12月11日	氷川神社	
5	12月11日	氷川神社	
6	12月11日		市社協
7	12月12日	区内紅葉	
8	12月15日	氷川神社	
9	12月16日	淵野辺イルミネーション	
10	12月18日		
11	12月18日	上溝さくら公園イルミネーション	
12	12月23日	にこ星商店街イルミネーション	
13	12月23日	区内公園	
14	12月31日	花手水	
15	12月31日	亀ヶ池八幡宮　花手水	
16	1月1日	亀ヶ池八幡宮	
17	1月2日	亀ヶ池八幡宮　花手水	
18	1月2日	亀ヶ池八幡宮	
19	1月3日	亀ヶ池八幡宮　花手水	
20	1月3日	亀ヶ池八幡宮　花手水	
21	1月4日		
22	1月4日	氷川神社	
23	1月4日		
24	1月4日	青山学院大学内チャペル	
25	1月5日	横山公園	
26	1月6日	淵野辺　相模原	
27	1月6日	花手水	
28	1月7日	相模原駅イルミネーション	
29	1月7日	亀ヶ池八幡宮　花手水	
30	1月8日	相模原駅イルミネーション	
31	1月8日	亀ヶ池八幡宮　花手水	
32	1月9日	亀ヶ池八幡宮　花手水	
33	1月10日	上溝	
34	1月13日	青山学院大学	
35	1月15日	亀ヶ池八幡宮	
36	1月15日	氷川神社　花手水	
	1 月 16 日	上溝さくら公園	期間外
	日付不明	亀ヶ池八幡宮	リール動画
	日付不明		リール動画

		フォロワー数
12 月 4 日	開始日	2,479
1 月 15 日	終了日	2,786
	期間中増加数	
		307
	※うち、別イベントでの増加	
		229
	実質増加数	
		78

※ 1/6,7 に別イベント「わんわんマルシェ」が区内で開催されており、ここでは中央区公式 Instagram をフォローすることでプレゼントがもらえる企画が実施されていた。そのため、この 2 日間における増加は「わんわんマルシェ」によるものと推察される。

期間内の投稿数 36 件、投稿者数 25 アカウント（市立博物館、中央区公式アカウントによる投稿を除く）
（出典：中央区提供データを基に筆者作成）

表 4：相模原市中央区フォトキャンペーン告知方法

	告知方法	媒体	
1	広報さがみはら「ちゅうおう区版」12 月 15 日号	紙	
2	花手水設置場所での PR ポップ設置	紙	
3	中央区インフォメーションコーナーでのポスター掲出	紙	
4	中央区内公共施設へのポスター掲出	紙	
5	淵野辺駅・南橋本駅自由通路でのポスター掲出	紙	
6	にこにこ星ふちのべ商店会へのポスター掲出依頼	紙	★
7	青山学院大学内でのポスター掲出	紙	★
8	わかばの取材先へのポスター掲出	紙	★
9	PR TIMES	電子	
10	相模原市立図書館公式 X	電子	
11	相模原市立博物館キャラクター「さがぽん」の X	電子	
12	相模原市立図書館 Facebook	電子	
13	中央区役所デジタルサイネージ※	電子	
14	淵野辺駅デジタルサイネージ	電子	
15	中央区役所 WEB サイト	電子	
16	中央区役所 Instagram	電子	
17	中央区役所 Facebook	電子	
18	青山学院大学関連 SNS での周知	電子	★

※区役所及び大野北・田名・上溝の各まちづくりセンター内
★＝ Instagram チームが実施したもの。
それ以外の項目は区役所にご協力いただき、対応いただいたもの
（出典：中央区提供データを基に筆者作成）

ⅱ．継続的な投稿の成果及び考察

継続的な投稿「中央区さんぽ」については、2023 年 8 月 14 日から 2024 年 2 月 13 日まで概ね週 1 回の頻度で合計 27 回行った（表 5）。

この継続投稿について、本チームでは投稿に対する「いいね」数が 200 を超えること、またフォトキャンペーンも含め企画実施期間内に中央区公式 Instagram のフォロワー数が 200 以上増加することを目標として設定した。「いいね」数の平均は 145.9 であり、平均では達成できていないが、投稿中 1 件（1 月 15 日：貝ガラ屋、214 いいね）が目標を超えるいいね数となった。フォロワー数については期間中の別イベント「わんわんマルシェ」による増加を除いた実質増加数は 233 であり、目標値を達成することができた。

投稿のジャンル別に見ると、1 月に 2 件投稿した神社の投稿は時期的な要因もあり反応が大きかったが、期間全体を通して平均的に良い反応を得られたのはグルメ関係の投稿であった（図 6、図 7）。インプレッション数は平均で 2,000 を超えており、平均いいね数も 160.7 と、全体的に高い。近年若い世代を中心にラーメン店巡りが流行しており、Instagram にも多くのラーメンの写真が投稿されているが、今回の継続的な投稿の中で最も多くのいいね数を集めた投稿がラーメン店「貝ガラ屋」の写真であることも、そうした若い世代の傾向を反映している可能性がある。加えて、アンドリュースや貝ガラ屋など、有名店を取り上げた投稿は反応も大きく、影響力の大きい飲食店を取り上げた投稿が Instagram ユーザーの注目を集めることが実証されたといえる。

表 5：継続的な投稿「中央区さんぽ」の概要

	テーマ	ジャンル	投稿日	いいね数	コメント数	保存数	インプ数※	リーチ数	内訳（ﾌｫﾛﾜｰ / ﾌｫﾛﾜｰ外）
1	博物館	博物館	8 月 14 日	120	0	2	1,733	1,242	1,022 / 220
2	花（横山公園）	花	8 月 21 日	129	0	1	1,520	1,033	785 / 248
3	公園（鹿沼公園）	公園	8 月 28 日	140	1	2	1,730	1,242	1,003 / 239
4	グルメ（カフェ・アンドリュース）	グルメ	9 月 4 日	192	1	20	2,445	1,791	1,248 / 543
5	花（鹿沼公園）	花	9 月 12 日	118	0	2	1,601	1,194	790 / 404
6	花（横山公園）	花	9 月 19 日	114	1	1	1,462	1,029	789 / 240
7	公園（鹿沼公園）	公園	9 月 25 日	119	1	2	1,723	1,251	988 / 263
8	博物館（レトロ編）	博物館	10 月 2 日	106	0	3	1,555	1,013	762 / 251
9	グルメ（宝来堂伊藤製菓舗）	グルメ	10 月 10 日	142	0	4	1,986	1,351	1,132 / 219
10	グルメ（ソラ珈琲＆食堂ヒュッテ）	グルメ	10 月 16 日	165	0	11	2,482	1,664	1,198 / 466
11	公園（淵野辺公園）	公園	10 月 24 日	109	0	0	1,752	1,100	885 / 215
12	グルメ（カフェ・トガシ）	グルメ	10 月 29 日	159	0	7	2,179	1,610	1,102 / 508
13	青山学院大学相模原キャンパス	青山学院大学	11 月 5 日	96	1	2	1,533	1,152	928 / 224
14	花（上溝さくら公園）	花	11 月 13 日	114	1	1	1,277	983	794 / 189
15	グルメ（クレープミン）	グルメ	11 月 19 日	177	2	16	2,460	1,920	1,335 / 585
16	グルメ（イモンチ）	グルメ	11 月 27 日	152	0	7	1,773	1,307	1,057 / 250
17	グルメ（焼きそばかみ家）	グルメ	12 月 4 日	180	1	6	2,065	1,474	1,286 / 188
18	グルメ（Pain de LUNARA）	グルメ	12 月 11 日	129	0	7	1,932	1,456	1,017 / 439
19	公園（横山公園）	公園	12 月 18 日	119	0	0	1,527	1,085	888 / 197
20	グルメ（カミミゾコーヒー）	グルメ	12 月 25 日	154	0	9	2,242	1,652	1,317 / 335
21	氷川神社	神社	1 月 4 日	193	0	3	2,128	1,628	1,305 / 323
22	青山学院大学＆淵野辺駅	青山学院大学	1 月 10 日	158	0	2	1,972	1,470	1,254 / 216
23	グルメ（貝ガラ屋）	グルメ	1 月 15 日	214	1	8	2,455	1,870	1,451 / 419
24	亀ヶ池八幡宮	神社	1 月 22 日	183	0	3	1,912	1,470	1,265 / 205
25	グルメ（ユトピーデュパン）	グルメ	1 月 29 日	151	2	15	2,333	1,825	1,414 / 411
26	グルメ（古本屋カフェサニーデイリング）	グルメ	2 月 4 日	113	0	12	1,781	1,400	1,065 / 335
27	最終回		2 月 13 日	193	3	9	1,908	1,514	1,381 / 133
	総計			3,939	15	155	51,466	37,726	

投稿開始時のフォロワー数	2,364
2024.2.25 時点のフォロワー数	2,826
期間中増加数	462
うち「わんわんマルシェ」での増加分	229
実質増加数	233

※インプ数＝インプレッション数
投稿が表示された回数（延べ数）
（同じアカウントが複数回見た場合、見た回数分計上）

リーチ数
投稿を見たアカウントの数（実数）
（同じアカウントが複数回見ても 1 としてカウント）

各投稿に対する反応の各データは 2023 年 2 月 25 日時点のもの。
（出典：中央区提供データを基に筆者作成）

図 6：ジャンル別平均インプレッション数

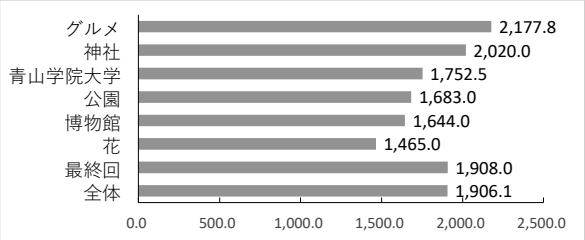
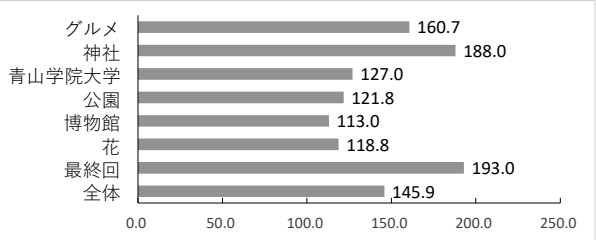


図 7：ジャンル別平均いいね数



平均値は小数第二位を四捨五入している。
（出典：中央区提供データを基に筆者作成）

6　ツアーチームの活動について

(1) 企画した背景・目的

わかばプロジェクトは本学の学生に中央区の魅力を感じてもらい、中央区に対して愛着を持たせ、関係人口を増やすことをその目的の一つとしている。本チームではこの目的に照らして最も効果的な活動はツアーの開催であると考えた。また、ツアーを開催するにあたり中央区の特徴・魅力は「自然」であるとの意見がメンバーから出された。そこでツアーの条件として、①「自然」に焦点を当て、中央区内の施設や公園等のスポットを巡るツアーとすること、②ツアー対象者が本学の学生であることから、普段学生たちが訪れないような場所を本学の学生の視点で深掘りできる場所であること、そして③徒歩で参加できるエリアであることとして検討を行った。以上三点を考慮した結果、「上溝駅周辺」をツアーの舞台として設定することとした。

ツアーの目的としては、ツアーに参加することで普段、大学と家を行き来しているだけの学生にも、中央区の魅力を感じてもらい、「大学がある」というだけの中央区のイメージを変え、また地域の魅力に直接触れることで地域に対する愛着をもってもらうこととした。加えて、参加した学生同士が交流することや、参加後に参加者が他の人に感想を伝えることで関係人口が増加することも企図した。

(2) 企画・実施した内容

ツアーチームの１年間の活動の概要は資料３に示した通りだが、活動は 2023 年６月から本格的に開始し、ツアーの目的、対象者、訪問候補地の選定とルートの検討を進めた。７月時点では、アクアリウム相模原、道保川公園などをバスで回るルートを検討していたが、さがみはら青少年チャレンジ応援事業の不採択を受け、徒歩で回るルートに変更した。その後は大学祭でのビラ配りや、大学内における看板の設置、学生ポータルでの配信などを通し、ツアーの周知と参加者の確保を進めた。

そして､11 月 18 日に「魅力発掘！相模原市中央区ツアー」を実施した（図８)。以下ルートを記述する。上溝駅に集合し、出欠確認、自己紹介を行った後、当日の流れの説明を行った。その後、亀ヶ池八幡宮･ゴールド神社に向かい、境内を散策した。最初は緊張していた参加者も、少しずつ打ち解け、参加者同士の交流を楽しんでおり、特に留学生が七福神に興味を持ち、日本文化を楽しんでいる様子が印象的であった。続いて、上溝商店街に向かい、昼食やお土産購入などの自由時間とした。昼食後は横山公園に向かい、相模原市役所公園課職員の方々に横山公園の案内をしていただいた。そして最後に、さがみはらグリーンプールを見学し、施設職員の方の案内の下、飛び込み台にも登らせていただいた。参加者たちは怖がりながらも貴重な体験を楽しんでいる様子であった。そして上溝駅に向かい、メンバーの代表が総括を行い、解散となった。

図 8：「魅力発掘！相模原市中央区ツアー」

上段左：ツアー募集のポスター
上段中：亀ヶ池八幡宮散策の様子
上段右：横山公園内グリーンプール見学の様子
下段：亀ヶ池八幡宮での集合写真
（写真：筆者撮影）

(3) 実施結果の考察と今後の課題

最後にツアー終了後に実施した参加者アンケートから成果を分析する。アンケートは参加者のうちチームメンバーを除いた 12 名中 6 名から回答を得た。

満足度を聞く項目では回答者全員が「非常に満足」もしくは「満足」と回答していることから、多くの参加者に満足していただくことができたと考えられる。また、自由記述欄の回答では、普段行くことがない地域に行くことで新しい施設や飲食店を知ることができたという回答が多く、中央区の魅力を発掘し、本学の学生に向けて発信するというツアーの目的は達成されたといえる。スポーツ施設を含め、整備された公園が多いことや、横山公園内のグリーンプールをはじめ運動をするための場所が多いことなどから、健康的な暮らしを送ることができるという点も中央区の魅力として挙げられた。

今後は今回の反省や参加者からの指摘をもとに次のツアーに向けた検討を行う予定であるが、参加者数やコースに合わせて時間やルートを調整する必要がある。今後のツアーの対象者としては、本学の新入生や相模原市民が候補として挙げられており、また場所に関しては今回の参加者アンケートから需要が高いと思われるエリアを検討している。

7　自由企画チームの活動について

(1) 企画・実施した内容

自由企画チームの 1 年間の活動の概要は資料 4 に示した通りだが、本チームでは、中央区地域振興課、ケントクワイナリーと連携し「さがみわいん」のラベルデザインと PR・販売企画を実施した。「さがみわいん」とは、2021 年に相模原市が認定された「ワイン特区」制度を活用し、市内でブドウの栽培か

らワインの醸造まで一貫して行うケントクワイナリーの自社醸造ワイン（「相模原ワイン」）である。チームでは 2023 年 6 月からミーティングを開始し、7 月末にケントクワイナリーにて同ワイナリーの代表との顔合わせを行った。その後、デザインの募集に係る調整等を行い、9 月～ 10 月に本学の学生からデザインを公募した。応募があった 7 件の中から選考を行い、区職員を通じワイナリーに文字入れ・印刷を依頼しラベルを作成した。 10 月、11 月にはワイン造りの作業を体験し、12 月にはワイナリー代表へのインタビューを実施した。ボトルにはラベルの他、動画視聴用の QR コードを付けることとし、メンバーが作業体験やインタビューを通して感じ得た「さがみわいん」の魅力や今回の企画内容についてまとめた動画を作成した。完成したボトルワインは、市内で 100 本の限定販売となった。

(2) 企画した背景・目的

第２回全体ミーティング時に区職員からケントクワイナリーの製造するワインについての案内があり、意外性と現在の認知度を踏まえ魅力発掘、創造、発信につながるのではないかと考えた。また、ラベルのデザインを本学の学生から募集することで中央区にキャンパスを持つ本学との協同企画であることを強調しつつ、本学の学生への認知拡大も企図した。中央区で生産された商品の紹介を通して区内の魅力を発信すること、本学の学生と中央区の関係性を深めることを目的とし活動してきた。

(3) 企画の成果と今後の課題

デザイン募集からブドウの収穫、瓶詰めやラベル貼りなど、一つのワインを作り上げるまでの多くの工程に携わったり、ケントクワイナリーの紹介や相模原ワインの魅力を発信する動画を作成したりした。これらの活動が相模原ワインと本学の学生の架け橋となり、大学のある相模原市中央区の魅力を発掘・創造・発信することができた。

これらの企画の実現を可能にしたのは、ケントクワイナリー代表や区職員の方々など、ワインや中央区に関するプロフェッショナルの方々の存在であり、そうした方々のご支援が企画の実現性や具体性を高めるカギとなった。このように、漠然とした学生たちの「やりたいこと」が地域社会にとって意味のある「やるべきこと」に変わっていったと考えられる。

企画内容が自由であったため、様々な企画案を出し実行してみたものの、手一杯になってしまい、本来のワイン企画に取り掛かるのが遅れてしまった。しかし、当初検討した中央区のマップ作成のために区内を視察したり、にこにこ星ふちのべ商店会会長のお話を伺ったりしたことなどを通して、チームで試行錯誤することの大切さを学び、中央区の魅力をより深く知ることで、ワインラベル企画を通して中央区の魅力を発信させることができると気づいたため、様々なことに挑戦し、行動することの大切さを学ぶことができた。ワイン企画では、やるべきことが多すぎてスケジュールがハードになってしまい、楽しんで発信させていくという本来の目的を忘れてしまった。そのため、後先まで考えて区職員の方々やワイナリー代表と余裕を持った日程調整などを行うべきであった。また、ワイナリー代表とは、ワイン造り体験の参加やインタビューなどでお会いした程度であったため、企画や発信についてもう少し深く議論する余地があったといえる。最後に、中央区の魅力は未だ多岐にわたり、その魅力を発信していくことが、地域貢献に繋がると考える。そのため、自由企画で知られざる中央区の魅力を発掘し、発信していくことを今後の課題としたい。

8　プロジェクト１年目としての成果

以上、本稿ではわかばプロジェクト設立の経緯と背景、立ち上げ１年目の活動について概説してきたが、中央区を拠点とした新たなプロジェクトを立ち上げ、活動を通してその骨格を作り上げるという初年度の目標は概ね達成できたといえる。特に学生たちが自治体職員と定期的に接触し助言と支援を受ける機会は、これまでの CEC の市民協働プロジェクトにはなかったものであり、参加した学生たちにとっては、良き社会人のロールモデルとして、区職員の方々の姿から学ぶものが多かったといえる。また、各チームとも参考にすべき前例がない中でそれぞれ企画を立案し実施できたことは、２年目以降の活動では味わうことのできない、初年度ならでは経験であった。ゼロから１を生みだす最も困難な部分を経験できたといえよう。

今回、プロジェクトの枠組みについてある程度の設計は担当コーディネーターが用意したが、具体的な活動内容や進め方等は基本的に学生たちに委ねられていた。細かくルールを決めたり、進め方を逐

一指示したりするなど、コーディネーター等が主導的な役回りをしてしまうことで、ボランティア活動の最も重要な概念である「自発性」が損なわれ、学生たちが受け身になってしまうことを避けようとしたためである。本プロジェクトは正課外のボランティア活動であり、学生が教員や社会人から指示を受けて動くだけになってしまってはボランティアプログラムとは呼べなくなってしまうだろう。担当コーディネーターとしてはそのような中でどの程度介入していくかという点に難しさを感じたが、それはまた単発のボランティア活動や日々の学生相談対応とも異なる市民協働プロジェクトならではの難しさでもあったといえる。そのような中で、学生たちが自らの力で企画を考え、限られた時間や資源の中でその企画を実施まで持ち込めたことは、プロジェクト１年目としては十分な成果であったといえよう。

9　今後の課題

一方、初年度の取り組みから課題も見えてきた。一つはプロジェクト全体としての一体感醸成の不足である。学生メンバーが15名と比較的多く、プロジェクト内を３チームに分けたこともその一因としては考えられる。各チームの取りまとめ担当とコーディネーターとの定期的な打ち合わせの場を設け、少なくとも取りまとめ担当同士が定期的に交流・情報交換できるような機会を作ろうと試みたが、学生の授業履修やアルバイト等スケジュールの関係上、予定を合わせることが適わず、取りまとめ担当とコーディネーターによる定期的な打ち合わせの場は実現しなかった。２年目以降は各チーム間の交流を促す方策も検討していきたい。

また、同プロジェクトにおいては企画を立案する過程である程度深い調査をすることをコーディネーターとしては期待していたが、想定していたような「調査」の側面は初年度においては限定的であった。調査に時間を費やすことができないという点は、正課の授業とは異なる課外活動としてのボランティア活動の限界といえるかもしれない。この点については単年度での深い調査を期待するのではなく、複数年度をかけて蓄積し継承していくことで少しずつ中央区に対する学生たちの調査が深まっていくことを期待したい。

10　おわりに

本プロジェクトはいわゆる大学生による地域活性化の活動に属するが、地域活性化に取り組む際にその参加者が大学生であることの一つのメリットは「その地域を通過していく者」としての存在ではないだろうか。小中学生等と異なり、大学生の場合、その地域の出身者ではないことが多い。すなわち、多くが進学と同時にその地域に通学もしくは居住するようになり、そして卒業・就職とともに去っていく存在である。地域の視点からすると、若者が短期間しか当該の地域に関わらないことは物足りなさもあるかもしれないが、一方で常に新たな外からの視点がフレッシュに供給され続けるというメリットもあるといえよう。その地域に生まれ育ち、もしくは長年暮らしてきた人々が感じる地域の魅力が重要であることは言うまでもないが、地域外から来た者たちの新たな視点でその地域の魅力を見つけていくということもまた重要である。地域の住民や団体・行政等から学生の地域活性化系ボランティア活動に期待されることとして「学生の目線」や「若い人の感性」などの言葉が並ぶことも多いが、一口に「学生の目線」や「若い人の感性」といえど、毎年入学してくる学生は多様であり、また時代と共に変化もしていく。そうした多様で変化する学生を常に地域社会に供給できることは大学が地域に関わることのメリットの一つである。

また、学生たちが卒業後、就職等に伴い他地域へと流出してしまうことは、必ずしもネガティブな側面ばかりではない。その地域に魅力や良い思い出を感じていれば、他の地域に移り住んでもかつて大学時代に関わった地域に対して引き続き良いイメージを持つだろう。それは地域の外にその地域の魅力を知っている者たちが拡散されていくということも意味している。

大学という存在はこのように毎年、地域の外で生まれ育った者たちを地域に送り込み、そして地域の外に輩出していくポンプのような役割を果たしている。そしてそこに通う学生たちは「地域を通過していく者」として、継続的に地域に貢献できるのではないだろうか。わかばプロジェクト初年度の活動を終えて、同プロジェクトにもそのような大学の持つ地域人材ポンプ機能とでも呼べるような機能の一部を担い得る可能性が感じられた。

また学生生活という視点から見ると、こうした大学周辺地域での活動は、学生にとって日常と非日常を交差させるものとなる。普段、主にキャンパスの中で多くの時間を過ごしている学生たちにとって、

地域に出ていき、その地域の魅力を発掘し、発信していくという作業はある意味普段の学生生活とは異なる非日常的な活動である。普段のキャンパスライフだけでは得られない経験や接することの無かった人々との交流を生みだしている。その一方で、キャンパス周辺地域は学生たちにとって本来的には日常の空間である。たとえ大学の最寄り駅とキャンパスの間の往復に終始してしまっているとしても、その間に目にする景色、耳にする音、触れる空気はまさに大学周辺地域のそれである。キャンパス近くで一人暮らしをしている学生であればなおさらそうであろう。そうした日常の風景に対して、これまでアプローチしてこなかった角度から接する非日常的な活動を経験することで、その地域に対して愛着を持ったり、大学生活の一つの思い出として残ったりする可能性がある。そうした経験が卒業後に地域を離れても、その地域の魅力を何かの機会に周囲の人に語るような、潜在的な地域のサポーターの創出につながるのではないだろうか。本プロジェクトがその愛称の通り「わかば」のように芽吹き、成長していくことを願うとともに、参加した学生たちの心にも「わかば」のように新たな何かが芽吹き、大きな葉へと成長していくことを期待したい。

謝辞

本プロジェクトの実施にあたり、相模原市中央区役所の地域振興課・区政策課の皆様に多大なご支援を賜りました。区役所の皆様のお力添えなしには本プロジェクトの各企画は成し得なかったものばかりです。さらに、相模原市役所公園課、相模原市立博物館、国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構（JAXA）相模原キャンパス、にこにこ星ふちのべ商店会、上溝商店街復興組合、亀ヶ池八幡宮、ケントクワイナリー、そしてInstagram企画「中央区さんぽ」の取材でお邪魔した数々の飲食店・商店の皆様には、プロジェクト内の各企画においてご協力をいただきました。この場をお借りして心よりお礼申し上げます。

注

(1) 以下、「中央区」という語は相模原市中央区を指して用いる。

(2) 相模原市全体の推計人口は724,774人（中央区・相模原市全体いずれも推計人口。2024年1月1日現在（相模原市 2024a））。

(3) 福島県福島市：274,269人（2024年2月1日現在（福島市 2024））。茨城県水戸市：267,862人（2024年2月1日現在（水戸市 2024））。青森県青森市：263,753人（2024年1月1日現在（青森県 2024））。なお、いずれも住民基本台帳人口ではなく、より居住実態に近い推計人口を参照している。

(4) プロジェクト全体としての活動の流れは本稿末に資料1として示している。各チームの活動の流れについても同様である。

(5) その他、ミーティング時の自発的・積極的な参加への依頼、活動中に知り得たメンバーや関係者の個人情報の取り扱いについての依頼、紀要やCEC広報媒体等への活動写真の掲載等についての同意依頼等についても確認している。

(6) なお、相模原キャンパスCECの学生スタッフも、2022年度（3名）、2023年度（4名）ともに全員コミュニティ人間科学部の学生である。

(7) 相模原市民まつりは「相模原市民桜まつり」「相模原市民若葉まつり」という名称で実施されており、通常の年は4月に「桜まつり」として開催されるが、「統一地方選挙が行われる年（4年に1度）は、5月に『相模原市民若葉まつり』として開催」されている（相模原市民まつり実行委員会 2023）。なお、本プロジェクトが始動した2023年は「若葉まつり」として実施されていた。

(8) 2024年2月15日に収録し、3月7日に本放送、3月13日・17日・23日にもそれぞれ再放送されている。

(9) ここではプロジェクト全体における広報活動のみを取り上げたが、Instagramチームにおける中央区公式Instagramとの連携企画、ツアーチームの本学学生向けツアー、自由企画チームのワインラベルデザイン公募等、後述の各チームの企画及びそのための告知活動もそれ自体が中央区の魅力を直接・間接的に発信する活動であり、またプロジェクトの活動を広報していく役割も担っていたといえる。また、プロジェクト各チームの活動について学生との連携事例として相模原市のプレスリリース（相模原市 2023, 2024b, 2024c）や、神奈川県・

東京多摩地域の情報紙『タウンニュース』（さがみはら中央区版）（タウンニュース社 2024）でも取り上げられている。

引用・参考文献

青森県 ,「青森県の推計人口 - 月報 -2024 年（令和 6 年）」（ページ更新日：2024.2.5）, 2024,
（https://opendata.pref.aomori.lg.jp/dataset/2083.html, 2024.2.18 アクセス）

青山学院大学新聞,「わかばのようにのびのびと―相模原市中央区魅力発掘･創造･発信プロジェクト『わかば』」,『青山学院大学新聞』（372）（2023 年 11 月 30 日発行）: 2, 2023.

大宮登 ,「大学と地域貢献の促進―地域づくりへの学生参加教育プロジェクトを中心に」『大学と学生』（18）: 14-21, 2005.

相模原市,「【相模原市中央区】地域の魅力発見を目指して、区内大学生とのコラボレーションを推進中！―学生提案によるフォトキャンペーン『冬のキラキラ』を新たに開催。どなたでも応募できます！」（記事公開日：2023.12.14）, 2023,
（https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000293.000072959.html, 2024.1.6 アクセス）

相模原市,「区別・年齢別人口（各年 1 月 1 日現在）」（ページ更新日：2024.3.15）, 2024a,
（https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/shisei/1026709/toukei/1010325/jinko/nenrei/index.html, 2024.5.20 アクセス）

相模原市 ,「青山学院大学×ケントクワイナリー×中央区役所　コラボ企画―限定 100 本！オリジナルラベルの相模原ワインを制作！」（2024.2.19 相模原市発表資料）, 2024b,
（https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/030/004/0219/04.pdf, 2024.2.20 アクセス）

相模原市 ,「【相模原市中央区】　大学生が企画した初のオリジナルラベル相模原ワイン　限定 100 本でいよいよリリースです！」（記事公開日：2024.2.20）, 2024c,
（https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000316.000072959.html, 2024.2.20 アクセス）

相模原市中央区役所区政策課,「青学生が＃博物館巡り」『広報さがみはら』1477（2022.3.15 発行）: 10, 2022.

相模原市中央区役所区政策課,「青学サッカー部がダイナボアーズの素顔に迫ってみた！」『広報さがみはら』1497（2023.1.15 発行）: 10, 2023.

相模原市中央区役所区政策課,「青学生の中央区魅力発掘・発信大作戦」『広報さがみはら』1523（2024.2.15 発行）: 10, 2024.

相模原市民まつり実行委員会,「概要」, 2023,
（https://sagamihara-shimin-maturi.com/overview/, 2023.12.12 アクセス）

タウンニュース社 ,「『キラキラ』写真募集―中央区と青学学生がコラボ」（記事公開日：2024.1.4）, 2024,
（https://www.townnews.co.jp/0301/2024/01/04/713889.html, 2024.1.6 アクセス）

橋本佳恵 ,「“泉州 RUSH”プロジェクト報告―大阪観光大学学生による地元地域活性化に向けた取り組み」『大阪観光大学紀要』（10）: 267-78, 2010.

橋本佳恵 ,「“泉州 RUSH”プロジェクト報告・Ⅱ―大阪観光大学学生による地元地域活性化に向けた取り組み」『大阪観光大学紀要』（12）: 99-111, 2012.

橋本佳恵 ,「“泉州 RUSH”プロジェクト報告・Ⅲ―大阪観光大学学生による地元地域活性化に向けた取り組み」『大阪観光大学紀要』（14）: 101-9, 2014.

橋本佳恵 ,「“泉州 RUSH”プロジェクト報告・Ⅳ―大阪観光大学学生による地元地域活性化に向けた取り組み」『大阪観光大学紀要』（17）: 103-10, 2015.

橋本佳恵 ,「“泉州 RUSH”プロジェクト報告・Ⅴ―大阪観光大学学生による地元地域活性化に向けた取り組み」『大

阪観光大学研究論集』（21）: 115-22, 2021.
福島市 ,「福島市の推計人口」（ページ更新日：2024.2.16）, 2024,
（https://www.city.fukushima.fukushima.jp/seichou-toukei/shise/tokejoho/suikejinko/index.html, 2024.2.18 アクセス）
三神憲一・水谷耕平 ,「市民協働プロジェクトを通じた学生の成長および大学の社会的効果に関する研究―青山学院大学シビックエンゲージメントセンター相模原キャンパスにおける「相武台団地活性化プロジェクト」を事例に」『シビックエンゲージメント研究』（1）: 37-44, 2023.
水戸市 ,「水戸市の常住人口（令和 2 年国勢調査基準）」（ページ更新日：2024.2.5）, 2024,
（https://www.city.mito.lg.jp/site/open-data/3992.html, 2024.2.18 アクセス）
山田明 ,「大学と自治体の地域連携における学生の学び―地域活性化新聞『岡垣歴史新聞』 プロジェクト」『生活体験学習研究』17: 23-31, 2017.
鎗田英三 ,「まちが教室―学生参加による〈入間〉活性化プロジェクト」『大学と学生』（18）: 37-41, 2005.

資料

資料１：プロジェクト全体の流れ

	活動日	項目	内容	参加者／活動者数
1	2023/4/12	告知	CECWEB サイト、学生ポータルでプロジェクトのメンバー募集告知開始（5 月 2 日まで）	
2	2023/4/26	説明会	オンライン：3 プロジェクト合同での説明会	学生 22 名、区職員※１ 4 名、他協力団体 5 名※ 2、CEC3 名※ 3
3	2023/5/10	第 1 回全体 MTG ※ 4	オンライン：顔合わせ、プロジェクトの進め方説明　等	学生メンバー 12 名、Co ※ 5　2 名
4	2023/5/17	第 2 回全体 MTG	対面：中央区勉強会、チーム分け、担当決め　等	学生メンバー 15 名、Co1 名
5	2023/6/3	相模原市中央区を知るためのツアー	相模原市立博物館、JAXA 相模原キャンパス、鹿沼公園、にこにこ星ふちのべ商店会を訪問	学生メンバー 11 名、区職員 5 名、Co2 名
6	2023/6/14	第 3 回全体 MTG	対面：メールの書き方講座、プロジェクトの愛称決め、企画案発表	学生メンバー 13 名、区職員 7 名、Co1 名
7	2023/7/19	第 4 回全体 MTG	対面：企画実施計画発表	学生メンバー 13 名、区職員 6 名、Co2 名
8	2023/7/28	助成金応募	さがみはら青少年チャレンジ応援事業応募書類提出	
9	2023/8/14	助成金応募	さがみはら青少年チャレンジ応援事業プレゼンテーション審査	学生メンバー 3 名
10	2023/8/15	Instagram チーム※ 6	中央区×わかばコラボ投稿開始	
11	2023/10/7-8	大学祭	相模原祭に教室企画として出展（3 プロジェクト合同）	学生メンバー 5 名、他プロジェクト学生 11 名、企画来場者約 300 名
12	2023/10/18	取材受け	青山学院大学新聞記者からのインタビュー取材対応	学生メンバー 4 名、区職員 2 名、Co1 名
13	2023/10/18	第 5 回全体 MTG	対面※ 7：各チーム進捗状況報告、さがみはら青少年チャレンジ応援事業・相模原祭についての報告　等	学生メンバー 14 名、区職員 5 名、Co2 名、その他 1 名※ 8
14	2023/11/15	中間報告会／第 6 回全体 MTG	対面※ 9：各チームこれまでの活動と今後の計画報告、社会情報学部の学生による中央区学生連携事業を通した研究の報告等	学生メンバー 14 名、区職員 7 名、Co2 名、その他 2 名※ 10
15	2023/11/17	自由企画チーム	ワインラベル選定	
16	2023/11/18	ツアーチーム	魅力発掘！！相模原市中央区ツアー	一般参加学生 7 名※ 11、企画学生 5 名、区職員 4 名、Co1 名
17	2023/11/18	CEC 紀要	紀要への実践報告投稿申込	
18	2023/12/4 -2024/1/5	Instagram チーム	フォトキャンペーン開催	
19	2023/12/20	第 7 回全体 MTG	対面※ 7：各チーム進捗状況報告、CEC 紀要への実践報告投稿について	学生メンバー 13 名、区職員 5 名、Co1 名
20	2024/1/17	第 8 回全体 MTG	対面：各チーム進捗状況報告	学生メンバー 12 名、区職員 5 名、Co2 名
21	2024/2/15	認定証受領	相模原市地域活動・市民活動ボランティア認定制度認定証贈呈式において市民局長より認定証を受領	学生メンバー 3 名、Co1 名
22	2024/2/15	ラジオ収録	エフエムさがみ『大好き！中央区』の収録にゲストとして出演	学生メンバー 3 名
23	2024/2/15	市広報紙発行	わかばプロジェクトの紹介ページが掲載された『広報さがみはら』発行	
24	2024/2/21	第 9 回全体 MTG	対面※ 12：各チーム進捗状況報告、CEC 紀要投稿前確認、活動の振り返り	学生メンバー 13 名、区職員 6 名、Co2 名
25	2024/2/28	CEC 紀要	実践報告原稿提出	学生メンバー 14 名、Co1 名
26	2024/3/7	ラジオ収録放送	学生メンバーがゲストとして出演したエフエムさがみ『大好き！中央区』放送※ 13	
27	2024/3/13	活動報告会	対面※ 12：プロジェクト全体の説明、各チームの活動報告と質疑応答、関係者からの講評	学生メンバー 13 名、CEC2 名※ 14、その他 1 名※ 15

※１　区職員＝相模原市中央区役所職員（第５節以降、各チームの表においても同様）
※２　他協力団体＝他の２プロジェクトの協力団体関係者
※３　センター長１名、コーディネーター２名
※４　MTG ＝ミーティング（第５節以降、各チームの表においても同様）
※５　Co ＝コーディネーター（第５節以降、各チームの表においても同様）
※６　個別チームの活動については第５節以降を参照（ツアーチーム、自由企画チームも同様）
※７　留学中の学生２名はオンラインで参加
※８　青山学院大学新聞記者が取材も兼ねて見学
※９　留学中の学生２名と他事情により学生１名はオンライン参加
※ 10　社会情報学部飯島ゼミ４年生
※ 11　うちツアーチーム以外のプロジェクトメンバー学生２名を含む
※ 12　事情により学生１名はオンライン参加
※ 13　本放送：3 月 7 日。再放送：3 月 13 日・17 日・23 日
※ 14　センター長１名、コーディネーター１名
※ 15　相模原市役所公園課職員
（出典：筆者作成）

資料２：Instagram チームの活動の流れ

	活動日	項目	内容	参加者／活動者数
1	2023/6/8	チーム MTG	チームの企画について案出し、プロジェクト愛称の案出し	チームメンバー４名
2	2023/6/24	チーム MTG	企画内容（フォトコンテスト、継続的な投稿）について検討	チームメンバー４名
3	2023/7/8	チーム MTG	企画内容について検討、さがみはら青少年チャレンジ応援事業について打ち合わせ	チームメンバー４名
4	2023/7/19	第４回全体 MTG	企画内容について区政策課と意見交換	チームメンバー３名
5	2023/7/24	チーム MTG	企画内容について検討	チームメンバー４名
6	2023/7/24	取材	カフェ・アンドリュースで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
7	2023/7/30	取材	相模原市立博物館で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
8	2023/8/2	取材	鹿沼公園で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
9	2023/8/9	取材	横山公園で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
10	2023/8/14	助成金応募	さがみはら青少年チャレンジ応援事業プレゼンテーション審査	チームメンバー１名（他チームからも各１名。合計３名）
11	2023/8/14	取材	鹿沼公園で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
12	2023/8/15	継続投稿企画	中央区公式 Instagram でコラボ投稿「中央区さんぽ」開始	
13	2023/9/13	チーム MTG	継続的な投稿について意見交換、フォトキャンペーンについて検討	チームメンバー４名
14	2023/9/28	区政策課・チーム MTG	継続的な投稿、フォトキャンペーンについて意見交換	チームメンバー４名、区職員３名
15	2023/9/29	取材	伊藤製菓舗で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
16	2023/10/2	チーム MTG	フォトキャンペーンについて検討	チームメンバー４名
17	2023/10/4	取材	ソラ珈琲＆食堂ヒュッテで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
18	2023/10/10	チーム MTG	フォトキャンペーンポスター案出し	チームメンバー４名
19	2023/10/10	取材	淵野辺公園で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
20	2023/10/18	取材	カフェトガシで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
21	2023/10/18	取材受け	青山学院大学新聞記者からのインタビュー取材対応	チームメンバー１名（他チームからも３名。合計４名）、区職員２名、Co1 名
22	2023/11/2	取材	上溝さくら公園で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
23	2023/11/6	フォトキャンペーン	フォトキャンペーン景品デザイン公募開始	
24	2023/11/9	取材	クレープミンで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
25	2023/11/14	チーム MTG	フォトキャンペーンについて検討	チームメンバー４名
26	2023/11/15	第６回全体 MTG	フォトキャンペーンについて検討	チームメンバー４名
27	2023/11/16	取材	鹿沼公園、イモンチで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
28	2023/11/18	取材	焼きそばかみ家、カミミゾコーヒー、亀ヶ池八幡宮で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
29	2023/11/22	取材	Pain de LUNARA で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
30	2023/11/29	取材	カミミゾコーヒーで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
31	2023/12/4	フォトキャンペーン	フォトキャンペーン開始	
32	2023/12/9	取材	横山公園で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
33	2023/12/13	取材	貝ガラ屋で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
34	2023/12/14	フォトキャンペーン	にこにこ星ふちのべ商店会へフォトキャンペーンのポスター掲示依頼	チームメンバー２名（他チームからも１名。合計３名）
35	2023/12/15	フォトキャンペーン	カフェトガシ、焼きそばかみ家、カミミゾコーヒーへフォトキャンペーンのポスター掲示依頼	チームメンバー３名
36	2023/12/15	取材	氷川神社で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
37	2023/12/20	フォトキャンペーン	カフェ・アンドリュースへフォトキャンペーンポスター掲示依頼	チームメンバー２名
38	2023/12/20	第７回全体 MTG	フォトキャンペーンについて区政策課と意見交換	チームメンバー３名
39	2023/12/23	取材	本学相模原キャンパスで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
40	2024/1/11	取材	亀ヶ池八幡宮で Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
41	2024/1/17	第８回全体 MTG	フォトキャンペーンの結果振り返り	チームメンバー４名
42	2024/1/18	取材	ユトピーデュパンで Instagram 投稿用の写真撮影	チームメンバー１名
43	2024/2/13	継続投稿企画	「中央区さんぽ」最終回投稿	
44	2024/2/15	認定証受領	相模原市地域活動・市民活動ボランティア認定制度認定証贈呈式において市民局長より認定証を受領	チームメンバー１名（他チームからも各１名、合計３名）、Co1 名
45	2024/2/15	ラジオ収録	エフエムさがみ『大好き！中央区』の収録にゲストとして出演	チームメンバー１名（他チームからも各１名、合計３名）
46	2024/2/21	第９回全体 MTG	進捗状況報告及び１年間の活動の総括	チームメンバー３名
47	2024/3/13	活動報告会	チームの活動報告と質疑応答、関係者からの講評	チームメンバー３名（うち１名オンライン）

（出典：筆者作成）

資料 3：ツアーチームの活動の流れ

	活動日	項目	内容	参加者／活動者数
1	2023/5/7	第 2 回全体 MTG	全体 MTG 内で企画について案出し、今後の予定の確認	チームメンバー 6 名
2	2023/5/31	チーム MTG	プロジェクトの愛称検討、テーマとエリア、訪問地の検討	チームメンバー 6 名
3	2023/6/14	第 3 回全体 MTG	ツアーの目的・対象者決定、訪問候補地の調査	チームメンバー 5 名
4	2023/6/21	チーム MTG	訪問地の選定とルート検討	チームメンバー 4 名
5	2023/6/26	チーム MTG	ツアー内容検討	チームメンバー 6 名
6	2023/7/5	チーム MTG	ツアー内容検討	チームメンバー 5 名
7	2023/7/9	チーム MTG	さがみはら青少年チャレンジ応援事業申請についての打ち合わせ	チームメンバー 3 名
8	2023/7/16	チーム MTG	ツアーの申し込みフォームと参加者アンケート作成	チームメンバー 4 名
9	2023/7/19	第 4 回全体 MTG	募集人数や訪問地の再考	チームメンバー 6 名、 区職員 2 名
10	2023/8/7	ツアールート下見	ツアールート下見、課題点の発見	チームメンバー 2 名
11	2023/8/14	助成金応募	さがみはら青少年チャレンジ応援事業プレゼンテーション審査	チームメンバー 1 名（他チームからも各 1 名。合計 3 名）
12	2023/9/7	チーム MTG	ルート再考、チラシ・パンフレット作成	チームメンバー 3 名
13	2023/9/13	チーム MTG	ルート再考、チラシ・パンフレット作成	チームメンバー 3 名
14	2023/9/23	ツアールート下見	新ルートの下見、訪問場所の写真撮影	チームメンバー 2 名
15	2023/10/2	チーム MTG	ルートの確認	チームメンバー 4 名
16	2023/10/18	取材受け	青山学院大学新聞記者からのインタビュー取材対応	チームメンバー 1 名（他チームからも 3 名。合計 4 名）、 区職員 2 名、Co1 名
17	2023/10/18	第 5 回全体 MTG	ルートの再確認	チームメンバー 6 名
18	2023/10/25	市役所 MTG	ツアー概要の情報共有	チームメンバー 2 名、相模原市役所公園課 2 名、区職員 3 名
19	2023/11/15	ツアールート下見	新ルートの下見、当日の順序の最終確認	チームメンバー 5 名
20	2023/11/15	第 6 回全体 MTG	ツアー実施に向けた準備・募集状況の報告	チームメンバー 6 名
21	2023/11/18	ツアー開催	魅力発掘！！相模原市中央区ツアー	一般参加学生 7 名、チームメンバー 5 名、区職員 4 名、Co1 名
22	2023/12/10	チーム MTG	ツアーの振り返り、全体 MTG に向けて資料作成	チームメンバー 3 名
23	2023/12/20	第 7 回全体 MTG	ツアーの反省と今後に関してプロジェクト全体に報告	チームメンバー 6 名
24	2024/1/17	第 8 回全体 MTG	実践報告の執筆状況についてプロジェクト全体に報告	チームメンバー 5 名
25	2024/2/15	認定証受領	相模原市地域活動・市民活動ボランティア認定制度認定証贈呈式において市民局長より認定証を受領	チームメンバー 1 名（他チームからも各 1 名、合計 3 名）、Co1 名
26	2024/2/15	ラジオ収録	エフエムさがみ『大好き！中央区』の収録にゲストとして出演	チームメンバー 1 名（他チームからも各 1 名、合計 3 名）
27	2024/2/21	第 9 回全体 MTG	進捗状況及び今後の課題報告	チームメンバー 6 名
28	2024/3/13	活動報告会	チームの活動報告と質疑応答、関係者からの講評	チームメンバー 6 名

（出典：筆者作成）

資料４：自由企画チームの活動の流れ

	活動日	項目	内容	参加者／活動者数
1	2023/5/23	チーム MTG	対面：企画案出し	チームメンバー５名
2	2023/6/6	チーム MTG	対面：企画案深掘り、４案に絞る	チームメンバー４名
3	2023/6/14	フィールドワーク	市立博物館プラネタリウムを鑑賞	チームメンバー２名
4	2023/6/14	第３回全体 MTG	対面：企画案報告、フィードバック	チームメンバー４名
5	2023/6/20	チーム MTG	対面：ミーティング実施方法決め、企画案検討	チームメンバー２名
6	2023/6/21	連絡等	メールにてやり取り。ワイン企画案の話が進む。実施可能と確定	区職員とチームメンバー
7	2023/6/27	チーム MTG	オンライン：ワイン企画案の内容詰め（参加対象、人数、回数、関わり方、ワイナリーにとってのメリットなど）	チームメンバー５名
8	2023/7/6	関係者打ち合わせ	対面：にこにこ星ふちのべ商店会長との顔合わせ	チームメンバー３名、商店会長
9	2023/7/6	チーム MTG	オンライン：打ち合わせ内容の共有、商店街企画について	チームメンバー５名
10	2023/7/11	関係者打ち合わせ	対面：大学にてワイン企画についてスケジュールの確認、方向性の相談	チームメンバー３名、区職員３名、Co1 名
11	2023/7/11	フィールドワーク	商店街の散策	チームメンバー３名
12	2023/7/11	チーム MTG	オンライン：ワイン企画、商店街企画の企画書案作成	チームメンバー５名
13	2023/7/19	第４回全体 MTG	対面：企画書案の報告、フィードバック	チームメンバー４名
14	2023/7/25	チーム MTG	オンライン：企画内容詰め	チームメンバー５名
15	2023/7/31	関係者打ち合わせ	対面：ワイナリーにて企画提案（＝実施決定）意見すり合わせ	チームメンバー３名、区職員３名、ワイナリー１名
16	2023/8/1	チーム MTG	オンライン：デザイン募集方法と募集要項の検討	チームメンバー３名
17	2023/8/8	チーム MTG	オンライン：企画をワイン企画のみに絞る	チームメンバー３名
18	2023/8/9	連絡等	電話にて、募集方法の方向性すり合わせ	区職員とチームメンバー
19	2023/8/14	助成金応募	さがみはら青少年チャレンジ応援事業プレゼンテーション審査	チームメンバー１名（他チームからも各１名。合計３名）
20	2023/8/24	チーム MTG	オンライン：募集要項の検討	チームメンバー４名
21	2023/8/25	連絡等	メールにて、募集要項案の提案と募集の宣伝方法いついて	区職員とチームメンバー
22	2023/8/28	チーム MTG	オンライン：募集要項の検討、ポスター作成	チームメンバー５名
23	2023/8/30	チーム MTG	オンライン：ポスター作成、申し込みフォーム作成、美術部へ依頼、募集宣伝準備	チームメンバー５名
24	2023/9/1	連絡等	電話にて、デザイン用紙について打ち合わせ	区職員とチームメンバー
25	2023/9/6	チーム内作業	チームの LINE グループにて、募集要項の修正・募集宣伝準備作業、募集開始後の流れについて検討	チームメンバー５名
26	2023/9/10	チーム MTG	オンライン：募集要項・ポスター完成、募集ページ掲載	チームメンバー２名
27	2023/9/10 -10/8	その他	デザイン募集期間	
28	2023/9/19	チーム MTG	オンライン：情報共有、募集締め切り後のスケジュール確認	チームメンバー３名
29	2023/9/27	チーム MTG	オンライン：ワインの販売数と販売経路について	チームメンバー３名
30	2023/10/7-8	大学祭	相模原祭にて、チーム企画内容掲示、中央区クイズ実施	チームメンバー３名
31	2023/10/2	その他	チームメンバー１名辞退、以後４名で活動	
32	2023/10/10	関係者打ち合わせ	市役所にて、ワインラベルデザイン公募結果の報告、販売経路の相談	チームメンバー３名、区職員３名
33	2023/10/17	ワイン造り作業体験	農園にて、収穫作業の体験	チームメンバー１名、プロジェクト外からの協力学生１名、区職員２名
34	2023/10/18	取材受け	青山学院大学新聞記者からのインタビュー取材対応	チームメンバー２名（他チームからも２名。合計４名）、区職員２名、Co1 名
35	2023/10/18	第５回全体 MTG	対面：進捗の報告とフィードバック	チームメンバー４名
36	2023/10/26	チーム MTG	オンライン：ラベル選考基準の検討	チームメンバー３名
37	2023/10/31	チーム MTG	オンライン：チーム内でデザイン選考	チームメンバー４名
38	2023/11/7	ワイン造り作業体験	ワイナリーにて、瓶詰め作業の体験	チームメンバー１名、区職員２名
39	2023/11/7	チーム MTG	オンライン：ワイン販売店の検討、中間報告会資料作成、リハーサル	チームメンバー４名
40	2023/11/15	中間報告会／第６回全体 MTG	対面：活動報告、フィードバック	チームメンバー４名
41	2023/11/17	関係者打ち合わせ	市役所にて、ワインラベルのデザイン決定	チームメンバー２名（うち１名オンライン）、区職員４名、ワイナリー１名
42	2023/11/21	チーム MTG	オンライン：情報共有、ワイン販売経路・販売方法について、完成後の周知方法について	チームメンバー４名
43	2023/11/21	連絡等	メールにて、ラベルの文字入れと発注	チームメンバー、区職員、ワイナリー
44	2023/11/29	フィールドワーク	ワインを販売する酒屋の下見	チームメンバー１名
45	2023/11/30	チーム MTG	オンライン：ワイナリーへのインタビュー準備	チームメンバー３名

	活動日	項目	内容	参加者／活動者数
46	2023/12/6	フィールドワーク	ワインを販売する酒屋の下見	チームメンバー１名
47	2023/12/17	チーム MTG	オンライン：ワイン販売店候補決定、インタビュー準備	チームメンバー３名
48	2023/12/17	その他	『広報さがみはら』記事作成	チームメンバー２名
49	2023/12/20	取材	対面：ワイナリーにてインタビュー	チームメンバー２名、区職員２名
50	2023/12/20	第７回全体 MTG	対面：進捗の報告とフィードバック	チームメンバー４名
51	2023/12/25	関係者打ち合わせ	オンライン：ワイン紹介動画の方向性について、タグのデザインについて	チームメンバー２名、区職員３名
52	2023/12/26 -2024/1/2	チーム内作業	チーム内の LINE にて、試作動画と原稿を作成	チームメンバー４名
53	2024/1/4	連絡等	メールにて、原稿案、試作動画共有	チームメンバー、区職員、Co、ワイナリー
54	2024/1/5	関係者打ち合わせ	オンライン：原稿修正、タグデザインの決定、スケジュール確認	チームメンバー２名、区職員２名
55	2024/1/6-9	チーム内作業	チームの LINE にてやり取りしながら動画を修正	チームメンバー４名
56	2024/1/9	連絡等	メールにて、動画の提出、修正指示	
57	2024/1/17	チーム内作業	対面：原稿・動画修正、ナレーション収録	チームメンバー４名
58	2024/1/17	第８回全体 MTG	対面：進捗の報告とフィードバック	チームメンバー４名
59	2024/1/17 -23	連絡等	メールにて、動画の修正指示、チーム内の LINE にてやり取りしながら修正	区職員とチームメンバー
60	2024/1/25		動画完成、公開	チームメンバー４名
61	2024/1/30	ワイン造り作業体験	ワイナリーにて、ラベル貼り作業	チームメンバー２名、区職員２名
62	2024/1/31	その他	にこにこ星ふちのべ商店街の酒屋へ訪問のアポどり	区職員１名
63	2024/2/6	その他	にこにこ星ふちのべ商店会の酒屋へ訪問	チームメンバー３名、区職員１名
64	2024/2/15	認定証受領	相模原市地域活動・市民活動ボランティア認定制度認定証贈呈式において市民局長より認定証を受領	チームメンバー１名（他チームからも各１名、合計３名）、Co1 名
65	2024/2/15	ラジオ収録	エフエムさがみ『大好き！中央区』の収録にゲストとして出演	チームメンバー１名（他チームからも各１名、合計３名）
66	2024/2/19		オリジナルラベルワイン発売開始	
67	2024/2/20		採用されたワインラベルのデザイン考案者への景品（完成品ワインボトル）の贈呈	チームメンバー２名
68	2024/2/21	第９回全体 MTG	対面：進捗状況の報告	チームメンバー４名（うち１名オンライン）
69	2024/3/13	活動報告会	チームの活動報告と質疑応答、関係者からの講評	チームメンバー４名

（出典：筆者作成）