

令和6年度
「未来の教室」実証事業

最終報告書



【事業名】

地域を超えた学びのサード・プレイス

【事業者名】

すさみスマートシティ推進コンソーシアム

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実施内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実施内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

1. 事業者紹介_すさみスマートシティ推進コンソーシアム

主催者	すさみスマートシティ推進コンソーシアム（和歌山県すさみ町）
設立日	令和3年8月30日
目的	産学金民官連携により、IoTやAIを含むICT等の先端技術を活用しながら、スマートシティを目指し、地域の抱える防災、観光、交通、経済、高齢化等の諸課題を解決するとともに、人々の生活の質を高め、全体を最適化させながら持続的な発展が可能なまちの実現を目指す
参加団体	すさみ町 一般社団法人すさみ町観光協会 ソフトバンク株式会社（防災WG幹事） 株式会社ウフル（観光WG/ 教育WG幹事） 株式会社南紀白浜エアポート ベル・データ株式会社 milab株式会社 MONET Technologies株式会社（MaaSWG幹事）
アドバイザー	和歌山県庁

1. 事業者紹介_すさみスマートシティ推進コンソーシアムの活動概要

すさみ町では、令和3年8月にすさみスマートシティ推進コンソーシアムをすさみ町含む7団体で発足し、スマートシティの取組を開始。町内人口の200倍(年間80万人)観光客が訪れる防災道の駅指定の「道の駅すさみ」、高台移転した「防災センター」、リニューアルした「観光案内所」を起点として、南海トラフ地震や大雨等のリスク、高齢化・人口減の人手不足、災害発生前後の観光客への情報発信、といった課題解決に挑む。PLATEAUデータやデータ連携基盤を活用し、ドローン技術の防災や日常業務への効率的な活用、防災観光ポータル等による的確な情報発信、といった平時と有事を同一システムで構築するエコシステムにて、安心安全で快適な町づくりを推進している。



1. 事業者紹介__教育WGの設立

コンソーシアムでは実施する事業内容に合わせワーキンググループを設立している。
本プロジェクトを実施するにあたり、教育ワーキンググループを新たに設立した。

すさみスマートシティ推進コンソーシアム 会長：すさみ町長

防災WG

幹事：ソフトバンク株式会社

事業：観光拠点・防災道の駅
中心の観光防災の高度化・自
動化実証事業

(国土交通省補助: 有)



観光WG

幹事：株式会社ウフル

事業：防災と観光データ相互
連携による住民と訪問者を繋
ぐポータルサイト事業

(総務省補助: 有)



1タッチで切替

MaaS WG

幹事：Monet Technologies株式会社

事業：デジ田デジタル実装タ
イプ (Type1) 「行政
MaaS」の推進

(内閣府補助: 有)



新
設

教育WG

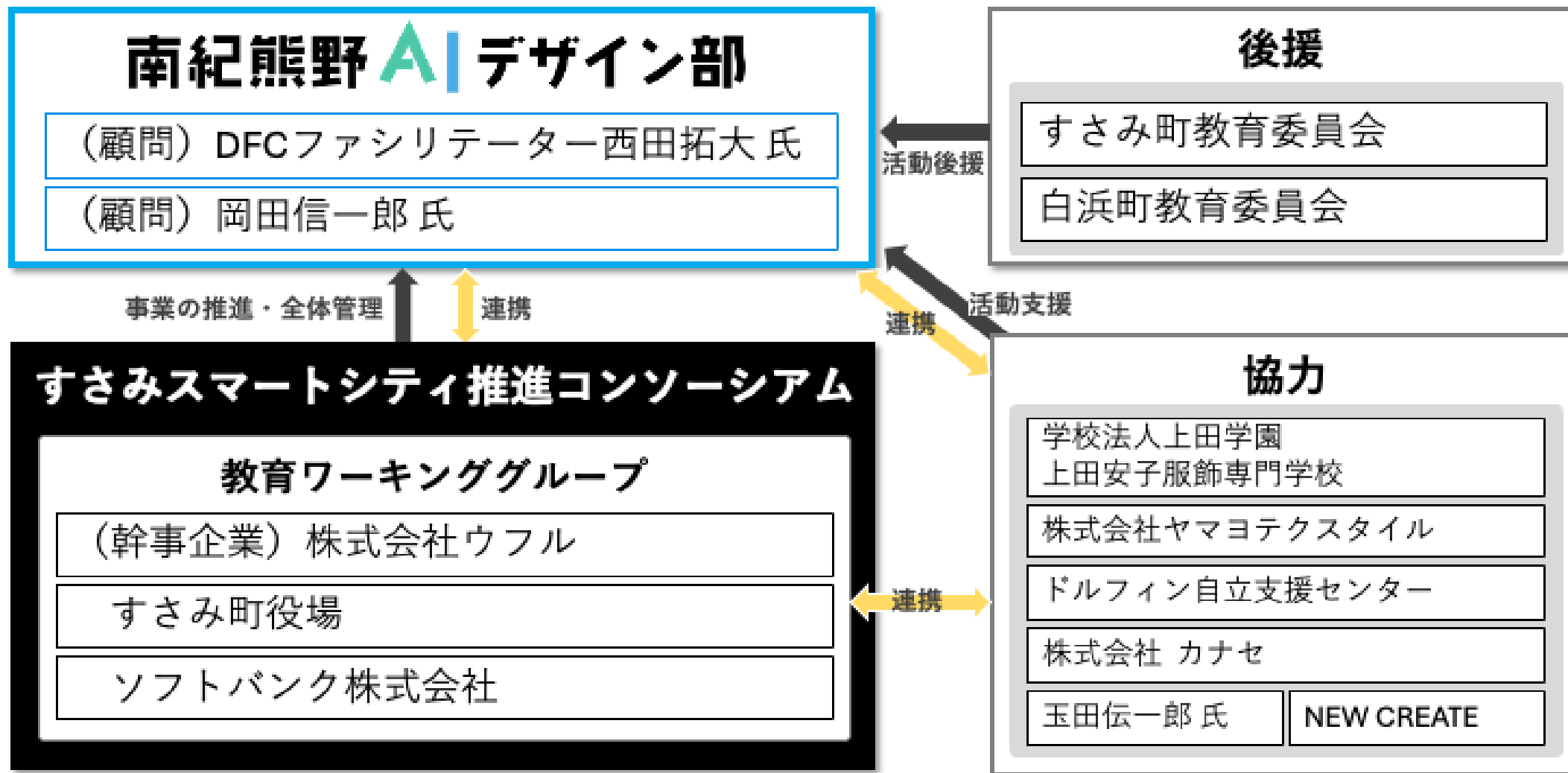
幹事：株式会社ウフル

事業：地域を超えた学びの
サード・プレイス

南紀熊野 AI デザイン部

1. 事業者紹介_実施体制

設立した教育ワーキンググループを中心に、IT企業と地域の企業の連携を強化し、具体的な計画を策定しながら、スピード感をもってプロジェクトを推進した。



- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ**
- 3 実施内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

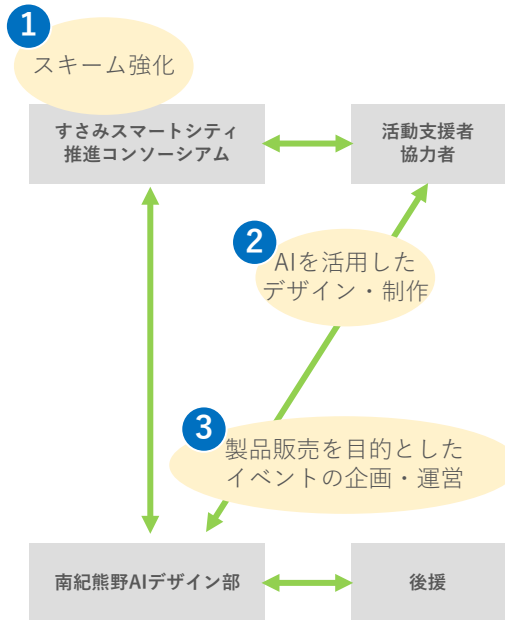
Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

実証テーマ

学生同士や異なるスキルを持つ人々との交流を通じて、 専門技術やビジネススキルを持続的に学ぶ場のモデル検証

学校や企業、様々な団体が、それぞれの活動地域を越え協働し、幅広い人材や組織との交流を通じて、子どもたちが専門的なスキル活用による地域振興を学び、実社会で活躍できる人材の育成を目的とした持続可能な学びのサード・プレイスを創出する

実証スキーム図・実施内容



① AIやデザイン教育を通じて、地域を超えた人材を巻き込みスキーム強化

- 地域の魅力や課題を発見するための交流
- アロハシャツ等の制作に関する社会学習
- イラストデザイン手法の学習

② AI活用で地域魅力を表現したアロハシャツ等をデザイン・制作

- 地域の魅力や特徴をモチーフとしたデザインアイデアの作成
- 外部講師と共にデザインのブラッシュアップをし、サンプルを制作

③ 持続可能なサード・プレイスの運営方法

- 成果物の販路の検討
- 成果物販売以外の運営資金調達方法の検討
- 持続可能な収支計画

実証成果

- #### ①
- 子ども：学校では出来ないAI学習やデザイン学習に魅力を感じて参加した子どもが多く、学校では得難い学習カリキュラムの提供がサード・プレイスの構築に有効
 - 企業：教育プログラムの支援を検討するにあたって、ほとんどの企業が「地域への貢献度」「地域との繋がり構築」を重要視しており、地域の魅力を積極的に発信したい企業や教育に熱い思いを持つ企業にアプローチをすることが肝要
 - 保護者：保護者においても「地域への貢献度」を重要視する声が多く、取り組みがどのように地域のためになるかを、具体的に訴求していくことが肝要

- #### ②
- AIとモノづくりに関する学習効果以外にも、子どもたちに以下の学習効果が見られた
 - 地元企業訪問やフィールドワークを通じた学習により、地域の魅力理解度や愛着、貢献意欲が向上
 - AIに自身が形にしたいデザインを試行錯誤しながら打ち込む過程で、自身が感じたことやイメージを言葉にするスキルを身に付けた（また、この言語化スキルの獲得が子どもたちにとって本取組全体の学び全体で最も満足度が高かった）

- #### ③
- 地元観光地にて、子どもたちが制作した成果物を販売することには、一定のニーズがあることが明らかになり、運営費を補填する方法に可能性を見出せた
 - 地域の有力者は都市部の投資家候補と比較し、支援を前向きに検討する傾向があり、教育を軸にした地域振興を訴える寄附訴求のためのストーリーの検討が必要
 - 金銭的な支援に限らず、子どもたちの送迎や場所の提供など、各ステークホルダーから多様な形での協力が可能であることがアンケートを通して明らかになった

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実施内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

3. 実証内容

① 実証の背景と目指す姿

3. 実証内容 ①実証の背景と目指す姿

背景（課題）

- ・子どもたちに専門的な知識を教えるための人材確保が地域内／地域外ともに難しい
- ・誰もが訪れやすい、教育を受けるための環境をオンライン／オフラインともに整えにくい
- ・専門的な知識を学ぶためのツールの準備が難しい
- ・学校、地域、企業の連携モデルがなく、学校職員の負担増大になっている
- ・地方自治体の財政的制約があるため、事業継続のための費用が賄えない

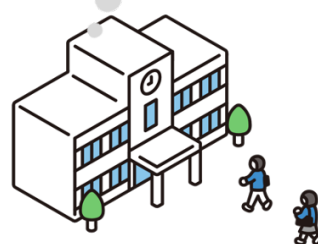
目指す姿

- ・地方の中学校において、最先端のICT／AI教育が日常的に行われ、子どもたちが未来社会に必要なスキルを身につけている
- ・学校、地域の企業、テクノロジー企業が連携し、持続可能な形で質の高い教育プログラムを提供している
- ・放課後や休日を活用した「学びのサード・プレイス」が確立され、子どもたちが主体的に学び、創造する場となっている
- ・都市部の企業人材が地方の教育に関わる仕組みが確立され、地域と都市の人材交流が活性化している

【南紀熊野AIデザイン部】

地域課題が直面する教育現場の課題を学校や企業、様々な団体がそれぞれの活動地域を越え、協働することにより解決を目指す

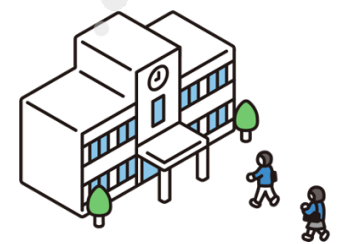
教育の多様化
教育の専門性
学校の負担増大
予算の確保手段



南紀熊野 AI デザイン部

地域全体で協働

教育の多様化 ✓
教育の専門性 ✓
学校の負担低減
予算の確保手段 ✓



なぜアロハ・ポロシャツなのか

以下の要素を鑑みた上で、総合的に有効な検証性が高いことから対象として選定

経済面における 持続可能性

役場や空港でも正式なユニフォームとして用いられており、地場企業の購入の可能性や観光客の購入も考えられ、事業としての継続に当たって一つの財源と成り得る可能性があり、その意向を検証指標の一つとして選定した。

表現における 地域特性の含有

本プロジェクトを地域に関する学びの場としても成立させるに当たって、自由度高く好きな柄等を盛り込みやすいアウトカムを設定することで、子どもたちに自由な発想で地域を表現することのできる設計として選定した。

工程における AIの有用性

社会学習としての実制作の側面もありながら、デザインといった専門的な領域において生成AIを用いることで、そのハードルを下げ、キーワードレベルからどのような転換を行われるのかを視覚的に体感できる触媒として選定した。

3. 実証内容

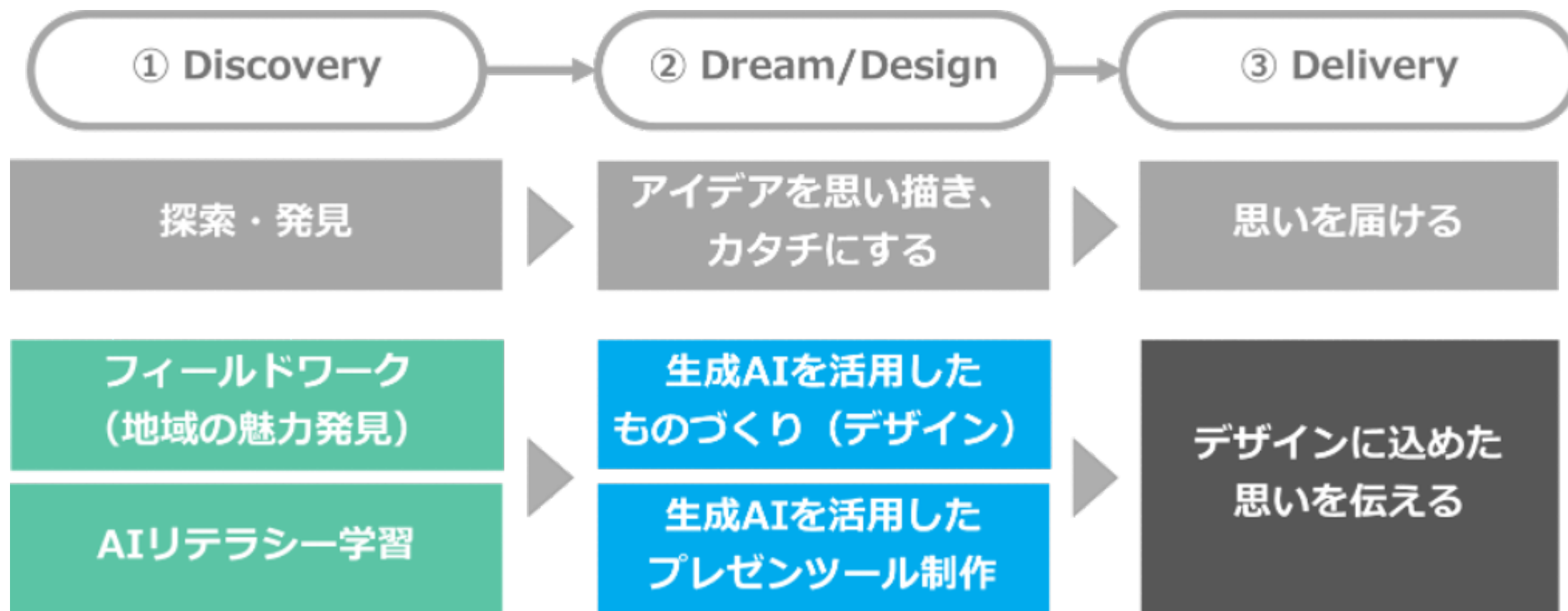
②実証目的と実施内容

3. 実証内容 ②実証目的と実施内容

実証内容	実証目的	実施内容
<p>実証① AI技術とアロハシャツ等の制作・デザインの教育プログラムを通じて、地域を超えた人を巻き込み、スキームを強化する</p>	<p>地域内外の子ども・企業を巻き込んだ学びのサード・プレイス構築の要諦を明らかにする</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域内外の子どもを巻き込むための要諦は何か 地域内外の企業を巻き込むための要諦は何か 	<ul style="list-style-type: none"> 地域のデータや有識者との交流を通じてこれまで知らなかった地域の魅力、課題を発見 アロハシャツ等の制作の流れなど社会学習 アロハシャツ等のイラストデザイン手法の学習
<p>実証② 地域の魅力を表現したアロハシャツ（その他ポロシャツ等デザイン含む）をAIを活用してデザイン・制作する</p>	<p>AIを活用したものづくり・地域の魅力発信の学習効果を測る</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域の魅力を伝えるうえでアロハシャツ等のものづくりは有効か ものづくりにおいて、AIなどのデジタル技術の活用が有効か 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の魅力や特徴をモチーフとしたデザインアイデアを、プロンプトベース（文字ベース）で、AIに描いてもらう デザインアイデアを外部講師と共にブラッシュアップする ブラッシュアップしたデザインをもとにアロハシャツ等のサンプルを制作
<p>実証③ 製品販売を目的としたイベントの企画・運営を行い、販売する上でのニーズ・価格を可視化する</p>	<p>持続可能なサード・プレイスの運営方法を明らかにする</p> <ul style="list-style-type: none"> 成果物の販路とは 成果物販売以外の運営資金調達方法 持続可能な収支計画とは 	<ul style="list-style-type: none"> 成果物販売についてのニーズ調査を行う（地域住民、観光客、町役場、投資家等へのヒアリング） カリキュラムにおける成果発表会の実施と来場者に向けたアンケートの実施 投資家候補に向けた支援の可能性を観点にしたアンケートの実施 今回実施した事業でかかった費用を内部試算。各ステークホルダーに期待できる支援内容と比較し、コスト削減の可能性を検討する。

カリキュラムのフレームワーク

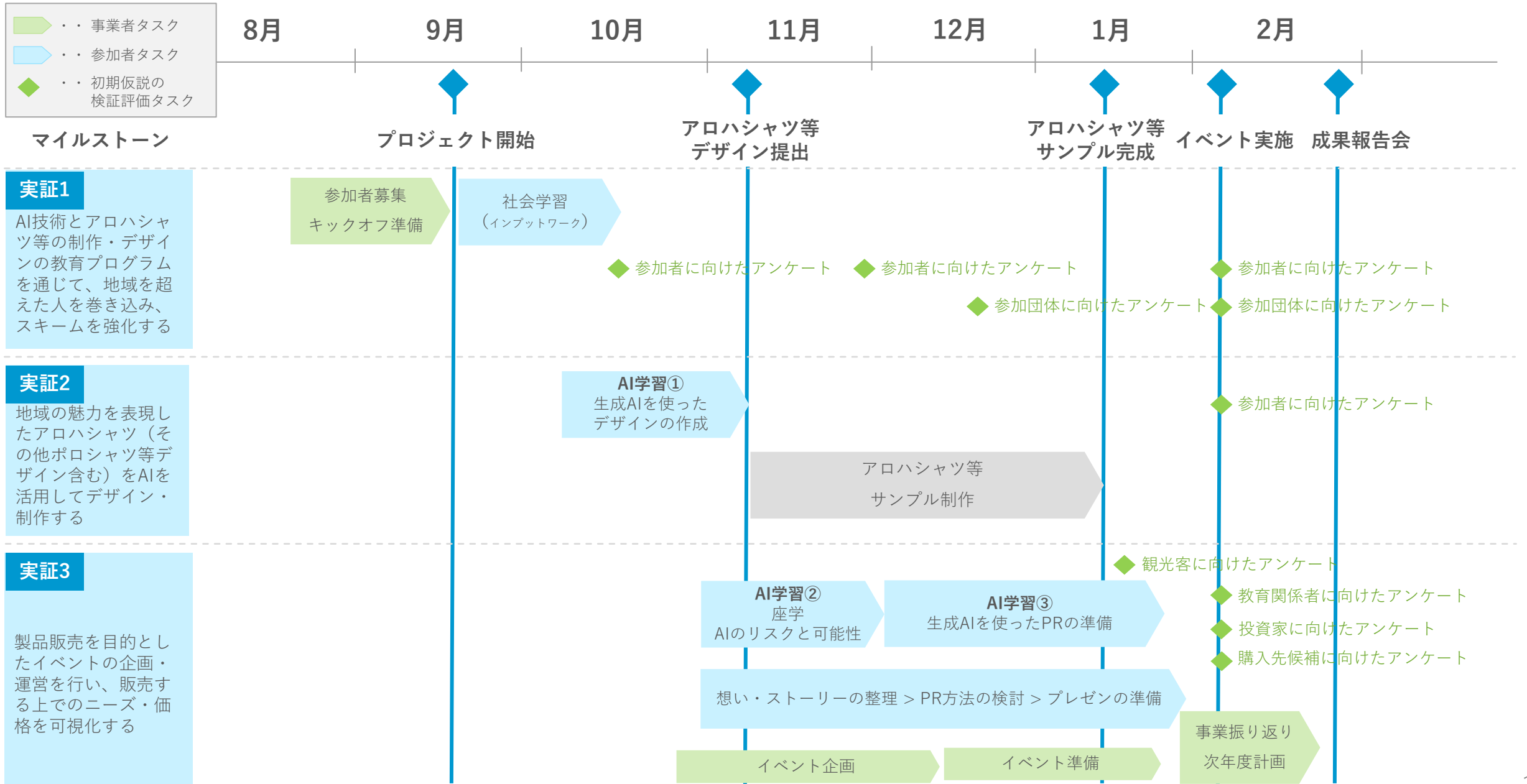
「AIを活用したものづくり」×「地域の魅力発信」に係る一連のプロセスとスキルを学ぶフレームワークを用いコンソーシアムが運営する学びのサード・プレイスとしての実証を行う。



3. 実証内容

③実施スケジュール

3. 実証内容 ③実施スケジュール



3. 実証内容_③実施スケジュール【詳細】

南紀熊野AIデザイン部の活動スケジュール

回	開催日時	場所	内容
第1回	2024年 9月21日 (土) 14:00-16:00	すさみ町多世代交流施設 E'cora	キックオフ (カリキュラム/スケジュール説明、自己紹介)
第2回	2024年 9月25日 (水) 16:00-17:30	白浜町第2ITビジネスオフィス	白浜・すさみの『地域らしさ』を学ぶ
第3回	2024年10月 5日 (土) 8:00-18:00	上田安子服飾専門学校 (大阪)	服飾デザイナーの仕事を学ぶ
第4回	2024年10月 9日 (水) 16:00-18:00	ヤマヨテクスタイル (上富田町)	丸編みニットの製造を学ぶ
第5回	2024年10月16日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	AIデザイン学習①
第6回	2024年10月23日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	AIデザイン学習②
第7回	2024年10月30日 (水) 16:00-17:30	すさみ町多世代交流施設 E'cora	AIデザイン学習③
第8回	2024年11月 6日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	AIデザイン学習④
第9回	2024年11月13日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	AIデザイン学習⑤
第10回	2024年11月20日 (水) 16:00-17:30	すさみ町多世代交流施設 E'cora	座学 (生成AIのリスクについて) /アウトプットワーク
第11回	2024年12月 4日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	座学 (生成AIの可能性について) /アウトプットワーク
第12回	2024年12月11日 (水) 16:00-17:30	すさみ町多世代交流施設 E'cora	プレゼン準備① (イベントに向けたPR方法検討/生成AIを活用したPR準備)
第13回	2024年12月18日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	プレゼン準備② (イベントに向けたPR方法検討/生成AIを活用したPR準備)
第14回	2025年 1月15日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	プレゼン準備③ (イベントに向けたPR方法検討/生成AIを活用したPR準備)
第15回	2025年 1月18日 (土) 10:00-12:00	アドベンチャーワールド	PR・広報について学ぶ
第16回	2025年 1月22日 (水) 16:00-17:30	すさみ町多世代交流施設 E'cora	プレゼン準備④ (イベントに向けたPR方法修正/生成AIを活用したPR準備/発表準備)
第17回	2025年 1月29日 (水) 16:00-17:30	白浜中学校	プレゼン準備⑤ (生成AIを活用したPR準備/発表準備/発表練習)
第18回	2025年 2月 1日 (土) 10:00-12:00	すさみ町総合センター	成果発表会

3. 実証内容_③実施スケジュール【活動の様子】

第1回「キックオフ」



第2回「白浜・すさみの『地域らしさ』を学ぶ」



第3回「服飾デザイナーの仕事を知る」

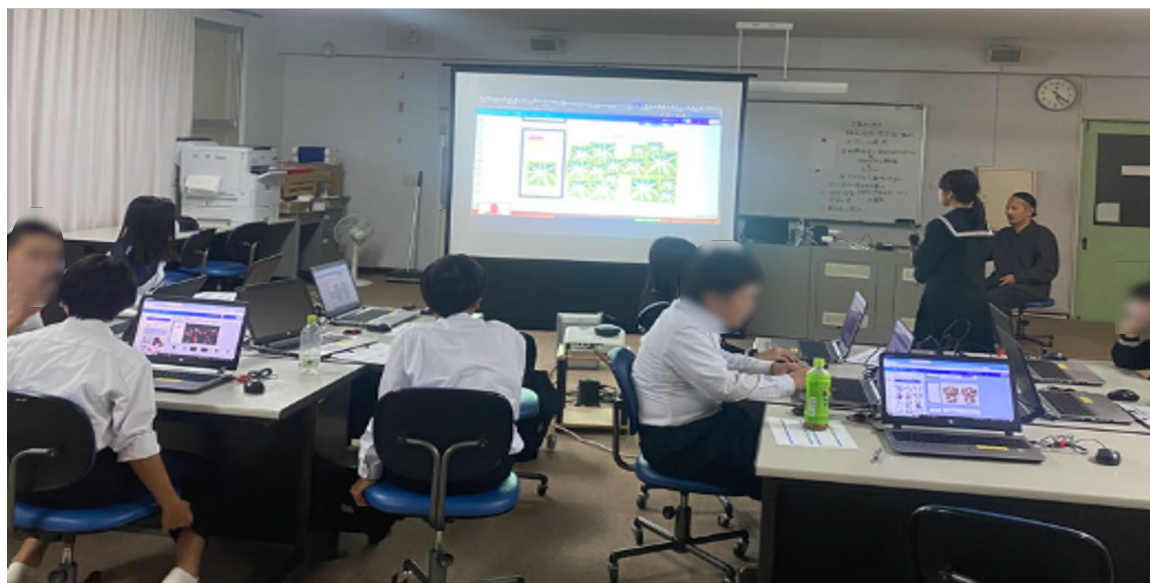
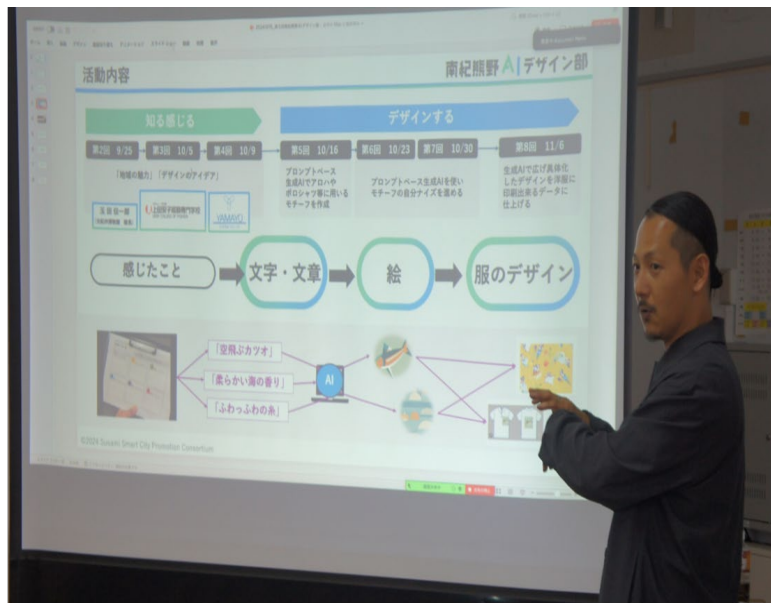


第4回「丸編みニットの製造を知る」



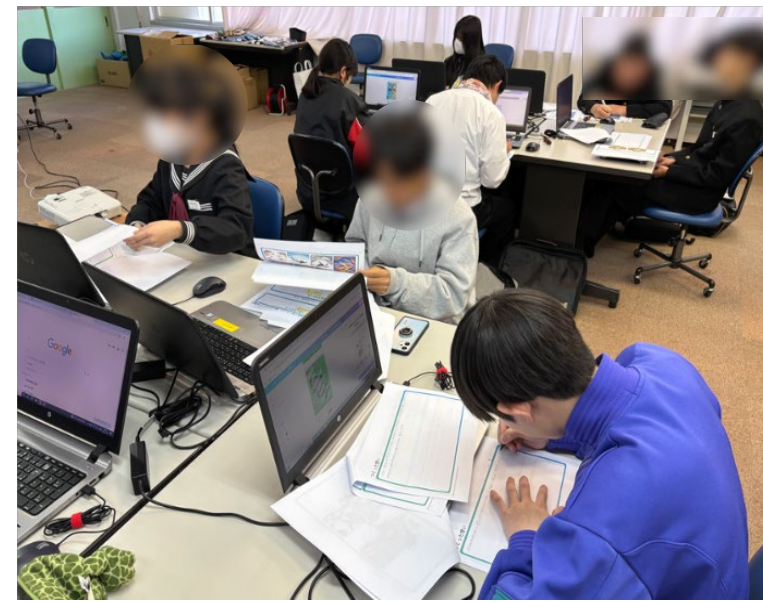
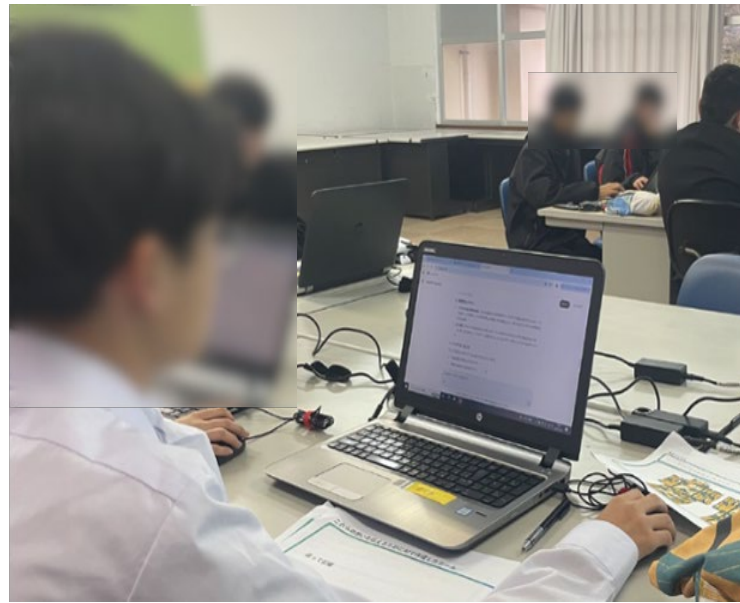
3. 実証内容 ③実施スケジュール【活動の様子】

第5回～第9回「AIデザイン学習」、第10回「座学（生成AIのリスクについて）」、第11回「座学（生成AIの可能性について）」



3. 実証内容_③実施スケジュール【活動の様子】

第12回～第14回、第16回～第17回「プレゼン準備」



3. 実証内容_③実施スケジュール【活動の様子】

2025.1.18_第15回「PR・広報について学ぶ」



3. 実証内容 ③実施スケジュール【活動の様子】

2025.2.1_第18回「成果発表会」

未来教室 LEARN INNOVATION 経済産業省 令和6年度「未来の教室」実証事業

南紀熊野 AI デザイン部

成果発表会

すさみスマートシティ推進コンソーシアム
教育WG

©2025 Susami Smart City Promotion Consortium



- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実施内容
- 4 実証成果**
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

4. 実証成果

4. 実証成果

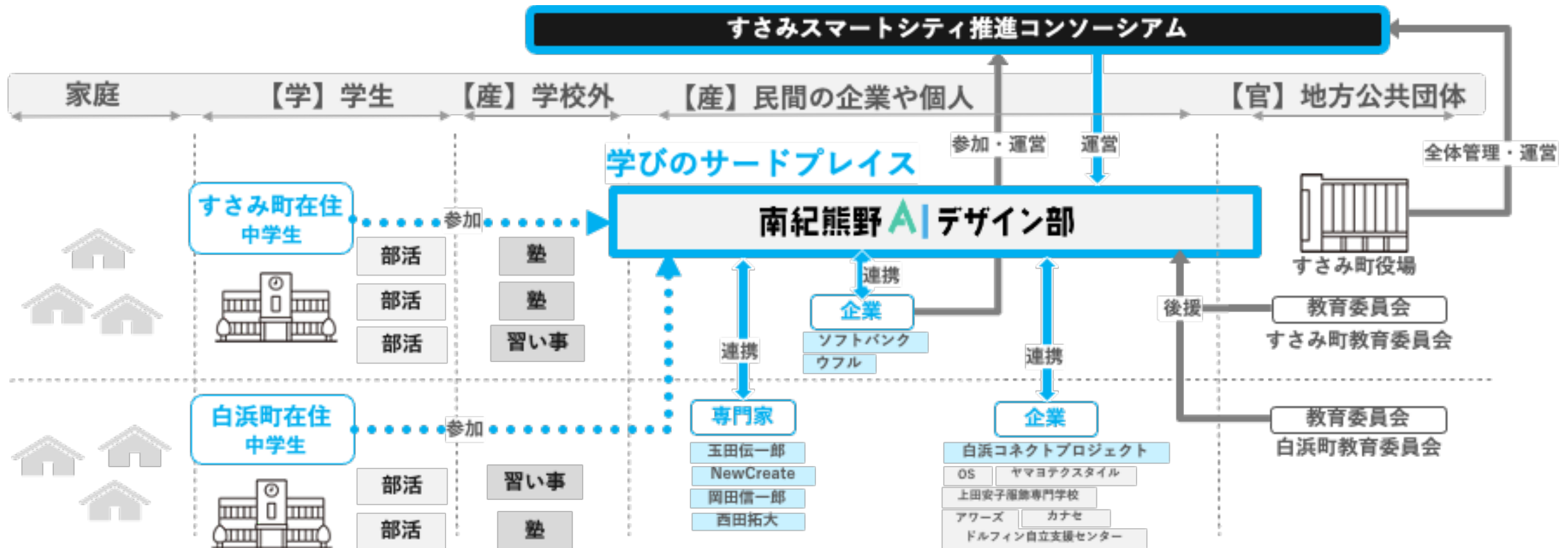
実証内容	実証成果	実証成果に対する考察
<p>実証① AI技術とアロハシャツ等の制作・デザインの教育プログラムを通じて、地域を超えた人を巻き込み、スキームを強化する</p>	<ul style="list-style-type: none"> 子ども：学校では出来ないAI学習やデザイン学習に魅力を感じて参加した子どもが多く、<u>学校では得難い学習カリキュラムの提供がサード・プレイスの構築に有効</u> 企業：教育プログラムの支援を検討するにあたって、ほとんどの企業が「地域への貢献度」「地域との繋がり構築」を重要視しており、<u>地域の魅力を積極的に発信したい企業や教育に熱い思いを持つ企業にアプローチをすることが肝要</u> 保護者：保護者においても「地域への貢献度」を重要視する声が最も多く、<u>取り組みがどのように地域のためになるかを、具体的に訴求していくことが肝要</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 子どもたちにとって、AI技術の学習 × ものづくりを通じた地域振興に資する学びや地域内外の企業との交流を通じた学び（地域の魅力発見など）は学校で得ることはできず、<u>子どもの興味関心を「伸ばす」学びの場を地域に構築する必要がある</u> 各ステークホルダーを巻き込むには、<u>地域へ貢献したい気持ちや教育への熱い思いは不可欠</u>であり、そういった<u>思いを昇華させていくスキーム</u>を検討していく必要がある
<p>実証② 地域の魅力を表現したアロハシャツ（その他ポロシャツ等デザイン含む）をAIを活用してデザイン・制作する</p>	<ul style="list-style-type: none"> AIとモノづくりに関する学習効果以外にも、子どもたちに以下の学習効果が見られた 地元企業訪問やフィールドワークを通じた学習により、<u>地域の魅力理解度や愛着、貢献意欲が向上</u> AIに自身が形にしたいデザインを試行錯誤しながら打ち込む過程で、<u>自身が感じたことやイメージを言葉にするスキルを身に付けた</u>（また、この言語化スキルの獲得が子どもたちにとって本取組全体の学び全体で最も満足度が高かった） 	<ul style="list-style-type: none"> 地域との連携は、子どもたちの社会的責任感や地域貢献意識を育む上で重要であり、<u>今後更なる地元企業と連携した教育プログラムを拡充していくべき</u> 本取組に参加した学生がプログラム終了後も更なる学びを得たり、実際に<u>地元貢献活動を企業と行うといったネクストステッププログラム</u>を用意して学習効果をさらに高める事を検討していくべき
<p>実証③ 製品販売を目的としたイベントの企画・運営を行い、販売する上でのニーズ・価格を可視化する</p>	<ul style="list-style-type: none"> 地元観光地にて、子どもたちが制作した成果物を販売することには、<u>一定のニーズがあることが明らかになり、運営費を補填する方法に可能性を見出せた</u> 地場の有力者は都市部の投資家候補と比較し、支援を前向きに検討する傾向があり、<u>教育を軸にした地域振興を訴える寄附訴求のためのストーリーの検討が必要</u> 金銭的な支援に限らず、子どもたちの送迎や場所の提供など、各ステークホルダーから<u>多様な形での協力が可能</u>であることがアンケートを通して明らかになった 	<ul style="list-style-type: none"> 観光地での販売はある程度、有効であるものの、町役場の方やコンソメンバー企業など、<u>地域の魅力発信が役務となっている職員・組織に対して継続的に購入してもらう仕組み</u>を確立することが、事業運営のための継続資金の確保に効果的 <u>教育に熱量のある企業をどれだけ巻き込めるか</u>が持続的な資金調達のための大きなポイントとなる <u>各ステークホルダーが望む形で支援ができる、オープンな支援メニューの構築</u>が持続的な運営に有効

4. 実証成果

<実証①> 地域内外の子ども・企業を巻き込んだ学びのサードプレイス構築の要諦

(1) サード・プレイスの在り方

産官学が連携する体制を、スマートシティという目的で集まり活動しているコンソーシアムが担うことにより、実践的な教育へのニーズを吸い上げ柔軟に教育に反映する。コンソーシアム参加企業が運営の中心となり、地域の企業、専門家と連携を取った体制により、地域のリソース不足を補うことができ、各ステークホルダーの従来の活動地域・範囲での負担を越え持続的な協働の可能性が高まる。



4. 実証成果 <実証①> 地域内外の子ども・企業を巻き込んだ学びのサード・プレイス構築の要諦

(2) 産官学における各ステークホルダーの在り方（役割）

産官学それぞれ協力できるリソースをそれぞれ無理の無い範囲で提供し連携を図る。以下表は今回の実績となる。

組織	役割
	凡例： …ヒト …コト …モノ …その他
産	西田拓大 顧問 ビジョンの設定 モチベーションの維持
	岡田信一郎 顧問 リソースの確保 問題解決
	玉田伝一郎 地域らしさ講師
	上田安子服飾専門学校 デザイン講師 デザインデータ編集 プリント
	ヤマヨテクスタイル 地域らしさ講師 ものづくり講師 生地提供
	OS サンプル生産進捗管理
	NewCreate AIツール講師
	カナセ ボタン提供
	ドルフィン自立支援CN 裁断縫製
	アワーズ PR講師
産官	SC推進コンソーシアム AI/デザイン講師 カリキュラム作成 学習機材 広報支援 送迎 全体管理
官	すさみ町 場所提供 機材提供 学生募集協力 送迎 全体管理
学	周参見中学 学生募集協力
	白浜中学 学生募集協力 場所提供 送迎

(3) 各ステークホルダーへのアンケート・ヒアリング結果

A. 地域内外の【子ども】の巻き込み方の検討（入口・内容・出口）

対象者	参加学生(10人)
目的	AI、ものづくり、学習コンテンツのPRが、地域内外の子どもの参加のインセンティブになりうるかを検証する
アンケート結果	学校では出来ないAI学習やデザイン学習に魅力を感じて参加した子どもが多く、 <u>学校では得難い学習カリキュラムの提供がサード・プレイスの構築には有効</u>
結果詳細	<ul style="list-style-type: none">・個々での活動ではなく「子ども同士の共同制作への関心」、「専門家に個別相談できる時間」を子どもは求めている・カリキュラムとして、「AIを使って別の物を作成する」ことが継続して参加してもらうのに有効・今回作成した成果物を売ったり、広めたりする活動に参加したい子どもが9割いた・子どもの求める学習効果は「デジタル知識の向上」「発想の自由度の向上」「探求心の刺激」 ※アンケート詳細はp75,p76に掲載

(3) 各ステークホルダーへのアンケート・ヒアリング結果

B. 地域内外の【企業】の巻き込み方の検討

対象者	関係企業（6人）、その他企業（3人）
目的	リレーション及びインセンティブの可視化が、地域内外の企業の協力になりうるかを検証する
アンケート結果	教育プログラムを支援する、また支援を検討するにあたって、ほとんどの企業が「地域に貢献する取り組みであること」「地域との繋がり構築」という点を重要視しており、 <u>地域の魅力を積極的に発信したい企業や教育に熱い思いを持つ企業にアプローチをすることが肝要</u>
結果詳細	<ul style="list-style-type: none">・ 支援する際、企業が特に重要視するのは「地域への貢献度」や「地域とのつながり構築」・ 企業から得られそうな支援は「運営サポート」や「開催場所の提供」「広報活動」など様々・ 「メディア露出」や「金銭的インセンティブ」、「関係企業同士の繋がり」「データ取得」といった利益に直接的につながるような項目を支援する際に重要視する企業の割合が低い ※アンケート詳細はp77,p78に掲載

(3) 各ステークホルダーへのアンケート・ヒアリング結果

C. 【その他ステークホルダー】の巻き込み方の検討（保護者、講師、学校教員、行政機関）

対象者	保護者（6人）、講師（2人）、学校教員（3人）、行政機関（2人）
目的	リレーション及びインセンティブの可視化が、その他ステークホルダーの協力になりうるかを検証
アンケート結果	企業以外の各ステークホルダーにおいても、「地域に貢献する取り組みであること」「地域との繋がりの構築」という点を重要視している
結果詳細	<ul style="list-style-type: none">・ いずれのステークホルダーにおいても、アンケートに回答したすべての人が「地域への貢献度」「地域との繋がりの構築」を重要視すると思うと回答・ インセンティブとして、「メディア露出」「金銭的インセンティブ」「企業との繋がり」「取り組みから得られるデータ」を具体例として示したが、相対的に「金銭的インセンティブ」はどの属性においても重要視されていない ※アンケート詳細はp79,p80に掲載

4. 実証成果

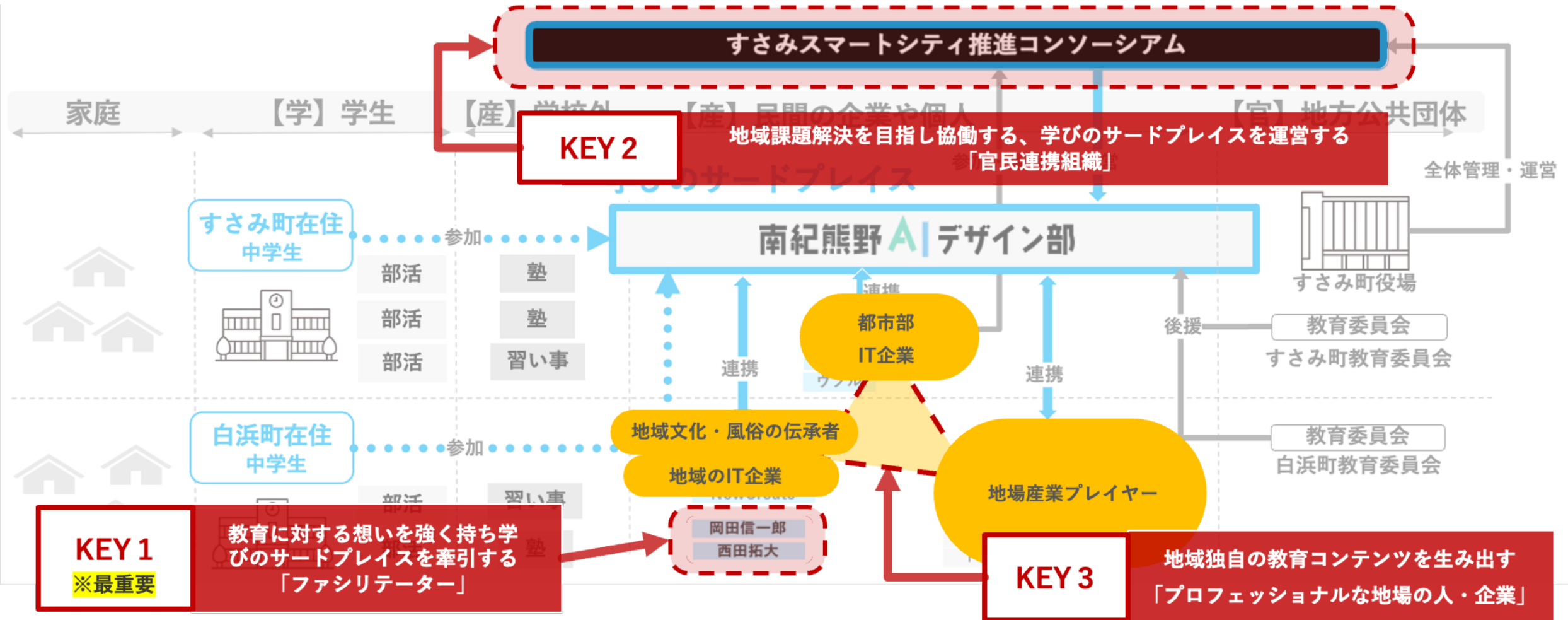
<実証①> 地域内外の子ども・企業を巻き込んだ学びのサードプレイス構築の要諦

【補足】 地域内外のステークホルダーを巻き込む要諦

4. 実証成果 <実証①> 地域内外の子ども・企業を巻き込んだ学びのサード・プレイス構築の要諦

■ 「地域内外のステークホルダーを巻き込む要諦」

3つの鍵をつなげまとめるのは **“深いつながり” = 「地域の子どものために」という思い**



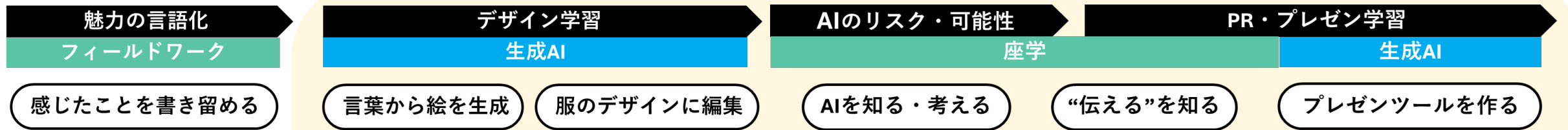
4. 実証成果

<実証②> AIを活用したものづくり・地域の魅力発信の学習効果

(1) AI学習の内容

参加者のほとんどがAIを使ったことがない中学生。座学から入るのではなく、ものづくりの中で、まずは使ってみることから始め、体験という感覚で理解した後に、座学でAIとは何か、リスクや可能性をテーマに知識を補い理解を深めた。

AI学習の範囲



デザインしたいコト・モノ

- ①豊かな自然環境の中で暮らす人
- ②一体になった山、海、川

伝えたいこと

- ①もっと暮らす人にも注目してもらいたかったから。
- ②海も山も、川も。ほんとに素敵。別々じゃなく全部アピールしたい。

The diagram illustrates the design process using AI:

- マジック生成** (Magic Generation): A user interface for generating images from text prompts.
- プロンプトとして入力** (Input as Prompt): The user's design goals are used as prompts for the AI.
- 生成されたイメージ** (Generated Images): The AI produces various landscape and nature-themed images.
- ポロシャツ** (Polo Shirt): The generated images are used to create a polo shirt design.
- アロハシャツ** (Aloha Shirt): The generated images are used to create an aloha shirt design.

体験後にAIとはなにかを考える

This section includes materials for reflecting on AI after the experience:

- 生成AIの仕組み** (How Generative AI Works): A diagram explaining the process of generating images from text.
- 体験後にAIとはなにかを考える** (Thinking about AI after the experience): A worksheet for students to reflect on their experience.
- 座学のまとめ紙(2/2)** (Classroom Summary Sheet 2/2): A worksheet for students to summarize their learning.

総務省：生成AIはじめての一步～生成AIの入門的な使い方と注意点～

FIDSメソッドを用いたデザインの再整理

This section includes materials for reorganizing design using the FIDS method:

- FEEL (感じる&観る)** (Feel & Observe): A worksheet for students to describe their feelings and observations.
- Imagine (想像する)** (Imagine): A worksheet for students to imagine and create their design.
- DO (行動する)** (Do): A worksheet for students to create their design.
- Share (共有する)** (Share): A worksheet for students to share their design.
- アロハシャツを作成する過程で感じたこと、選んだモチーフの理由** (Thoughts and reasons for chosen motifs during the aloha shirt creation process): A worksheet for students to reflect on their design process.

(2) デザイン学習の内容

「デザイン」という、得意不得意もある分野だが、地域の魅力というテーマで実施したフィールドワークで、感じた事を言語化。文字を直接生成AIのプロンプトとして使うことで、絵を書くのが普段苦手な子ども達も、デザインという過程を体験。また専門家からアドバイスをもらうことで、アロハシャツ等の成果物まで作る事を実現。



デザインしたいコト・モノ

①豊かな自然環境の中で暮らす人

②一体になった山、海、川

伝えたいこと

①もっと暮らす人にも注目してもらいたかったから。

②海も山も、川も。ほんとに素敵。別々じゃなく全部アピールしたい。



(参考) 学習を通して完成したサンプル



(3) 学習効果に関するアンケート・ヒアリング結果

A. 学習前後の子どもの意識変化

対象者	参加学生（10人）
目的	AIを活用したものづくり・地域の魅力発信のカリキュラムによって、学習前後のAIをはじめとした先進技術に関する学習意識を向上させることが可能かを検証
アンケート結果	AIに関する学習効果があることがアンケート結果から確認ができた。また他にも、AIに自身が形にしたいデザインを試行錯誤しながら打ち込む過程で、 <u>自身が感じたことやイメージを言葉にするスキルを身に付けた</u> （また、この言語化スキルの獲得が子どもたちにとって本取組全体の学び全体で最も満足度が高かった）
結果詳細	<ul style="list-style-type: none">・参加前には4割ほどの子どもがAIをほとんど使ったことがなかったのに対し、事業を終えて子ども全員が今後使う可能性があるという回答・特に子どものAIに対してのイメージや意識に変化がみられた・活動に参加する前にはデザインに関心が無かった子どもも今後もデザインの学びを続けたいといった意識変化がみられた ※アンケート詳細はp81,p82に掲載

(3) 学習効果に関するアンケート・ヒアリング結果

B. 地域の魅力理解における学習効果

対象者	参加学生（10人）、観光客（16人）、関係企業（6人）、その他企業（3人）、投資家（6人） 講師（2人）、保護者（6人）、学校教員（3人）、行政機関（2人）
目的	AIを活用したものづくり・地域の魅力発信のカリキュラムが地域の魅力理解において有効か検証
アンケート結果	地元企業訪問やフィールドワークを通じた学習により、 <u>地域の魅力理解度や愛着、貢献意欲の向上を確認することができた。</u>
結果詳細	<ul style="list-style-type: none">・子どもの主観、関係者からの客観ともに地域の魅力理解に有効だといえた・カリキュラムを体験した子どもと、関係者では、相対的に子どものほうが、より多くの部分を魅力と捉えているといえる。（魅力の感度があがってる） ※アンケート詳細はp83に掲載

4. 実証成果

<実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(1) 持続的な運営の仕組みの検討

(1) 持続的な運営の仕組みの検討

A. 成果物の販路の検討

【成果物の販売に関してニーズ調査】

対象者	参加学生（10人）、観光客（16人）、関係企業（6人）、その他企業（3人）、投資家（6人） 講師（2人）、保護者（6人）、学校教員（3人）、行政機関（2人）
目的	取り組みを通して作成した成果物を販売することで、サード・プレイスの運営資金の一部を賄うことができる可能性があるかの検証
アンケート結果	地元観光地にて、子どもたちが制作した成果物を販売することには、 <u>一定のニーズがあることが明らかになった。</u> ※取り組みが有用だと認識してもらっている前提
結果詳細	<ul style="list-style-type: none">・観光客以外のステークホルダーはアンケートに回答したすべての人が販売した場合、購入を検討すると思うと回答・観光客は、過半数が成果物購入に興味があると回答・購入を検討する際に重要視する項目は、「デザイナー（子ども）の込めた思い」が最も多く、つづいて「デザイン性」 ※アンケート詳細はp84に掲載

4. 実証成果

<実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(1) 持続的な運営の仕組みの検討 【 A. 成果物の販路の検討 】

4. 実証成果 <実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(1) 持続的な運営の仕組みの検討

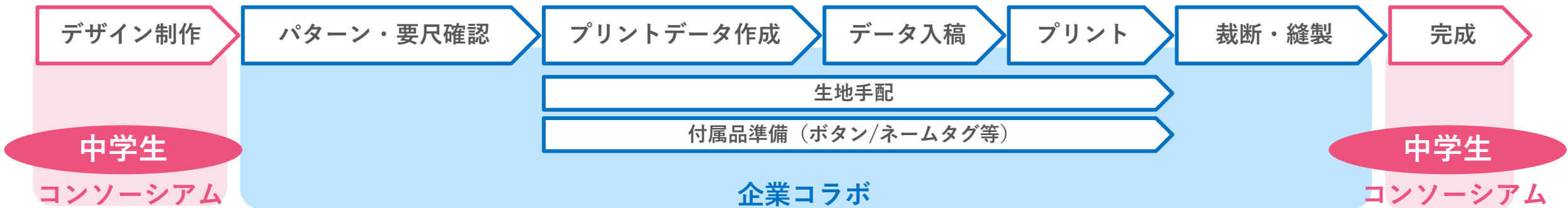
A. 成果物の販路の検討

【地域において継続的に購入してもらう仕組み】

■アロハシャツ・ポロシャツを地域の企業と連携し制作する流れ

【前提】

- ・以下フロー図は南紀熊野AIデザイン部で実施した体制の場合
- ・成果物はアロハシャツ
- ・生地や商品にする場合の付属品もストックされている状態を想定



メリット

- ・地元企業との連携であり、学生の地域に関する理解度向上や産業の観点で地域を見る機会の創出
- ・地域との接点が多い（認知拡大）
- ・実践的学び

デメリット

- ・完成までの時間がかかる
- ・コストがかかる
- ・産業に不可のかわからない仕組みが必要（在庫、精算ロット等）

4. 実証成果 <実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(1) 持続的な運営の仕組みの検討【参考：その他、成果物/カリキュラムテーマ案】

本カリキュラムと同等の流れで、子どもが制作するデザインをI、その他の成果物として活用/展開することも可能。多くのアウトプットを想定することができ、地域の特徴に縛られず汎用的な展開も可能。

■ (参考) 簡易に服飾を成果物とする場合

- 【前提】
- ・以下フロー図は南紀熊野AIデザイン部では実施していないが、連携する地域の企業がない場合
 - ・成果物はポロシャツやTシャツ等
 - ・製造は一般的に使われている、プリントオーダーができるオリジナルグッズ作成サービスを仕様する想定



メリット

- ・地域の産業特性に依存しなくてよい（汎用的）
- ・結果までの時間を短縮できる
- ・比較的安価でスタートできる

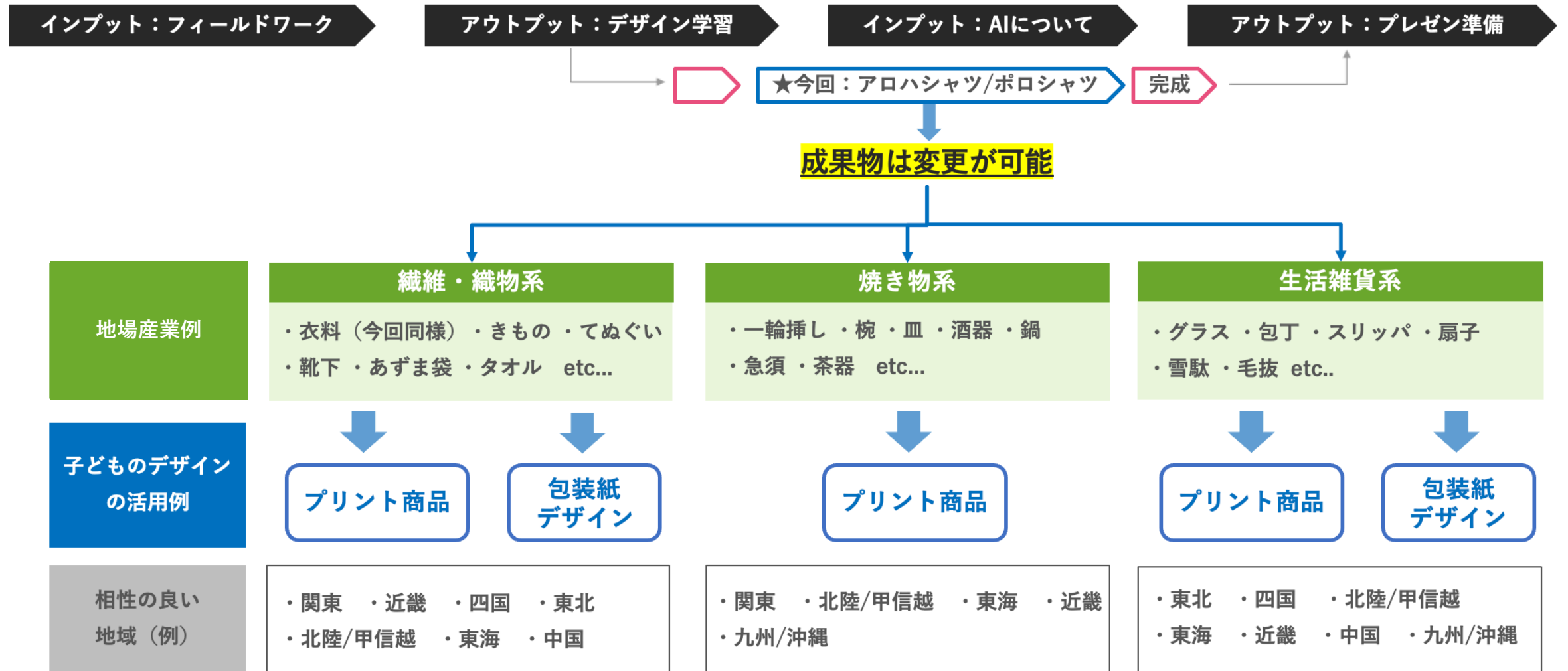
デメリット

- ・地域との接点が薄くなる
- ・支援者を広げるための別のPRコストがかかる
- ・実践的な学習という価値は薄くなる
- ・参加生徒が参加する理由が抽象的になる

4. 実証成果 <実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

【参考】（1）持続的な運営の仕組みの検討：その他、成果物/カリキュラムテーマ案

■カリキュラムの全体構造・行程と他地域での実施イメージ(想定)



4. 実証成果 <実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(1) 持続的な運営の仕組みの検討

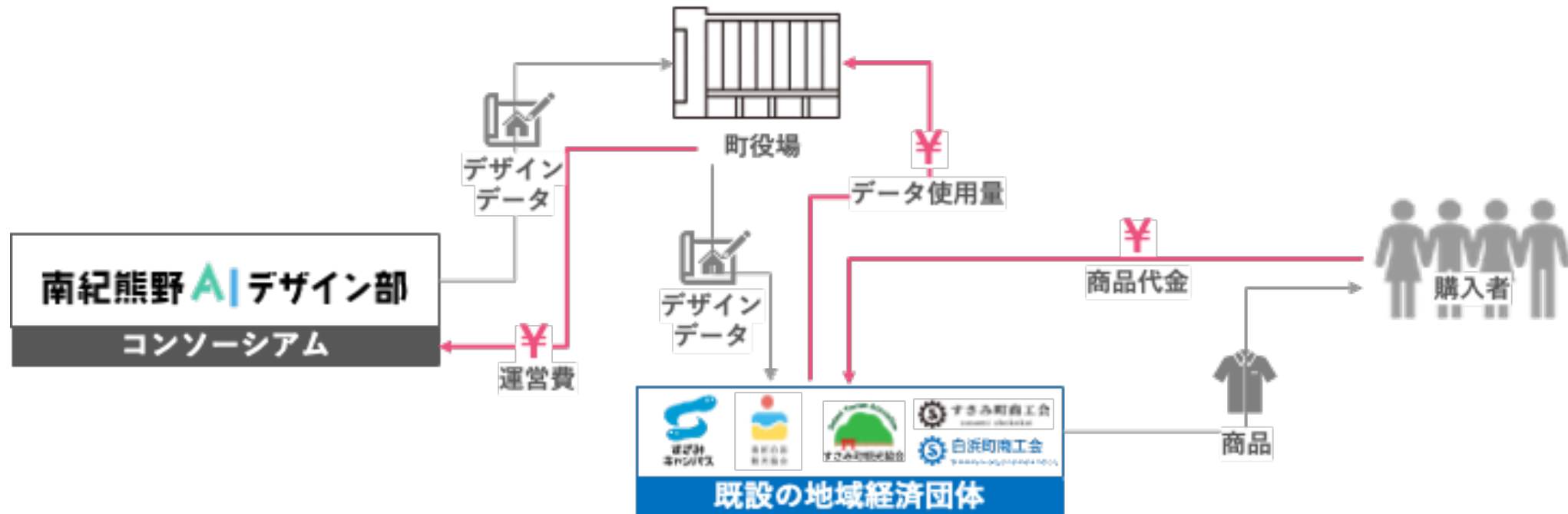
A. 成果物の販路の検討

【地域において継続的に購入してもらう仕組み】

■ 将来成果物を販売する場合の販売スキーム

【前提】 本事業においては実現の可能性として示すものであり、実施の場合にはマーケティング等の調査を経て事業としての収益性を確認する必要がある。

商工会や観光協会といった既設の地域経済団体連携で商品化し販売



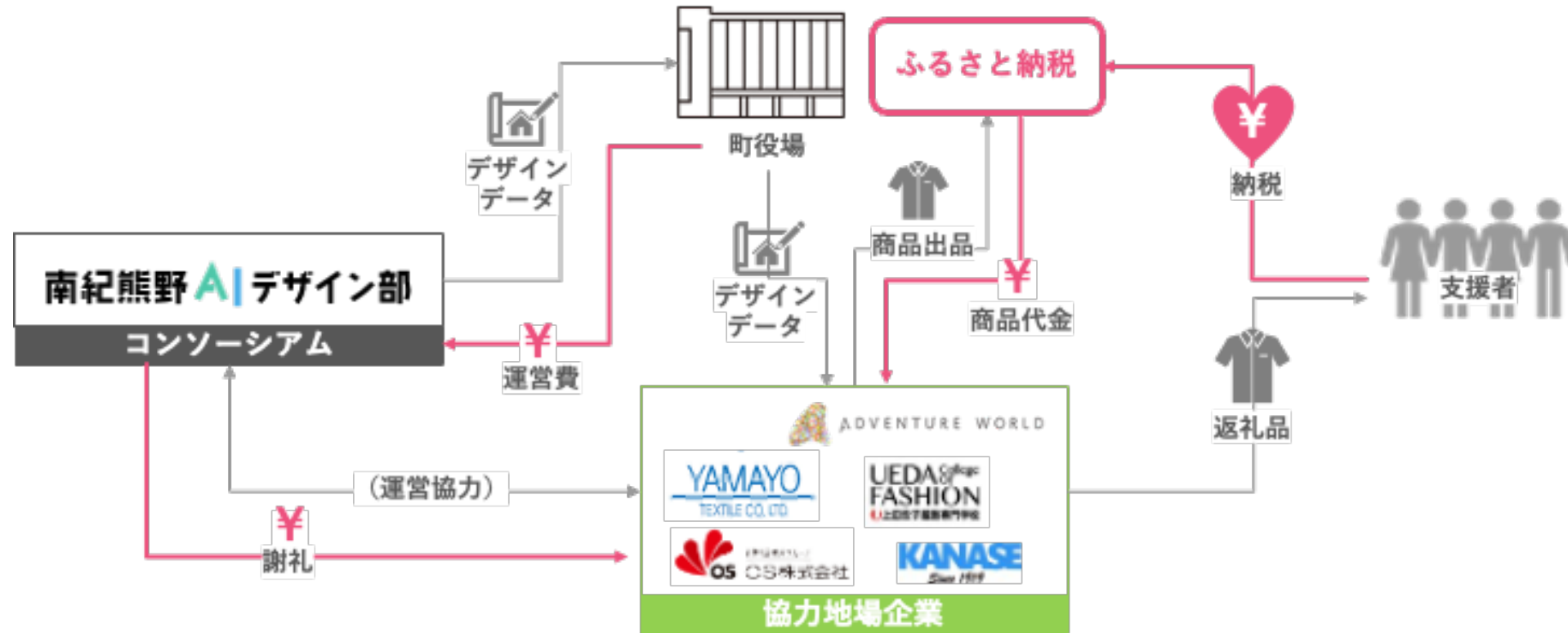
4. 実証成果 <実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

【地域において継続的に購入してもらう仕組み】

■ 将来成果物を販売する場合の販売スキーム（継続）

【前提】 本事業においては実現の可能性として示すものであり、実施の場合にはマーケティング等の調査を経て事業としての収益性を確認する必要がある。

プロジェクト協力企業が地域のふるさと納税産品として出品し販売



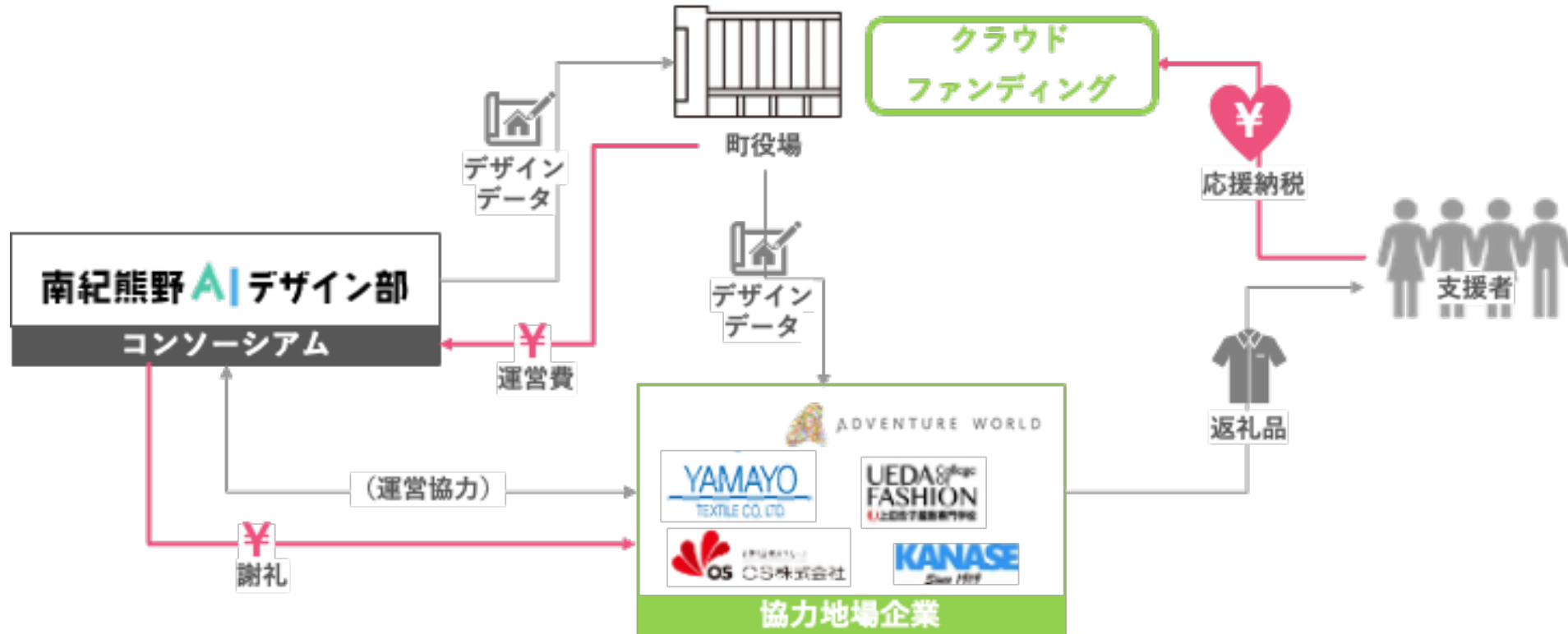
4. 実証成果 <実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

【地域において継続的に購入してもらう仕組み】

■ 将来成果物を販売する場合の販売スキーム（継続）

【前提】 本事業においては実現の可能性として示すものであり、実施の場合にはマーケティング等の調査を経て事業としての収益性を確認する必要がある。

ガバメントクラウドファンディングを使った販売



4. 実証成果

<実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(1) 持続的な運営の仕組みの検討 【 B. 成果物販売以外の運営資金調達方法の検討 】

(1) 持続的な運営の仕組みの検討

B. 成果物販売以外の運営資金調達方法の検討

【投資家へのヒアリング結果】

対象者	投資家（6人）
目的	取り組みが地域にとって有意義である前提において、資金を援助してくれる投資家の有無を検証
アンケート結果	地場の有力者は都市部の投資家候補と比較し、支援を前向きに検討する傾向があり、支援を得るためには、 <u>教育を軸にした地域振興を訴える寄附訴求のためのストーリーの検討が必要</u>
結果詳細	<p><u>共通項目</u></p> <ul style="list-style-type: none">・ 取り組みが有意義であり、継続するべきだと思いとすべての回答者が回答 <p><u>都市部投資家</u></p> <ul style="list-style-type: none">・ 「地域の貢献度」「地域との繋がり構築」を重要視しない傾向・ 資金以外の支援についてもあまり期待ができない <p><u>地元投資家</u></p> <ul style="list-style-type: none">・ 支援方法としては資金だけでなく、広報活動、講師といった他の形の支援の可能性もある <p>※アンケート詳細はp85,p86,p87に掲載</p>

(1) 持続的な運営の仕組みの検討

B. 成果物販売以外の運営資金調達方法の検討

【企業からの資金の援助を得るためには】

対象者	関係企業（6人）、その他企業（3人）
目的	取り組みが地域にとって有意義である前提において、資金を援助してくれる企業の有無を検証
アンケート結果	取り組みとの関係性が低いと資金支援の可能性が低いという結果。いずれの企業においても支援の際に重要視するのは地域への貢献度。そのため、投資家と同様に教育を軸にした地域振興を訴える寄附訴求のためのストーリーの検討が必要
結果詳細	<p><u>共通項目</u></p> <ul style="list-style-type: none">・取り組みが有意義であり、活動を継続すべきだと思うとすべての回答者が回答・支援する際に重要視する点において、「地域への貢献度」や「地域との繋がり構築」を重要視 <p><u>関係企業</u></p> <ul style="list-style-type: none">・今回投資候補先と設定した以外の関係企業においても資金面での支援の可能性があると回答が多数 <p><u>その他企業</u></p> <ul style="list-style-type: none">・活動への支援をしたいと回答は得られ、資金面以外での支援は期待できる・資金面での支援の可能性は低いという回答結果 <p>※アンケート詳細はp77,p78に掲載</p>

4. 実証成果

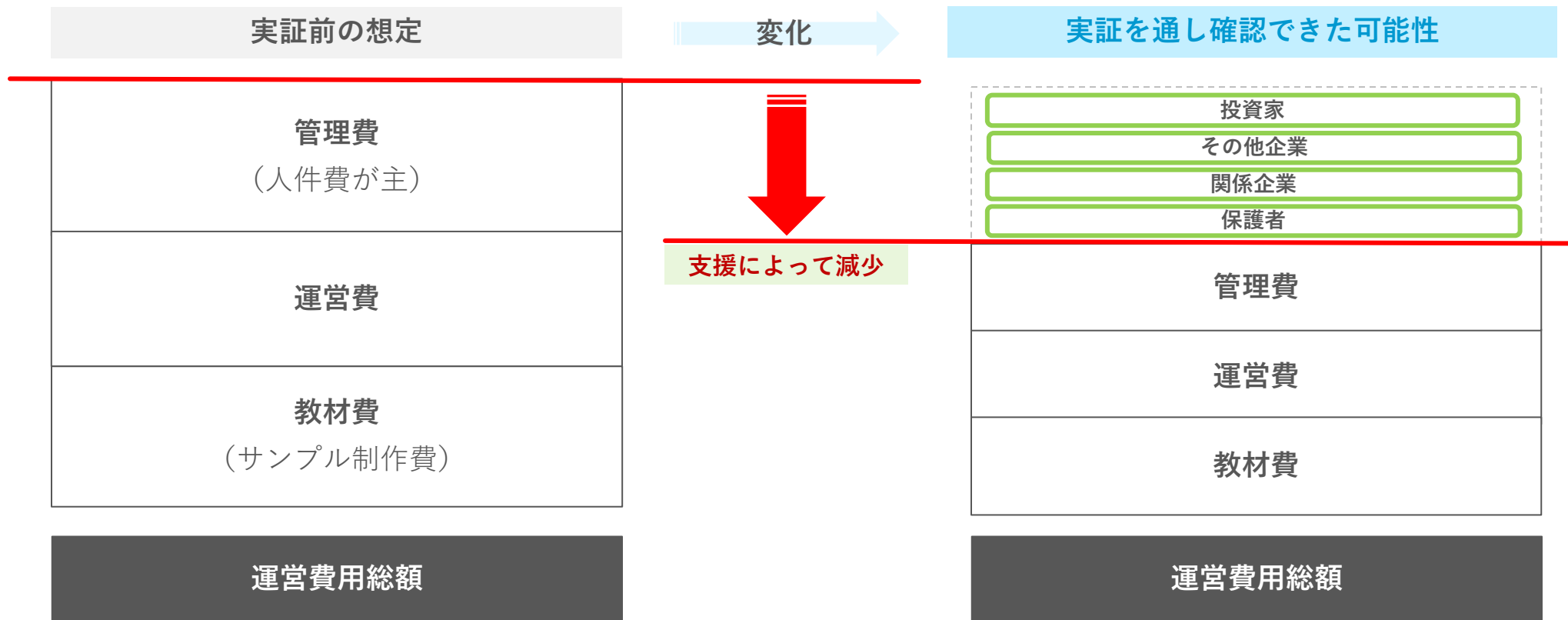
<実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(1) 持続的な運営の仕組みの検討 【 C. 持続可能な収支計画 】

(1) 持続的な運営の仕組みの検討

C. 持続可能な収支計画

参加が想定できる地域内の子ども・家庭数（地域のニーズ）から内部で試算した結果、成果物の販売費で安定的に事業費を賄うことは難しい。今年度の実証を通し、各ステークホルダーから金銭的な支援ではなく、送迎や運営サポートなど、様々なかたちでの支援を得ることで、活動の維持に必要なコストを抑えられる可能性を確認することができた。



4. 実証成果

<実証③> 持続可能なサード・プレイスの運営方法

(2) 実証結果を踏まえた課題・気づき

(2) 実証結果を踏まえた課題・気づき

定性的な気づき・課題と改善点

【課題と改善点】

テーマ	内容	改善点
連絡手段	保護者/子どもとの連絡手段はメールでの一斉送信を採用していたが、保護者/子どもからの反応を得ることが難しく、伝わったのかの判断がつかない。	<ul style="list-style-type: none"> ・LINEなどの、「既読」がわかるツールの利用 ・ルール設定による解決（メール確認時の返信強制など）
実施スケジュール	複数の学校を対象とし、学校という枠を超えた活動を目指した結果、学校内外のイベントによる出席率の差が発生し、結果、進行度合いに差が発生する懸念ある。	<ul style="list-style-type: none"> ・余裕を持ったカリキュラムの策定 ・教育委員会や学校との密な連携
移動・送迎	広域から子どもが参加し、送迎を運営側が担う場合、送迎コスト（人員、車両）が多くかかる。	<ul style="list-style-type: none"> ・送迎を各保護者に依頼 ・地域のコミュニティバス等のルートに合わせたカリキュラム設計

【気づき】

テーマ	内容
子ども達とのコミュニケーション	参加する子ども同士のコミュニケーションを促す仕掛けが重要。インプット、アウトプット共に、個人作業、協働作業運営側で工夫しながらの実施であったが、子ども同士自発的に対話が進む仕組みが必要と感じた。
カリキュラム内容 地域の歴史	子どもたちは、小学校段階から何度か地域の歴史について学んでいるはずだが、今まで自分ごととして捉えていないのか、初めて聞くような感覚で学んでいた。
資金調達	資金調達の際に投資家候補から出ていた条件にカリキュラムとしての「経済合理性」、「持続性」というキーワードがあった。想定以上に続けられるか、参加費以外の収入をいかに作るのかといった観点が重要。
アウトプットの効果	子どもたちの目線で地域を見つめ、アウトプットする事自体、発表に触れた大人達にも新しい気づきを与える。

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実施内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

5. 今後の展望__ <実証①> から見えた課題と今後の展望についての示唆

実証成果より得た課題と今後の自走、普及における示唆を次に示す。

実証目的	実証成果	実証成果に対する考察
実証① 地域内外の子ども ・企業を巻き込んだ学びのサード・プレイス構築の要諦	<ul style="list-style-type: none">子ども：学校では出来ないAI学習やデザイン学習に魅力を感じて参加した子どもが多く、<u>学校では得難い学習カリキュラムの提供がサード・プレイスの構築に有効</u>企業：教育プログラムの支援を検討するにあたって、ほとんどの企業が「地域への貢献度」「地域との繋がり構築」を重要視しており、<u>地域の魅力を積極的に発信したい企業や教育に熱い思いを持つ企業にアプローチをすることが肝要</u>保護者：保護者においても「地域への貢献度」を重要視する声が多く、<u>取り組みがどのように地域のためになるかを、具体的に訴求していくことが肝要</u>	<ul style="list-style-type: none">子どもたちにとって、AI技術の学習 × ものづくりを通じた地域振興に資する学びや地域内外の企業との交流を通じた学び（地域の魅力発見など）は学校で得ることはできず、<u>子どもの興味関心を「伸ばす」学びの場を地域に構築する必要がある</u>各ステークホルダーを巻き込むには、<u>地域へ貢献したい気持ちや教育への熱い想いは不可欠</u>であり、そういった<u>思いを昇華させていくスキーム</u>を検討していく必要がある

実証①における課題や示唆

■ 課題：地域への貢献度の可視化

参加した学生への学習環境としての価値は一定の有用度を確認できたが、より持続可能なサード・プレイスを維持するためには関わることで地域への貢献を実際に感じられる仕組みが必要。

💡 示唆：実施内容のアーカイブ

カリキュラムやサポートしてくれた企業、個人の記載、また学生がカリキュラムで得た学生視点の「地域の魅力」に関する気付きや想いを、次年度の参加学生や、第三者へ伝えられる仕組みを作る。ポータルサイトや既設のSNSや情報発信媒体に掲載していくことから始めるだけでもより多くの人を巻き込み、サード・プレイスの持続可能性を高められるかもしれない。

5. 今後の展望__ <実証②> から見えた課題と今後の展望についての示唆

(継続)

実証目的	実証成果	実証成果に対する考察
実証② AIを活用したものづくり・地域の魅力発信の学習効果	<ul style="list-style-type: none">AIとモノづくりに関する学習効果以外にも、子どもたちに以下の学習効果が見られた地元企業訪問やフィールドワークを通じた学習により、<u>地域の魅力理解度や愛着、貢献意欲が向上</u>AIに自身が形にしたいデザインを試行錯誤しながら打ち込む過程で、<u>自身が感じたことやイメージを言葉にするスキルを身に付けた</u>（また、この言語化スキルの獲得が子どもたちにとって本取組全体の学び全体でも満足度が高かった）	<ul style="list-style-type: none">地域との連携は、子どもたちの社会的責任感や地域貢献意識を育む上で重要であり、<u>今後更なる地元企業と連携した教育プログラムを拡充していくべき</u>本取組に参加した学生がプログラム終了後も更なる学びを得たり、実際に<u>地元貢献活動を企業と行うといったネクストステッププログラム</u>を用意して学習効果をさらに高めるプログラムを検討していくべき

実証②における課題や示唆

■ 課題：カリキュラムテーマとして継続性の検証機会

本実証で実施したカリキュラムのフレームワークを使い、成果物として服飾以外の可能性を示した（本資料4章実証3-1-1その他参照）が、今回と同じ様に企業や個人の協力を得られるか、カリキュラムとして学生に与える影響を同等に維持することが可能かの検証が不足。

💡 示唆：服飾以外の制作をテーマにした学習を実践

実施するためには資金が必要ではあるが、次項示唆で示すようなガバメントクラウドファンディング等を活用し、実践機会を創出する。企業連携という点では産業としてその地域に存在しているかがポイントではあるが、地域商品の包装紙デザイン等をテーマにすることが比較的始めやすいテーマと考える。

5. 今後の展望__ <実証③> 本実証から見えた課題と今後の展望についての示唆

(継続)

実証目的	実証成果	実証成果に対する考察
実証③ 持続可能なサード プレイスの運営方法	<ul style="list-style-type: none">地元観光地にて、子どもたちが制作した成果物を販売することには、<u>一定のニーズがあることが明らかになり、運営費を補填する方法に可能性を見出せた</u>地場の有力者は都市部の投資家候補と比較し、支援を前向きに検討する傾向があり、<u>教育を軸にした地域振興を訴える寄附訴求のためのストーリーの検討が必要</u>金銭的な支援に限らず、子どもたちの送迎や場所の提供など、各ステークホルダーから<u>多様な形での協力が可能</u>であることがアンケートを通して明らかになった	<ul style="list-style-type: none">観光地での販売は一定有効であるものの、町役場の方やコンソメメンバー企業など、<u>地域の魅力を発信することが役務となっている職員・組織に対して継続的に購入してもらう仕組み</u>を確立することが、事業運営のための継続資金の確保に有効<u>教育に熱量のある企業をどれだけ巻き込むことができるか</u>が持続的な資金調達のための大きなポイントとなる<u>各ステークホルダーが支援したい方法で支援ができるオープンな支援メニューの構築</u>が、持続的な運営に有効

実証③における課題や示唆

■ 課題：資金調達の実践機会

実証結果として、一定の可能性は見出すことができ、机上における持続可能性検証は進んでいるが、実際どの程度資金を調達できるかはまだまだ解像度が低い。

💡 示唆：資金調達の実証機会創出

本実証で確認することができた可能性を実際にテストする必要がある。具体的には、今年度サンプルまでつくった成果物をふるさと納税産品として出品することもよいが、まずは小さな一歩として、取り組み自体に支援を得るガバメントクラウドファンディング等の手段等が有用かもしれない。

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実施内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

Appendix

実施体制・実証フィールド（実証自治体・実証校） 詳細

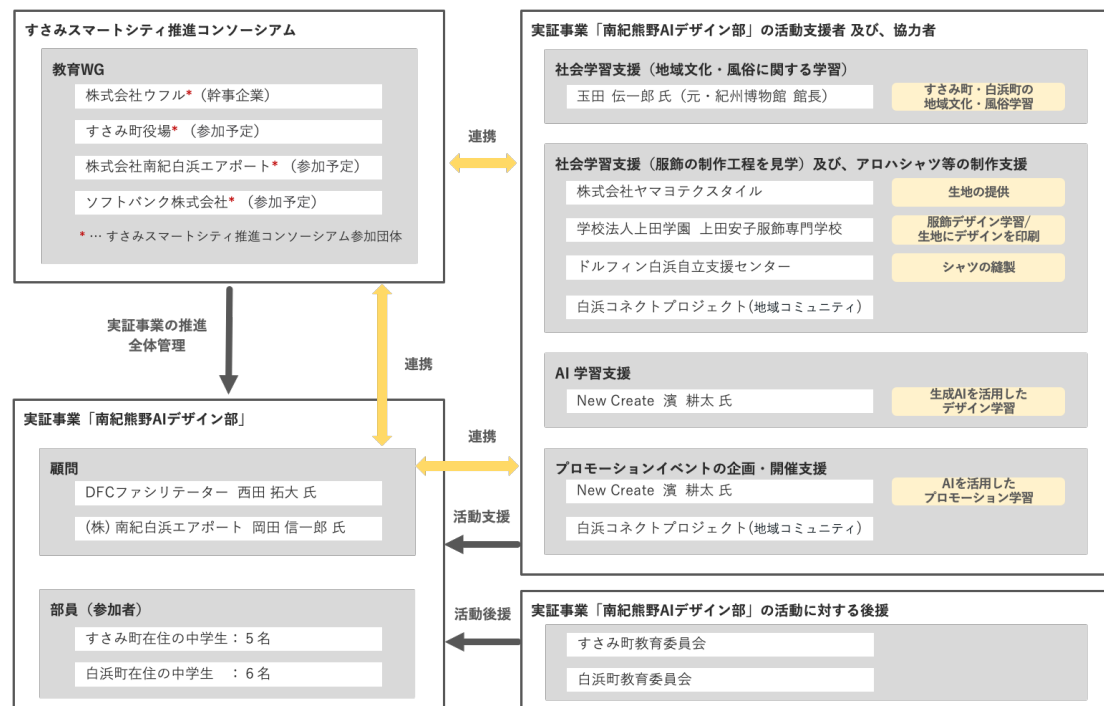
産官連携の体制であり、地場企業／進出企業その他、地域コミュニティが互いに協力しあった取組

実施体制

事業受託者：株式会社ウフル

- ・ 統括責任者：田中正宏（執行役員）
- ・ 執行責任者：廣羽裕紀
- ・ 渉外担当者：那須一徳

その他、体制図参照



実証フィールド

南紀熊野AIデザイン部

対象生徒：中学生10名程度

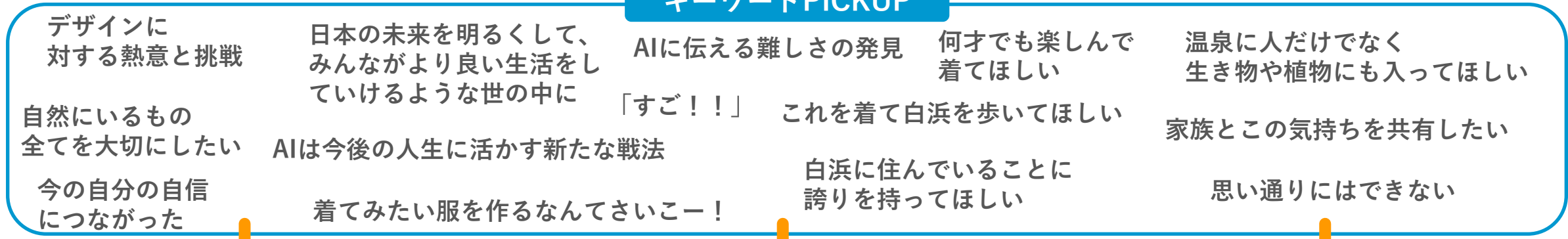
- ①白浜町第2ITビジネスオフィス
 - ・ 所在地：和歌山県白浜町
- ②上田安子服飾専門学校
 - ・ 所在地：大阪府大阪市
- ③(株)ヤマヨテクスタイル
 - ・ 所在地：和歌山県上富田町
- ④白浜中学校
 - ・ 所在地：和歌山県白浜町
- ⑤すさみ町多世代交流施設 E'cora（イコラ）
 - ・ 所在地：和歌山県すさみ町
- ⑥アドベンチャーワールド
 - ・ 所在地：和歌山県白浜町
- ⑦すさみ町総合センター
 - ・ 所在地：和歌山県すさみ町

Appendix

本取組を通して生まれた熱量

「想い」を示す、学生達のプレゼンテーションにおける数々の言葉、そしてバックストーリー

キーワードPICKUP



プロジェクト参加に関する想い

家族とこの気持ちを共有したい

日本の未来を明るくして、みんながより良い生活をしていけるような世の中に

デザインに対する熱意と挑戦

今の自分の自信につながった

新たな学習に対する想い

思い通りにはできない

AIに伝える難しさの発見

「すご！！」

AIは今後の人生に活かす新たな戦法

着てみたい服を作るなんてさいこー！

日常に潜む地域性への想い

何才でも楽しんで着てほしい

温泉に人だけでなく生き物や植物にも入ってほしい

これを着て白浜を歩いてほしい

白浜に住んでいることに誇りを持ってほしい

自然にいるもの全てを大切にしたい

それぞれが取組を自分事化し、作品／プレゼンを通して伝えた想いが各ステークホルダーの心を動かした

受け止めた各ステークホルダーの言葉にも表れた「期待」

質疑応答／直後の対話での声	関係者の声	運営チームの声
<p>職員全員アロハ着せたい</p> <p>すさみ町長</p>	<p>地域の企業同士で1つのブランドが生まれる可能性を感じた。</p> <p>関係者A（服飾関連）</p>	<p>当日これほど熱量が生まれるとは！</p> <p>担当者A（プロジェクトマネージャー）</p>
<p>すばらしい！ 今すぐ、ここで買いたい。</p> <p>縫製メーカー</p>	<p>子どもが「来年はAIないの？」 と言ってる。続けてほしい</p> <p>関係者B（保護者）</p>	<p>一生の思い出に残る仕事</p> <p>担当者B（プロジェクトメンバー）</p>
<p>この熱量を未来に残したい、 伝えたい。</p> <p>経済産業省担当者</p>	<p>教育者として学びが 大変深かった</p> <p>関係者C（教育関係）</p>	<p>この熱量が生まれるべく、地道に現地で動いたメンバーを誇りたい</p> <p>担当者C</p>
<p>学生個々の人柄が現れた取組に 即物的ではない価値を見出す</p>	<p>期待値を超えた取組と成果に 諸手を挙げて称賛</p>	<p>運営を通じた初期との差異も含め 確実な成長を実感</p>

異なる視点、異なる立場、異なる接点のそれぞれから「想いの伝わり」を実感できる反応を得る

Appendix：参加学生保護者の方からのメッセージ

保護者名

2025/02/17 11:19 (3 日前) ★ ⏪ ⋮

To 南紀熊野AIデザイン部運営事務局 ▾

南紀熊野A Iデザイン部運営事務局のみなさま

すさみ町から参加させていただいた

学生名 の母です。

この度は、半年間大変お世話になり、ありがとうございました。
お忙しい中、学校名まで毎回お迎えに来ていただき、心より感謝申し上げます。

今回の取り組みは、息子にとって大変良い刺激になったようで、
来年度もぜひ開催していただきたいと思い、メールさせていただきました。

初めての試みということもあり、親としても内容を具体的にイメージすることが難しく、
また期間も長いこともあり参加を躊躇する家庭が多かったと思います。
しかし、回を重ねるごとに、普段学校の事等、話さない息子が、
「今日はこんなことした!」「学校名におもろいやつおる!」などと話してくれるようになり、
親として息子がやりがいを感じているのがわかりました。

すさみ町では、保育所から小学校、中学校と1クラスでメンバーが変わらない環境の中で、
他の地域の中学生と交流できたことは、すさみ町の子もたちにとって非常に良い経験になったと思います。
今回、すさみ町、白浜町の広域で実施されたことは、
子どもたちにとってA Iだけでなく、多様な学びの場となったと実感しています。

息子からは、「来年度もA Iないのか」と聞かれているところです。

今回の開催では、参加した中学生からの口コミで、他の学生からの参加がもっと増えるのではと思っています。

経済産業省の 個人名 には、
発表会の前に同じ話をさせていただきました。

地方紙名 に発表会のことが掲載されたこともあり、
中学校の先生方や生徒からも声をかけてもらったようで嬉しかったみたいです。

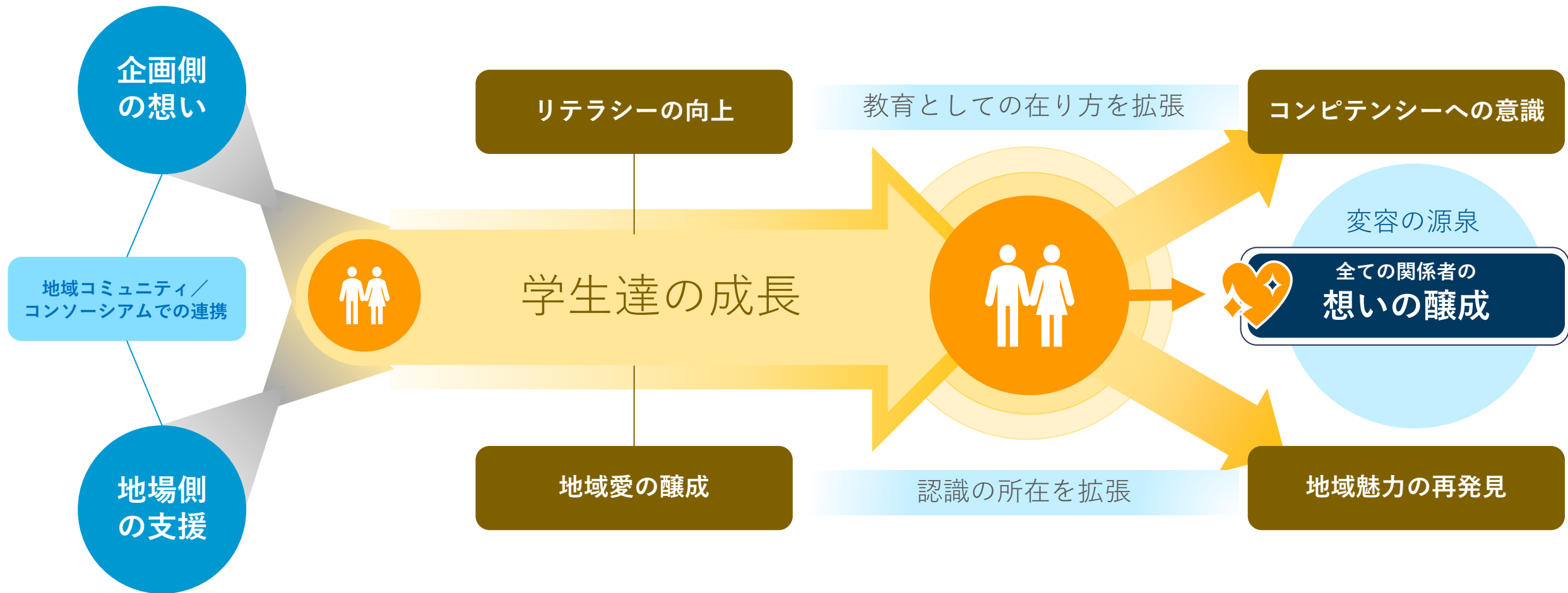
また、今まで触れたことのない職種の大人に触れる機会は、
中学生の目にはとてもかっこよく映ったようで、
最近では「パソコン使った仕事をしたい」「ウフルではMacBookを使っているから、僕も欲しい」と言うようになりました。
将来の選択肢を広げるきっかけをいただけたことに、大変感謝しております。

今回のA I部の経験が、新たな興味関心を持つきっかけになったようで、
親として大変嬉しく思っております。

またこのような機会をいただければ、是非参加させていただきたいと思いません。
本当にありがとうございました。

保護者名

学生達の成長を通じ、先端技術を用いた教育という枠を超え、
開始当初必ずしも肯定的でなかった参加者をも翻らせる、大きなうねりを形成するに至った



ただの知識の蓄積ではなく、
個に対する自信の創出、
地域に対する新たな愛情の発露。

地域コミュニティの想いを受け止め、
反芻し、自分事化する取組として。

そしてそれを支えた関係者に還元され、
新たな気づきを生み、発展する仕組みとして。

或いは未来を創出する場として、
多くの参加者が受け止めた場となった。

Appendix

各事業者・ステークホルダーが参加するに至った背景

顧問



DFCファシリテーター

西田拓大

地域教育の未来を考え常に行動し続ける熱意ある教職員。本PJの発起人の1人であり、全ての原点。

自身が校長を務める学校では、消滅可能性都市と定義された地域に課題意識を強くもち、総合学習カリキュラムを使い地元企業とのコラボレーションでSDGsの取り組みを毎年のように実施している。

一方、テクノロジーに関する教育は、IT企業誘致を長年進める白浜町の特性上、一時的なイベントはできても、継続的な教育という観点でリソースの不足、予算確保の課題等を持っていた。



株式会社南紀白浜エアポート 代表取締役社長 兼 株式会社経営共創基盤 共同経営者 マネージングディレクター

岡田信一郎

日本全国50以上の地方管理空港と同様、年間3億円を超える赤字を抱えていた南紀白浜空港を、平成30年に県から引き継ぎ空港運営を始める。「空港の発展は地域の発展から」と「空港型地方創生」のコンセプトを掲げ、地域活性化の取り組みを展開。その一環として、令和3年には和歌山県、すさみ町共同でチャレンジをした国家戦略特区の1つスーパーシティ構想のアーキテクトであり、同取り組みで立ち上がったすさみ町スマートシティ推進コンソーシアムにも参画していたことから、西田氏とすさみ町、コンソーシアムを繋いだ立役者。

Appendix : 各事業者・ステークホルダーのバックグラウンド

民間企業



ヤマヨテクスタイル：和歌山県上富田町に本社を置く、丸編ニット生地製造メーカー。知る人ぞ知る和歌山県を代表する産業の1つ、丸編ニットの国内最大手企業。創業約90年を迎える企業。白浜福祉協議会が主催で2020年より実施する「白良浜deひらひらTシャツアート展」で生地提供をする中で白浜中学西田校長とも関係があった。今回の取り組みはOS株式会社が指揮を取る、白浜コネクプロジェクトの1員として参画。



上田安子服飾専門学校：日本が誇る関西を拠点とする服飾専門学校。こちらも白浜コネクプロジェクトの一員。OS株式会社が大阪で繋がりがあったことで、白浜コネクプロジェクトの1員として参画。デザインのプロとして中学生のデザイン全般を講師として支援、また実際にプリントできるデータへの編集や染工場でのプリント行程の管理まで支援頂く。



カナセ：和歌山県上富田に本社を置く、ボタンメーカー。西田校長先生が工場長さんとこれまでの活動で面識があり、白浜コネクプロジェクトを実施する際に、取り組みを共有してたところ、地域で出た廃棄物を原料とするボタンを使ってほしいとご提案いただいたことから、プロジェクト途中にも関わらず、プロジェクト名「NANKI KUMANO AI DESIGN」という刻印の入ったボタンを支援いただく。



アワーズ：和歌山県白浜町が誇るテーマパーク、アドベンチャーワールドの運営会社。アワーズも白浜コネクプロジェクトの一員であり、「白浜がちゃ」という学生と企業がコラボした白浜観光名所をキーホルダーに描いたプロジェクトに参画。テーマパークでありながら自社の事業だけでなく、持続可能性を地域とともに考え実践しているリーダー企業。今回も同じく、地域の為に参画いただいた。



OS：白浜コネクプロジェクトの中のリーダー企業。OSは2020年に白浜町にあるIT企業の誘致オフィスの運営を始めた。白浜町のオフィス運営企業として、地域との接点を深めており、西田校長の学生、教育環境への熱意に賛同し、様々な企業と西田先生をつなげている。



ドルフィン白浜自立支援センター：ヤマヨテクスタイルと同様に、白浜福祉協議会が主催で2020年より実施する「白良浜deひらひらTシャツアート展」で生地提供をする中で白浜中学西田校長とも関係があり、本プロジェクトにも参画。アロハシャツの裁断縫製を支援。

専門家

NewCreate 濱耕太

和歌山県田辺市出身でtoB向けにAIを活用したマーケティングや業務改善に関する事業をしている。地元和歌山の為に、NFTデジタルアートの販売や自身が主催としてNFTアードイベントを白浜町でも開催しており、西田先生との繋がりから、本取り組みの講師の1人として参画。

玉田伝一郎

和歌山県田辺市出身で博物館の学芸員を長く務めた地域の有識者。自ら和歌山県南部を中心とした写真や資料を収集し、さらに年代や状況を調査したうえでアーカイブされており、郷土資料を後世に継ぐ活動をしている方。地元の小学校など、総合学習の中で講師として、歴史という観点で「らしさ」を考えるきっかけを生んでいる人。西田先生との繋がりから取り組みに賛同いただき、講師を務めて頂く。

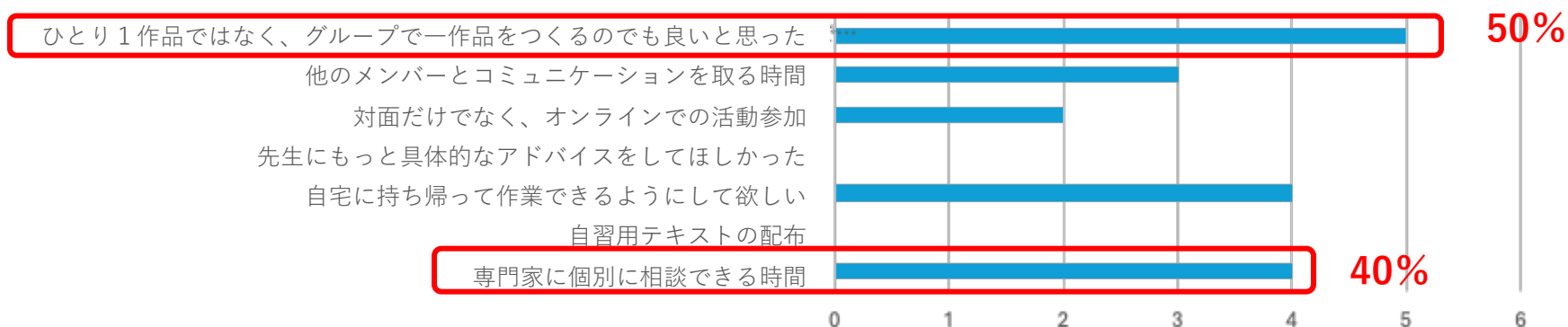
Appendix

各種アンケート結果

- ・ 個ではなく、「学生同士の共同制作への関心」、「専門家に個別相談できる時間」との交流を学生は求めている
- ・ 1回あたりの活動時間は今回（90分）よりも短い時間での活動を希望する生徒が多い
- ・ 「職業選択の幅が広がること」を学習効果として求めない生徒が2割いた

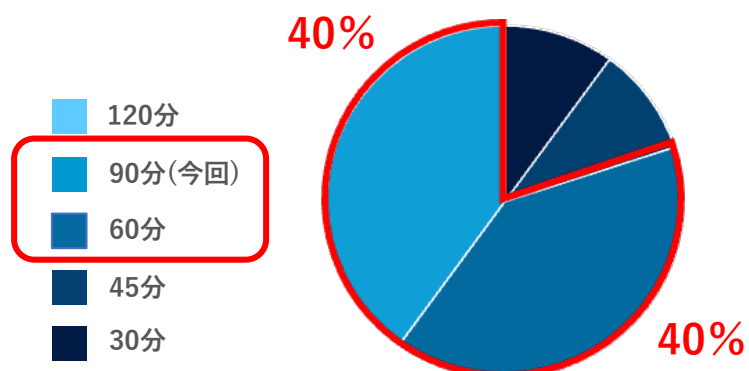
設問：AI学習において求めるサポートは何か

結果：50%の学生が【ひとり1作品よりもグループで1作品作る】、40%が【専門家に相談できる時間/自宅に持ち帰って作業できる時間】と回答



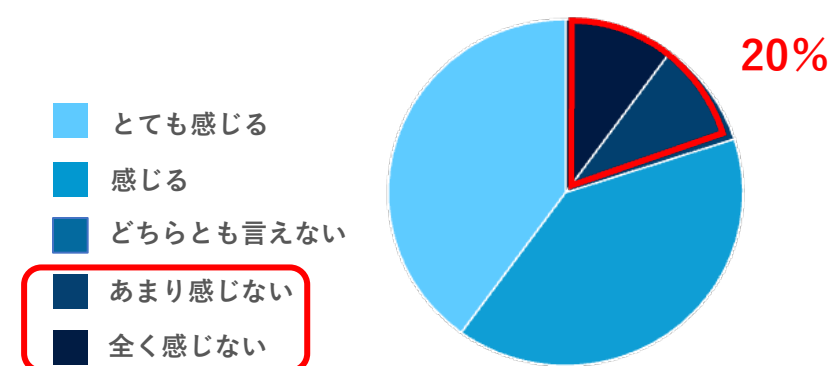
設問：1回あたりの活動時間はどれくらいが良いか

結果：80%が【(今回実施)90分】【60分】で回答。120分は回答者無し。



設問：なりたい職業の選択肢が広がるようなカリキュラムを求めるか

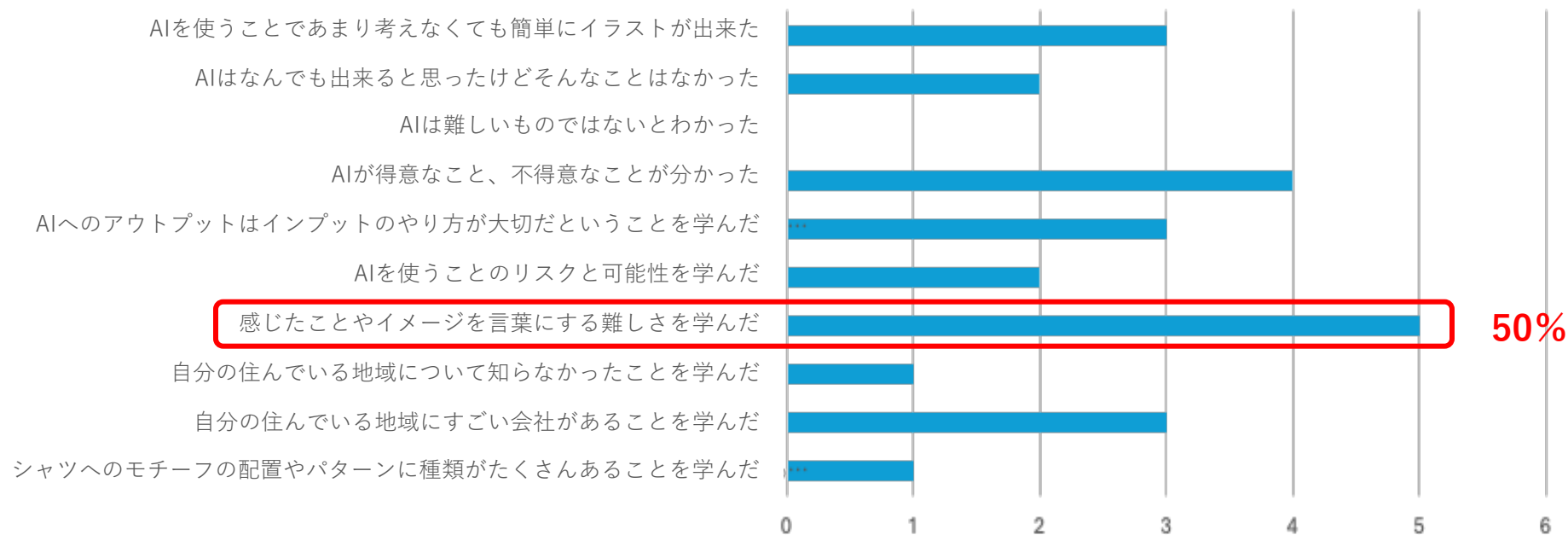
結果：80%の生徒が求めるが、一方残り20%は求めないと回答



- ・一番良かった学びがAIやデザインについてではなく「感じたことやイメージを言葉にする難しさ」

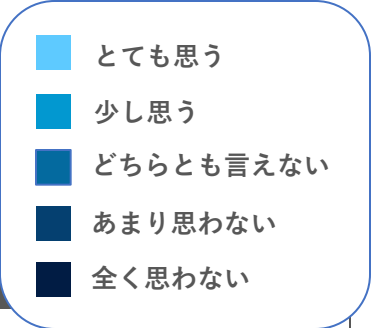
設問：デザインする期間を通して得た学びの中で特に一番良かったことはなにか

結果：5人の学生が【感じたことやイメージを言葉にする難しさを学んだ】を選択。ついで【AIが得意なこと、不得意なことがわかった】を選択した学生は4名。

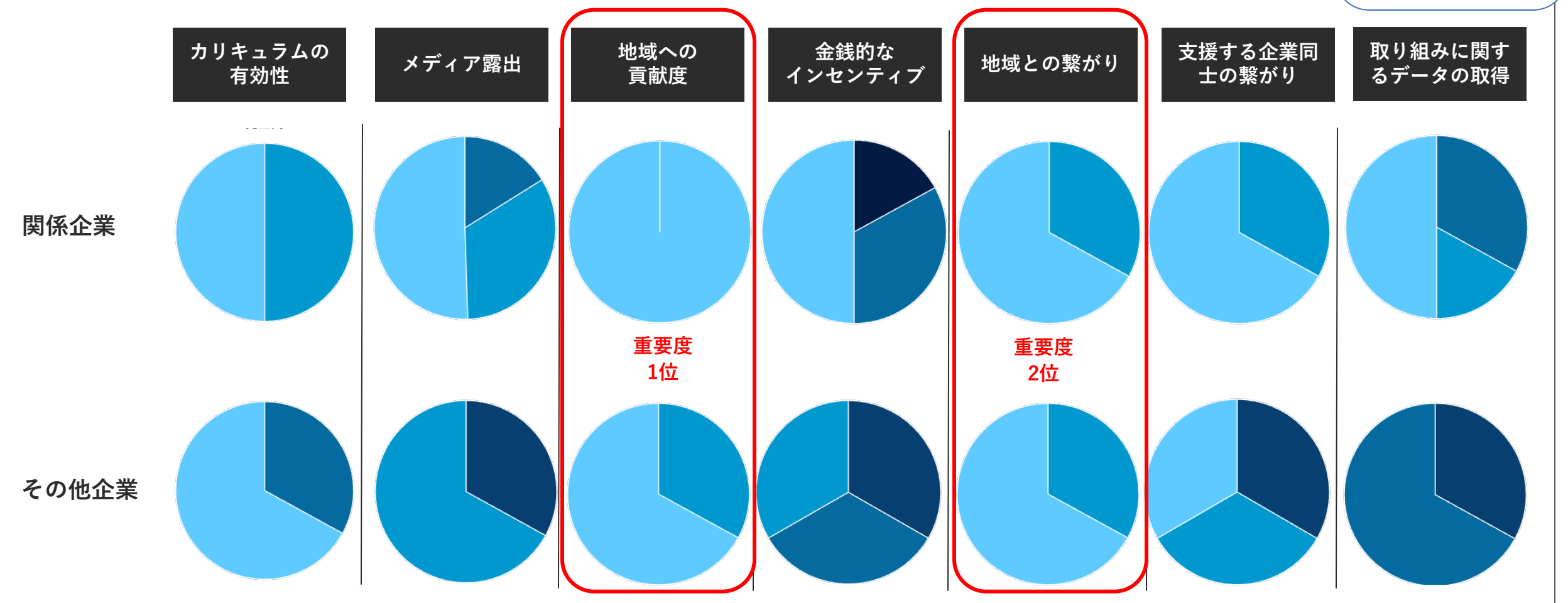


・特に重要視するのは「地域への貢献度」や「地域との繋がり構築」

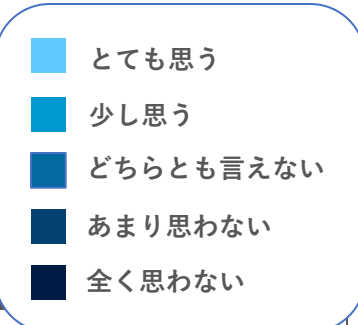
「メディア露出」や「金銭的なインセンティブ」、「関係企業同士の繋がり」「データ取得」といった利益に直接的につながるような項目を支援する際に重要視する企業の割合が低い



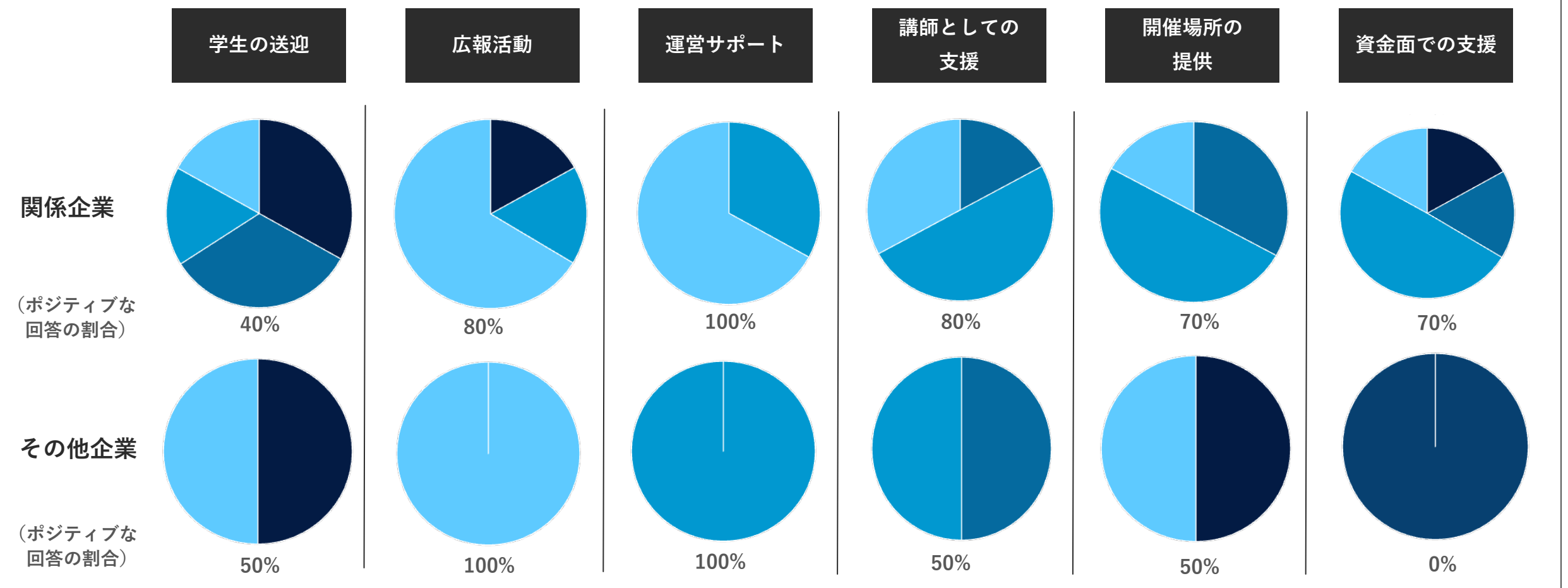
設問：取組を企業が支援する際、各ポイントについてどの程度重要視するか



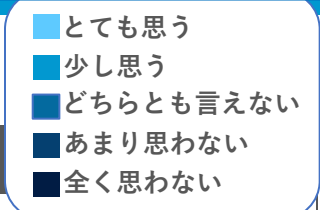
- 企業から得られそうな支援は「運営サポート」や「開催場所の提供」「広報活動」など様々



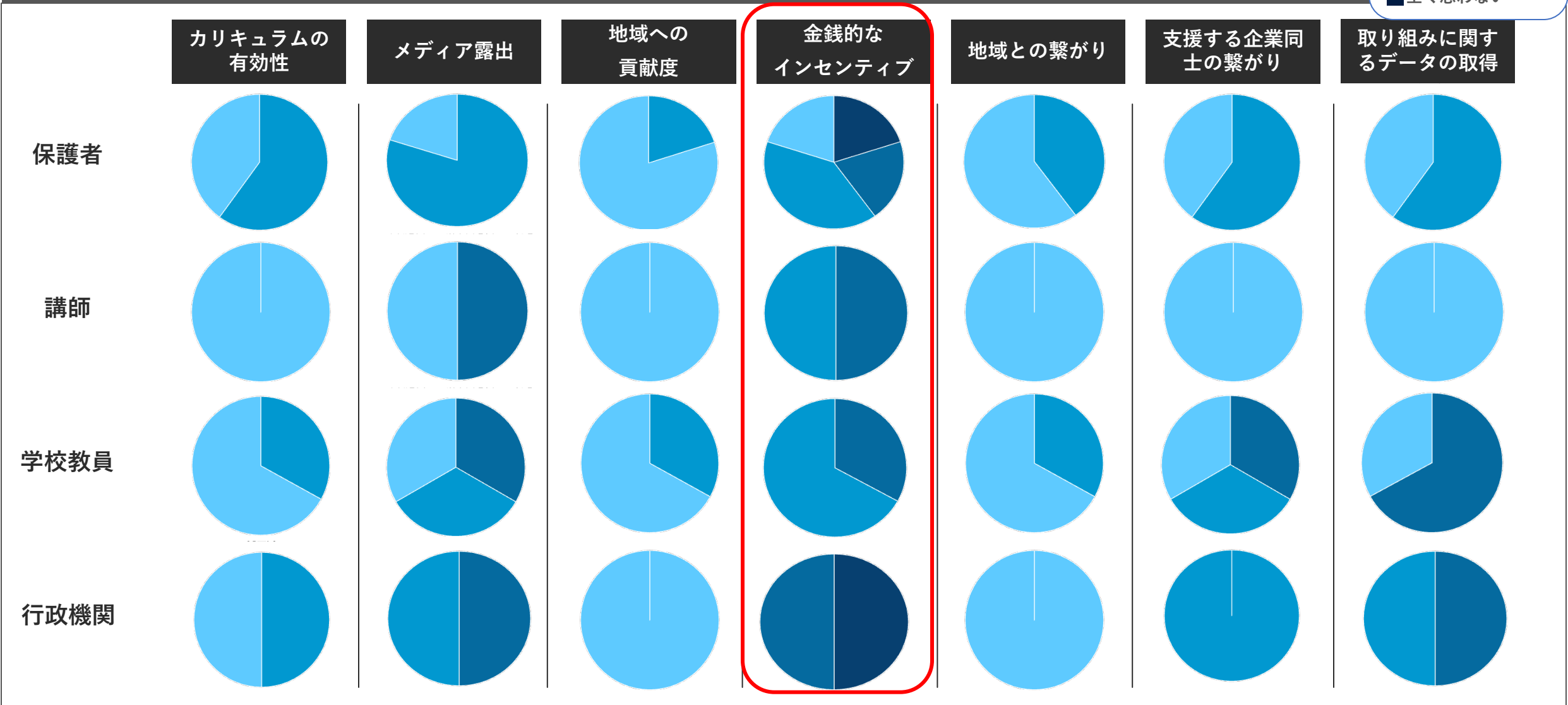
設問：取り組みを企業が支援する際、各項目どの程度支援が可能か



- 相対的に「金銭的インセンティブ」はどの属性においても重要視されていない

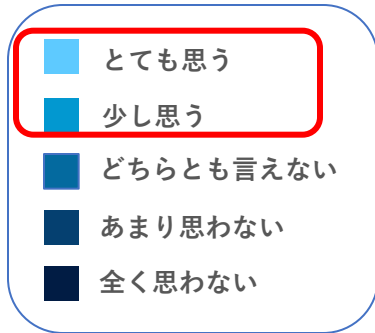


設問：取り組みを企業が支援する際、各ポイントについてどの程度重要視するか



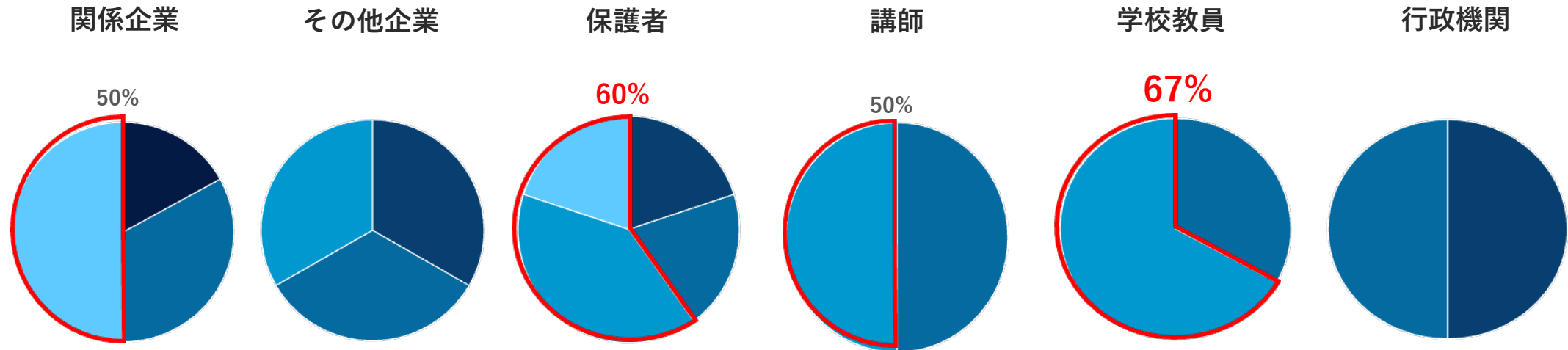
- 属性別に比較した際、金銭的なインセンティブを最も重視しているのは学校教員、次に保護者

設問：金銭的なインセンティブをどの程度重要視するか



※回答者属性比較

「とても思う」「少し思う」の合計値で比較



- 参加前には4割ほどの生徒がAIをほとんど使ったことがなかったのに対し、事業を終えて全生徒が今後使う可能性があるという回答
- 特に学生のAIに対するイメージや意識に変化がみられた

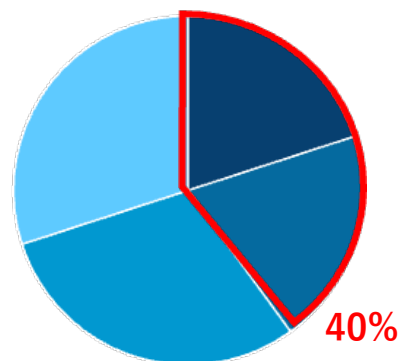
参加前

意識変化

参加後

設問：AIを使ったことがあったか

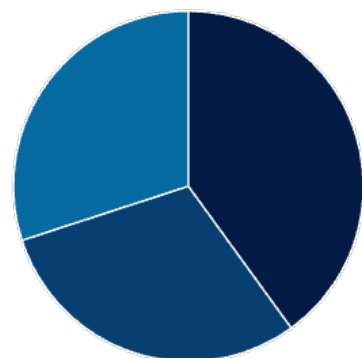
- 良く使っていた
- 少し使っていた
- ほとんど使ったことはない
- 使ったことがなかった
- AIを知らなかった



「ほとんど使ったことがない」

設問：AIに対するイメージは

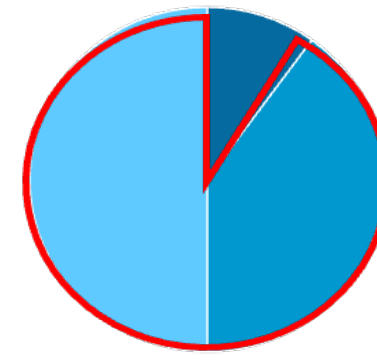
- とても簡単そう
- 簡単そう
- わからない
- 難しそう
- とても難しそう



AIは難しいものという印象

設問：これからもAIを活用したいと思うか

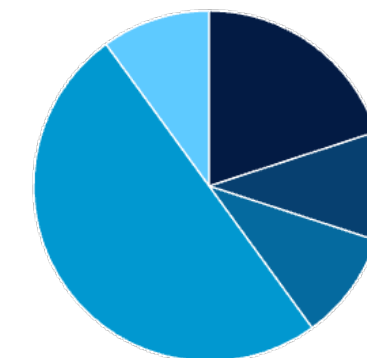
- とても思う
- 少し思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- 全く思わない



「今後も活用したい」

設問：AIに対するイメージは

- とても簡単そう
- 簡単そう
- わからない
- 難しそう
- とても難しそう



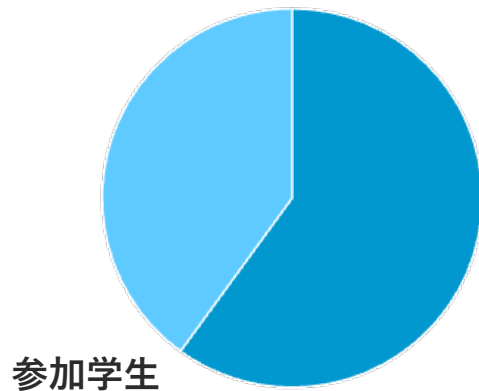
「簡単そう」と考える生徒が増えた

- 学生の主観、関係者からの客観ともに地域の魅力理解に有効だといえる

設問：カリキュラムの内容で新しく知った「地域の魅力」はあったか

結果：「わからない」他、新しく知ったことが無かったという回答は無し。

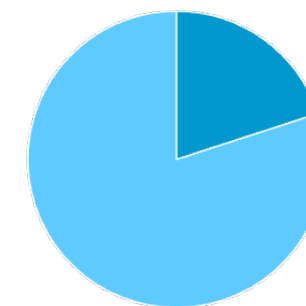
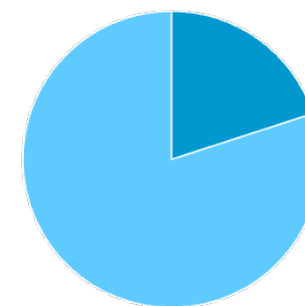
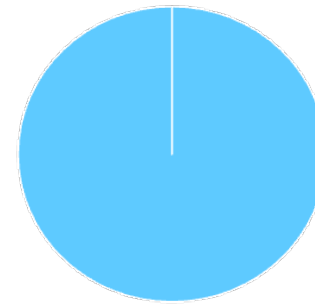
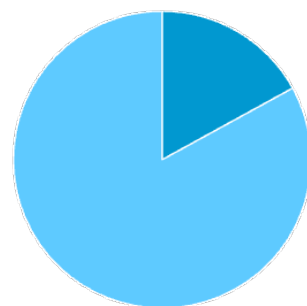
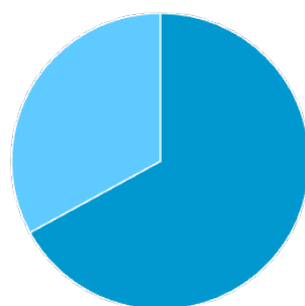
- とてもあった
- 少しあった
- わからない
- あまり無かった
- 全く無かった



設問：今回のカリキュラムは地域の魅力理解に貢献する内容だったか

結果：「わからない」他、新しく知ったことが無かったという回答は無し。

- とても思う
- 少し思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- 全く思わない



その他企業

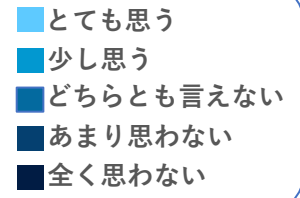
関係企業

講師

保護者

投資家

- 相対的に中学生のほうが、より多くの部分を魅力と捉えているといえる。（魅力の感度があがってる）



設問：それぞれの項目に関して、白浜・すさみの魅力と思うか

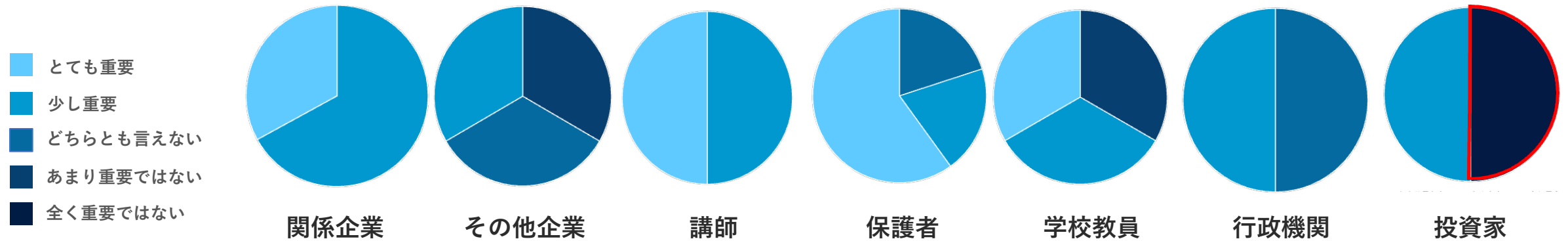
※「とても思う」と回答した%を比較

	自然	地域の歴史	温泉	漁業	地域の人	地域の会社	観光名所
参加学生	80%	50%	70%	80%	50%	80%	80%
関係企業	83%	50%	40%	50%	67%	67%	67%
その他企業	33%	30%	0%	30%	30%	30%	0%
保護者	80%	60%	40%	40%	50%	67%	67%
学校教員	67%	70%	30%	0%	40%	40%	70%

- 投資家候補が価格を重要視しない傾向が強い

設問：学習を通して制作したアロハシャツ・ポロシャツの購入を検討する際に販売価格はどれくらい重要視するか

結果：投資家は50%が「全く重要ではない」と回答

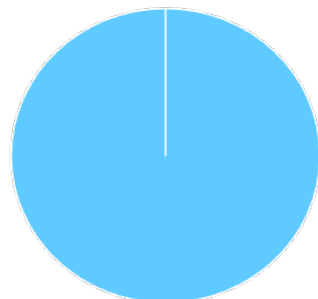


活動全体について

設問：本取組は有意義と思うか

結果：100%が「とても思う」と回答

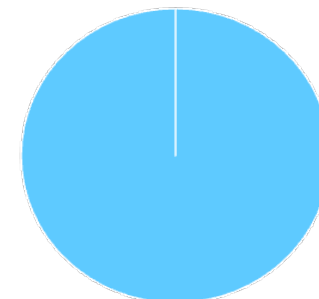
- とても思う
- 少し思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- 全く思わない



近隣地域
投資家候補

結果：100%が「とても思う」と回答

- とても思う
- 少し思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- 全く思わない

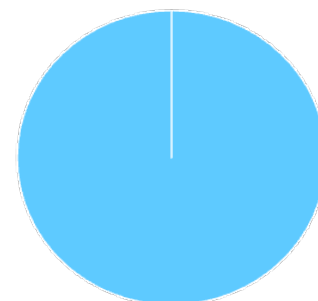


都市部
投資家候補

設問：継続すべきと思うか

結果：100%が「とても思う」と回答

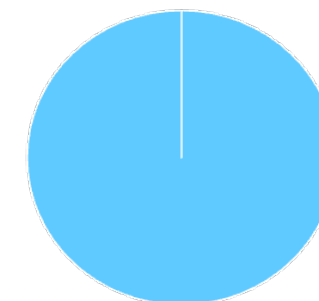
- とても思う
- 少し思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- 全く思わない



近隣地域
投資家候補

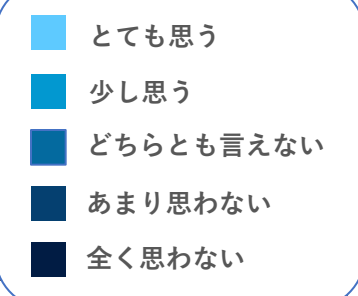
結果：100%が「とても思う」と回答

- とても思う
- 少し思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- 全く思わない

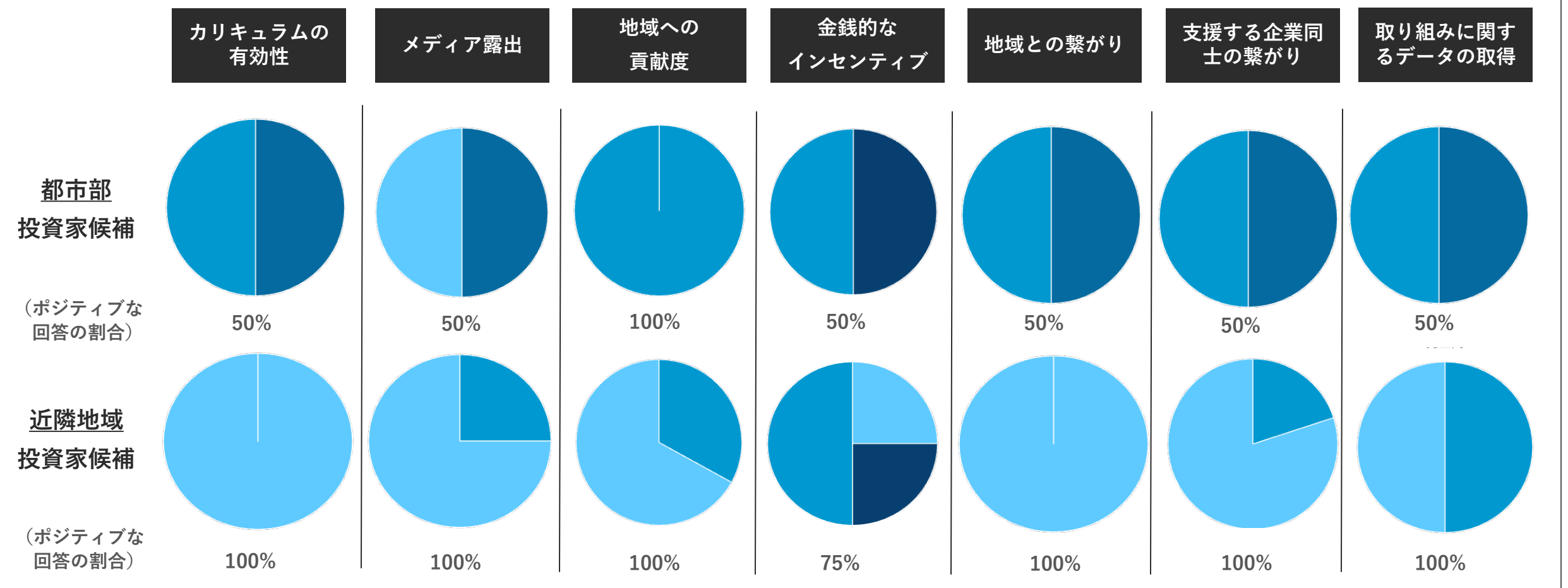


都市部
投資家候補

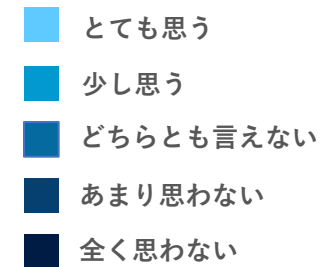
- ・「地域の貢献度」「地域との繋がり」を重要視しない
- ・資金以外の支援についてもあまり期待ができない



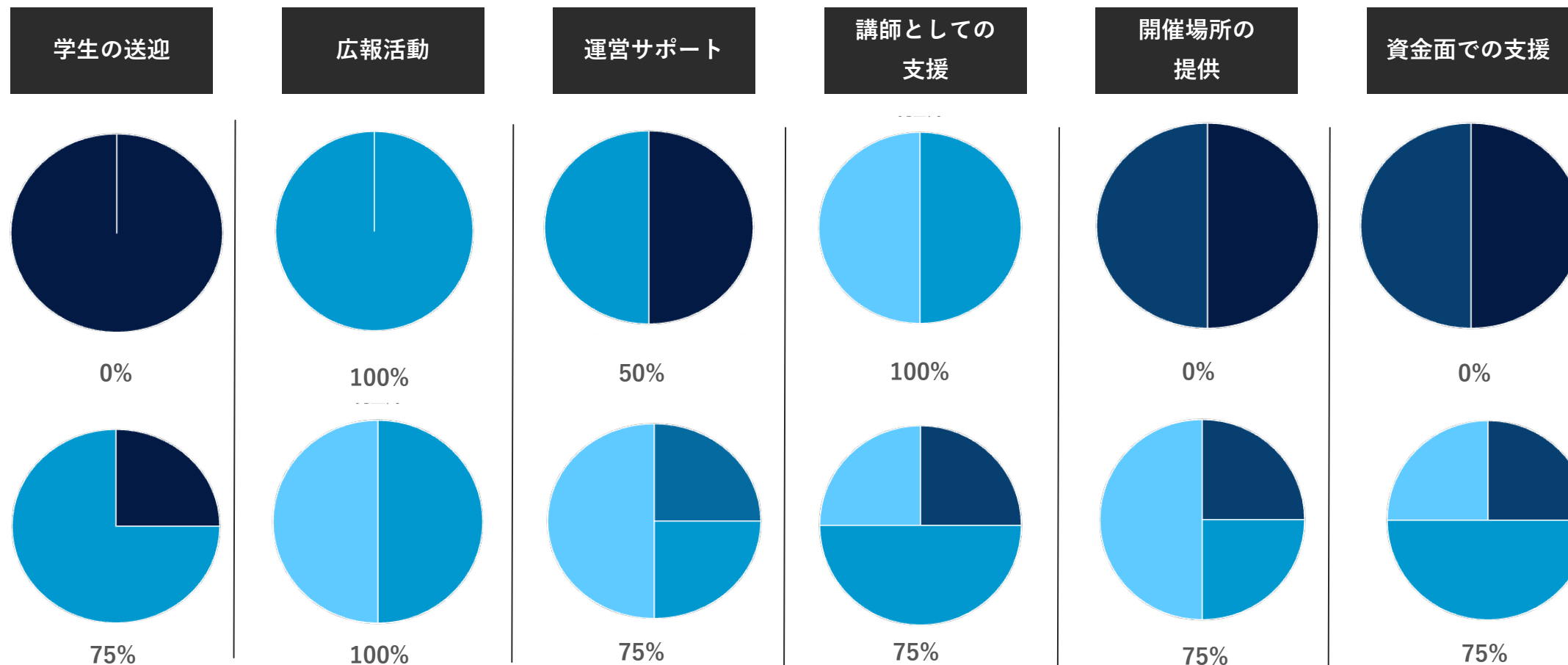
設問：取り組みを企業が支援する際、各ポイントについてどの程度重要視するか



- ・ 企業から得られそうな支援は「運営サポート」や「開催場所の提供」「広報活動」など様々
- ・ 支援方法としては資金だけでなく、広報活動、講師といった他の形の支援の可能性もある



設問：取り組みを企業が支援する際、各項目どの程度支援が可能か



EOF