

[学生派遣プログラム 成果報告書]

天童 B班

政治経済学部 1年 塩田健詞

政治経済学部 4年 伊藤恒徳

国際日本学部 1年 萩原遥

<目次>

1. 現地調査 (8/4～8/7)

2. U I ターンに絞った理由

3. U I ターンの現状

4. 企画概要

5. P R 方法

1. 現地調査(8/4~8/7)

[初日(8/4)]

この日は主に、天童市職員との熟議を行った。天童市納税課の檜山勝一さん、天童市教育委員会教育総務課庶務係主査の笹原沙緒里さんご協力の下、今後の方針、天童市について多くの事を尋ねた。以下では、尋ねた内容と返答、その補足を記載することにする。

<天童市にしかない魅力とは>

天童市は山形県の中でも、栄えた市の1つであり、特産品がアピールポイントである。天童市のポストや天童市役所の立て札に将棋駒を用い、小学校の机に将棋の盤面、イオンモールに将棋駒の巨大な絵が描かれているように、天童市は将棋をかなり推している。将棋を伝統工芸と位置付けており、全国シェアの9割を占めているものの、現在は後継者不足が問題視されている。フルーツも天童市の特色であり、中でもラフランスについては全国1位の生産量を誇っている。他にも庄内平野の特産、さくらんぼも生産している。これらのフルーツを用いたお菓子、ワイン、ドレッシングを作り、フルーツを多くの分野で活用している。ローカルな食べ物としては、殻つきのまま燻製した玉子の「すもっち」がある。

<天童市の人口問題>

人口は6万2000人で現在減少傾向にあり、先日、消滅可能性都市に選定された。合計特殊出生率の全国平均が1.57であるのに対し、天童市は1.52とやや低めである。これらを考慮した結果、今回の学生派遣プログラムの課題が「人口減少の克服について」ということになった。にもかかわらず、天童市役所では移住に特化した窓口を設けていない。

<地域活性化する上で現在行っている政策>

ラフランスが全国生産量1位であることをアピールする、「ラフランスマラソン」を始めた。医療費を中学校3年生まで無料化する政策をとった。

「ふるさと納税」による財源の確保や特産品のアピールをしている。

※天童市では大きい規模の政策は市で行うが、基本的には町内会を主体とした「町づくり懇談会」を開催して、町を活性化させているため、市役所は町内会をしばしば調査する形をとっている。また、移住者と市民との間にトラブルが起きた際には、市役所が立ち会うこともある。

(補足) 山形県外では、東京で天童市を盛り上げる「関東天童会」、仙台で活動する「在仙天童会」が年に一回の総会を開いている。

[2日目(8/5)]

この日は、一日天童市を散策した。天童市将棋資料館、市立旧東村山郡役所資料館、子育て未来館げんキッズ、イオンモール天童、天童高原、道の駅「天童温泉」、舞鶴山を巡ったのだが、中でも子育て未来館げんキッズではアンケート調査を行ったので少しだけ紹介する。

<天道は子育てに適しているか>

・適している

・東根市の影響か、最近よくなってきた。

<子育てに関して行政に頼みたいこと>

・特になし（これ以上はない）

<子育て世代から見た天童の魅力>

・住みよい環境

・雪があまり降らない（気候が良い）

<天童市の生活に不満はあるか>

・ない、満足している

<将来的に自分の子供に天童に住んでもらいたいか>

・住んでほしい

・人口が減少すると他の市と合併しなくてはならなくなるため、残って天童市を守ってほしい

<げんキッズをどう思うか>

・外で遊ぶことが出来ない時でも、こういった施設のあるおかげで子供を遊ばせるのに不自由しない

・天童市に足りない要素は子育ての分野だったので、こういったところができるのを待っていた。

[3日目(8/6)]

この日は、市役所職員取材、農家レストラン「じゃがらむら」訪問、市立津山公民館訪問を行った。

まず初めに、市役所職員取材について述べていくことにする。

[天童市建設部都市計画課都市整備係 船山貴主さん]

<天童市に戻ってきたきっかけ>

都会の生活に疲れていた上に、生まれ育った実家にいつ戻るかといった、家庭の事情を考えていた。

<職員の立場からみた天童市の地域活性化について>

現在、Uターン向けの引っ越し料金の補助や、実家や空き家のリフォーム支援、特に耐震工事の補助を行ってはいないので、もしこれが行われれば、Uターン希望者にとっては魅力的である。また、天童市はふるさと納税に力をいれているのだが、都会ではそのことはあまり知らなかった。こういった取り組みがあることは良いことであるが、自分のような山形県に住んでいた者にとっては、フルーツは実家から送ってもらえるわけだから、正直都会にいるところは行く気もなかっただろう。しかしながら、家庭を持つ者にとっては、ふるさと納税は効果があると思う。他にも、人を集めるためにPRイベントの開催、マスコミを利用したアピールはコストがかかりすぎるのではないかな？

[天童市経済部商工観光課 工藤寛樹さん]

<天童市にやってきたきっかけ>

元々、山形に住んでいたのだが、大学は県外へ出たため、そのまま残るか、山形に戻るかと就活の時には悩んでいた。ある時、震災の関係で東北に派遣された際に、戻ってもよいのではと考え始めた。天童市役所の募集で天童市を訪れた際に、だんだん発展してきたこの町に魅力を感じ、戻ることにした。実際に、天童市は利便性が高く、不満はあまりない。

<職員の立場からみた天童市の地域活性化について>

自分が都会に出ていた時は、天童市の情報があまり入って来なかったもので、情報網が充実していれば、もっと人が集まるはずだ。関東天童会の存在は知らなかった。還暦を越えて、移住は、正直コミュニティの形成に不安を持つ人が多いかもしれないから、厳しいのでは？しかし、高齢者以外に焦点を当てれば、IターンやUターン希望者が集まれるイベントを提供すればよいと思う。

次に、農家レストラン「じゃがらむら」でのインタビューについて述べる。

<農家レストラン「じゃがらむら」について>

ここは、協同組合の一つと考えればわかりやすいだろう。近隣の農家の人たちが、採れた野菜を土曜日、日曜日にここで販売し、残った野菜は天麩羅にして、そばと一緒にお客様に提供する。地域活性化に貢献する活動としてここを開いているが、かれこれ20年近くになる。夏休みに学生を受け入れ、ちょっとした農作業を行っている。

<じゃがらもがらについて>

観光地として地域の人にも親しまれている「じゃがらもがら」を訪れた。私たちは、観光地としてこの地の開拓を考えたが、時間がかかるうえにと道のりが険しく、観光地として多くの人を呼び込むのは難しいということが判明した。

<農家から見た天童市について>

天童市は主に、町内会といったコミュニティが重要なのだが、昔はこの地域はそこまで繋がりが強くなかった。だが、ここが出来たおかげで、近隣の農家の方との交流が出来るため、繋がりが強くなってきた。この繋がりのおかげで、生活における不便さは解消されているし、足りないところは市役所がカバーしている。我々の情報源は、口コミが多い。新しい定住者が移り住んでくることに関しては、我々は受け入れる姿勢を持っているが、畑を住宅地にしたりするには手続きが必要だったりと行政的にも多少厳しいところがある。市立津山公民館でのあるグループのインタビュー報告を以下に掲載するが、我々がここでインタビューした方の中に、90歳を超えた方やパーキンソン病の方がいらっしゃった。そのような人も温かく受け入れられていたのを見ると、この市の人々は親切であると思ったが、何よりも多くの方が語ってきたように、コミュニティの繋がりの強さを身をもって痛感した。

<このグループはどんな集まりか>

一週間に一度輪投げをする集まりである。楽しみでやっているのもあるが、冬には全国大会も開かれるので、それに向けて練習を行っていると考えてもらいたい。また、夏にはグランドゴルフをしたりもする。

<高齢者から見た天童市について>

昭和 33 年までは天童町、それ以降は天童市となった。自分が子どもの時のお年寄りよりも、今のお年寄りの方が若く感じる。昔よりも活気が出てきているのかもしれない、特に天童は最近山形県内でも急成長している。しかも、昔はこのような集まりがなかった。農家はずっと朝から晩まで働く毎日を過ごしていただけだった。市役所がお年寄り向けの福祉バスの運行、マッサージ券の提供などの無料サービスといった形で我々に住みやすい環境を与えてくれているのはとてもうれしいが、市役所との交流が積極的に行われているかといえば、そうでもないのが惜しいところ。食べ物や水は美味しいし住みやすいところだと思うが、若い人が少ないし、もしかしたら彼らにとっては住みにくいかもしれない。もっと若い人が増えてほしい。

[最終日(8/7)]

最終日は、移住定住プロジェクトの方との熟議、またこの最中に天童市に移住しようと考えている方にインタビューをすることが出来た。またこの日はふるさと果樹園を訪問した。

[天童市総務部市長公室副主幹兼まちづくり推進係長 藤沢英昭さん]

<現在の天童市の地域活性への取り組み>

移住に対するサポートとして現在、不動産と市役所は連携を行っている。教育に関しては、天童市があまり力を入れていなかった、英語教育に焦点を当てて、ALTの採用をはじめた。高齢者に関しては、サポート支援を充実させることで、元気なシニアの増加を目指している。

[天童市に移住を考えている人]

天童市を知ったのは、人間将棋のニュースである。実際に訪れてみると、天童市は交通の便が優れており、街並みがきれいで魅力的である。イオンモールといった買い物の便利さもあれば、天童高原といった自然もあり、ちょうどよく住みやすそうである。また、他との繋がりが欲しく、コミュニティーに参加出来たらうれしい。

[ふるさと果樹園園長 森谷恵一さん]

<なぜふるさと果樹園で働くことにしたのか>

父と母がここを経営しており、中学のこれから継ぐと決めていた。

<ふるさと果樹園について>

かつては観光果樹園として経営していたが、現在は通信販売をメインにしている。お客さんは県外が多く、年齢層は様々である。お客さんをお呼びするために、ホームページを活用している。現在は、フルーツの収穫が始まってから終わるまでの二週間は特に忙しく、雇用を集めている。フルーツは手作業であり、天気との関係があるため、出来るだけ素早く作業を終えるためにも労働者の募集が重要である。天気については、以前天童市で雹が降った時には、100万円損失した。

<天童市について>

天童市はあまり観光が上手ではないと思われる。確かに、人間将棋やラフランスマラソンといったイベントは充実しているが、イベントがない時にでも人が集まる事が出来るよう

に工夫してほしい。農家としては、農家と市役所が提携して天童市のフルーツをもっと推していききたい。

[現地調査のまとめ]

天童市の大きな特徴はバランス力に長けているところである。例えばイオンモールや天童高原といった自然であるという、生活する上で困る事もない。また、コミュニティー内の繋がりが強いといった、地元愛が感じられた。しかし、バランス力に長けているということは、突出した特徴がないということである。また、移住のサポート、情報発信が乏しい。我々は、人口を増やすためにU I ターンをメイン対象にした。

2. U I ターンに注目した理由

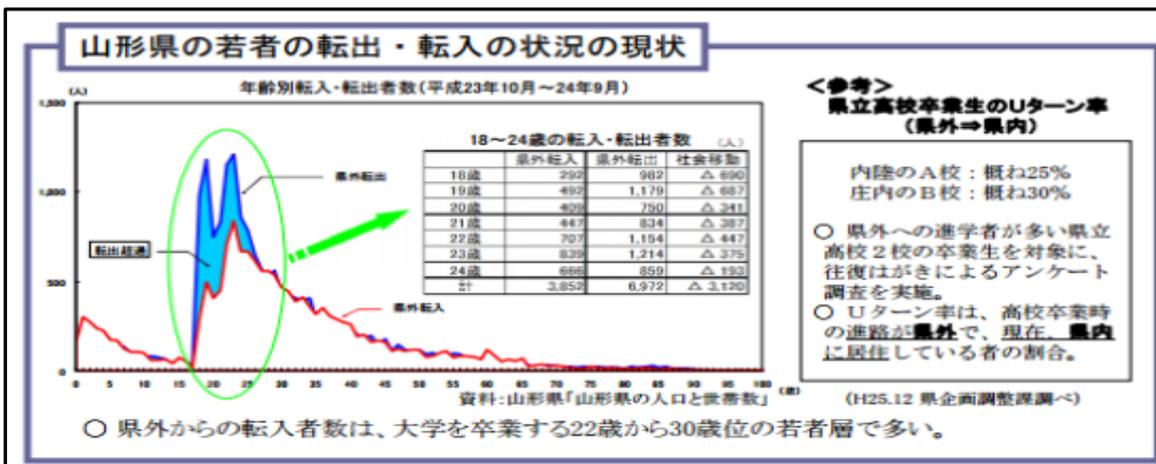
[現地調査のまとめ]でも述べたように、天童市はバランスがとれた市である。今のところ、これを行政は情報発信の乏しさゆえにうまく活かしてきていない。ひょっとしたら、実家のこともあるし天童市に戻ろうかと考えている人もいるかもしれない。田舎暮らしを試みたいけど、生活に不便を感じるのはちょっと…と考える人もいるだろう。そんな彼らの希望を叶えるべく、この度はU I ターン向けの政策を考えてみた。その政策に入る前に、U I ターンの現状について述べておきたい。

3. U I ターンの現状

国立社会保障・人口問題研究所から発表された「2011 年社会保障・人口問題基本調査第7回人口移動調査」によると、U ターン者の総数全体に対する割合は、2006 年の 12.7%から 13.3%と微増していることがわかった。その詳細を見ると、男性は 14.1%から 14.6%、女性は 11.3%から 12.1%と推移しており、この5年間における増加幅は女性のほうが大きいことがわかる。

(参照：じもナビ <http://www.jimo-navi.com/knowhow/data/> 2015/10/12)

次に山形県における若者の転出・転入の状況の現状を見ていく。下図はその現状を示したものであるが、この図から転出・転入ともに若者層で多いことがわかる。県外からの転入では大学を卒業する 22 歳から 30 歳位の間で多いことから、就職環境が県内へ戻る大きなきっかけになっていることが予想される。詳しく見てみると、現在、山形県における U ターン率（高校卒業時の進路が県外で、現在県内に居住している者）は 25%~30%あたりである。また、女性の方が男性に比べてU ターン率がやや高いことも着目すべき点である。



(参照：山形県ホームページ4、マイナビ2014)

4. 企画概要

温泉・イベント・交通網のよさ・買い物のしやすさ・子供の育てやすさなど生活するとなっても困らないような設備が既に整っている天童のバランスの良さを活かした企画案を9つ考えた。これらの企画案の目的は、Uターン者の増加を目指すというものである。

以下の企画案のポイントは次の2点である。

- ・天童市に興味、関心を持ってもらえるような施策(1~3,5,6)
- ・移住サポート体制の整備(4,7~9)

① 天童市役所インターン

目的：就活中の学生のUターンを図ること

対象学生：

県内の学生に対するインターンの募集は積極的に行われているようだが、県外の学生に対するインターンの募集は少ないように思われた。そのため、県外（特に関東圏）に流出した若者を取り戻すためにも、インターン生として市役所に呼び込み、自分の地域・もしくはこれまで知らなかった新たな地域の魅力を再発見してもらえるような企画にする。

内容：

- ・市役所の業務
- ・天童市の地域活性を考える短期インターンの募集

現状の問題点：

現在の問題点は、天童市役所の職員として採用されるために受ける採用試験の日程である。県外から受けに来る学生にとって日程がバラバラでまとめて試験を受けることができないのは大きな負担となっている。そこで、インターンでは県外からの学生を呼び込むためにも採用活動の際には、県外の拠点を設けたり、日程を一時期にまとめるなどの工夫が必要になると考えられる。

② 就活フェアの開催

目的：天童市への転職を考えている人への就職支援

概要：

- ・年2回ほど開催
- ・元天童市民の流出先として最も近い東京、仙台で開催する

内容：

・実際にUターンした方/地域おこし協力隊の参加者の講演会を行う
インターンしたいと考えていても、情報が得られない、Uターンした際の現状について不安に思っている人が多い。そこで実際にUターンを経験して天童市に住んでいる方の話を聞ける機会があるとUターンを促す強い動機付けになるのではない

か。

- ・ワークショップの開催

学生にとって、ただの説明会となってしまう就活フェアでは興味を抱かない人が多い。そこで、参加した学生自身が何かメリットを得られるような内容とする必要があると考えた。

例) U I ターンの人が地域コミュニティへ参加しやすくなる方法を考える

→このワークショップを通して、天童市にとっても現在U I ターンをしようかどうか悩んでいる人たちの悩みや現在の天童市の問題点を浮き彫りにすることができるというメリットがある。

③ 天童活性化プロジェクト企画

目的：学生に天童市に興味を持ってもらうこと

対象：天童市に住んでいた人、天童に興味がある人など

→Uターンを考えている学生・社会人にも声をかけて、実際にこのプログラムに参加した学生らのアドバイザーとなってもらう。

場所：天童市内

内容：

明治大学と連携して実施している「創業者出身地への学生派遣プログラム」の発展版である。日本政府としても地方活性化に向けたプロジェクトを推進している現在、地方創生と称したプログラムが多く開催されているため、学生の学びの場としてこの天童市を提供することで移住を考え始めるきっかけをつくることができる。

課題例) じゃがらむらの地域振興を考える

④ 移住相談室の設置

場所：天童市市役所 または 東京都内（移住者支援カフェ）*⑤参照

内容：

- ・移住に直結した問い合わせだけでなく子育て、教育に関する問い合わせにも対応できる窓口とする。移住する際の手続きとしてバラバラの窓口で相談に行かなくてはならないのは移住者にとって大きな負担であり、移住をためらう理由にもなっている。そこで、窓口を一つに統括することで移住を考える第一歩のハードルを低くすることができるのではないかと考えた。

- ・ハローワークとの連携

ハローワークと連携して、移住者が天童市内で職を得ることができるよう職業支援を行う。

- ・不動産との連携

移住者が不安を抱える点として、「職探し」と「住居探し」の2点が多く挙がった。そこで、不動産と窓口が連携することで、住まいの紹介も実施する。

⑤ I ターンUターン交流カフェ

目的：I ターン、Uターン希望者動詞のつながりを深めること

場所：東京都内

内容：

- ・U I ターンを希望する人対象のイベント企画

例) モンテディオ山形の観戦/実際にU I ターンした人との懇談会など

U I ターンした方々のお話しの中で、U I ターン希望者同士の交流をする機会が少ないことが分かった。そこで、U I ターン希望者同士の交流の場を設けることで移住を考える動機付けにつながると考えられる。

- ・天童情報ブースの設置

→就活フェアなどのイベント紹介。

課題点：

- ・天童市のみで交流カフェを運営するのは、財政的に見ても負担が大きいと考えられるので、いくつかの市と協力するという形で企画案を提案する、もしくは県に協力を仰ぐなどが必要だと考えられる。

特に、県の協力が得られた場合都内にあるアンテナショップなどをカフェの設置場所として利用することができる可能性も広げることができると考えた。

⑥ Uターン向けふるさと納税制度

目的：県外へ出て継続的に天童市に興味を持ってもらえるようにする

対象：天童市外へ転出した人

内容：

- ・“カフェ王手”などで実施されるイベントチケットの配布

- ・天童市内でのイベント招待券

企画立案背景：

ふるさと納税制度の天童出身でない方の利用者は多いが、県外へ転出した人の利用者が少ないということから転出者向け・天童出身の方向けの商品を提供することを考えた。

納税可能価格を1000円程度からにまで引き下げ、イベントチケットを代わりに配布するとU I ターンを考えている人にとっては天童に関わり続けるきっかけを得ることができるのではないかと考えた。

⑦ 公民館の活用

目的：移住者の方が地域コミュニティに溶け込みやすい雰囲気づくりをする

内容：

- ・公民館での活動をPRする

- ・地域コミュニティへの参加しやすさを強調する

企画立案背景：

移住を考える人の障害となっているのは、周囲に知り合いが全くいないという環境である。首都圏では、公民館の活動が定期的に行われていたり地域の方々が密接に関わっていたりといったことは珍しい。この地域コミュニティのつながりの強さを

押し出すことでも移住者を呼び込むことができると考えた。

⑧ 移住サポート体制の充実

目的：移住しやすい環境を整えること

内容：

- ・家のリフォーム支援を行う

例) 空き家の活用、実家の改装支援など

→天童で生まれ育った人が転出して、何年かして戻ってきた際にその居住先として実家が考えられる。結婚している人が移住してくることを考えると将来的には二世帯住宅を建てるということも視野に入れて考える人も多いと思うので、実家の改装支援やリフォーム支援の需要は大きいと考えた。

- ・引っ越しの際の助成金支給 *3年以上居住できる人に限定する

移住するとなった場合、かなりのお金を用意しなければならないため引っ越しの助成金がありより安く移住できる地域というのは手当がない地域よりも移住者が集まりやすいと考えた。しかし、1年で他の地域に移動してしまうという事態は避けなければならないため、約3年は天童に滞在してもらえることを確約していただいた方に助成金を支給するという制度を考えた。

⑨ 移住ツアーの企画

対象：移住先として天童市に興味がある人（初めて天童市に視察に訪れる人）

概要：

移住先として不便でない点をアピールするとともに、田舎でしか味わえないスローライフを強調したツアーにする。

- ・移住した方の体験談を聞くことができる
- ・地域コミュニティが形成されている地域を訪れる。

例) ゲンキッズ、公民館、イオンモールなど

企画立案背景：

移住者が移住先の候補地として天童市を訪れた際に、自分たちだけで知らない土地を周るのは地理的にも慣れていないため負担が大きく、天童市の魅力を伝えきれないまま帰ってしまうことも考えられる。そこで、移住希望者を対象とした移住ツアーを企画して、「観光地ではなく移住先としての天童」を印象づける。

5. PR 方法

ここからは企画の PR 方法について述べていく。PR を訴求する対象として考えられるのが、天童市（または大きい括りで山形県）から市外・県外に出て行った大学生・就職した人、地方での生活に興味がある学生・若者、天童市出身だが東京在住の人、移住に興味がある人・移住を考えている人、である。それぞれの対象によって求める情報のレベルが違うため、情報の獲得方法も変わってくる。そこで各対象の心理状態に合わせて適切な情報を届ける方法をチームで議論し、考えた案が全部で4つある。

- ① 天童市の SNS アカウント作成
- ② UI ターン専用ホームページの作成
- ③ アンテナショップでの天童市に関する情報発信
- ④ 市役所に移住相談室を設置

以上の4つであり、それぞれ詳しく述べていく。

- ① 天童市の SNS アカウント作成

目的：少しでも天童市に関心を抱いてもらうきっかけをつくる。

対象：UI ターンや移住を意識していない人、もしくは深く考えていない人たち

：

使用する SNS としては Twitter と Facebook を考えている。市役所主体の公式アカウントを作り、定期的な頻度で情報の発信を行う。一次的な情報拡散の手段としての位置づけであり、SNS を利用して私たちが企画した「就職活動フェア」や「天童市市役所インターン」などの情報発信や、移住に関するプチ情報などを定期的に発信していく。

参考：下図は鳥取市の Twitter における公式アカウントである。ここでは市のイベントや職員採用に関する情報などを定期的に発信しており、市の公式 HP がリンクされている。フォロワー数を見ても 3619 人と、需要もかなりの規模で存在していることがわかる。



(参照：Twitter 鳥取市公式アカウント 2015/10/12)

- ② UI ターン・移住者専用 HP の作成

目的：市のイベントや就活フェアに参加してもらうため

対象：県外へと出て行った大学生・在職者、天童市、もしくは移住に興味を抱いている人

内容：

UI ターン・移住に関する情報に特化した独立 HP を作成する、もしくはその HP を天童市 HP

内で発見しやすい場所に位置させる。関心を持っている所から就職フェアやインターンに来てもらうというフェーズに移ってもらえるかどうかの段階にあるので、HP の見やすさ、わかりやすさというのは重要になる。しかし、現在の天童市 HP では UI ターン者に対する情報発信がほとんどない、または移住に関するページを発見しにくいという問題点がある。(下図の赤枠に示した部分が移住に関するページへ飛ぶリンクであるが、一見移住に関する情報がどこにあるのかわかりづらい。)



(参照：山形県天童市公式ホームページ <http://www.city.tendo.yamagata.jp/> 2015/10/12)
 参考：積極的に移住推進に取り組んでいる長野県や鳥取県では、下図に示しているように移住や UI ターンに関する HP が独立して存在しており、情報収集が簡単である。独立した HP を市で持つのが難しいとしても「天童に住もう」の位置を上位に変更するといった小さな UI の変化でも大きな違いを生み出すはずである。



(参照：しまね UI ターン総合サイト <http://www.kurashimanet.jp/> 2015/10/12)

③ アンテナショップにおける天童市の情報発信

目的：東京に居住している人たちにも天童市に関する情報を届ける

対象：東京に居住している人、東京を訪れた人

内容：

現在、東京の銀座に山形県のアンテナショップが出店されている。天童市のイベントや私たちが企画している「カフェ王手」の情報をチラシといった媒体でも良いので、アンテナショップに置かしてもらい、PR していきたいと考えている。この店に来る人の多くは山形県に何かしらの関わりがあったり、興味を抱いている人だと予想され、そこでの情報発信は大きなアピールにつながるだろう。

④ 市役所に移住相談室を設置

目的：移住に関する適切な情報を簡単に届けるため

対象：移住を考えている人、天童市への UI ターンを考えている人

内容：

天童市役所に移住に関する情報を一括に提供する、または移住に関する質問の窓口となる「移住相談室」なるものの設置を提案する。現在、天童市には移住に関する業務を一括で請け負う部署がないために、移住希望者が求める情報によって問い合わせる部署が変わるなどの問題が生じている。これではせっかく移住に前向きな人に手間をわずらわせてしまい、また適切な情報を届けるのに時間がかかってしまう。そこで、市役所に移住相談室を設置することで、気軽に移住について相談できるだけでなく、移住に関する情報も一元化されることで手軽に情報を獲得できるようになる。

以上、私たちが考えた4つのPR方法である。対象者が「移住」という結果に至るまでの心理状態の変化に合わせてPR方法を変えることでより効果的になる。初めはSNSといった媒体を通して、多くの情報をこまめに発信していくことが求められる。その後は、より深い情報を適切に届ける体制をとることが重要であり、私たちは専用HPの作成や移住相談室の

設置を提案する。8月の現地調査を通して、天童には生活しやすい環境が整っており、またたくさんのイベントも企画されていることを感じた。今後はそれらを多くの人にも知ってもらう取り組みが重要であり、私たちが提案する企画と合わせて、それらの「PR の仕方」というのも重要になってくるところであり、今回の提案が少しでも参考のひとつになることを期待している。