



みずなみプロモーションによる 移住・定住促進プロジェクト

岐阜県瑞浪市

広報企画書

Let's create the future together!

瑞浪市の概略

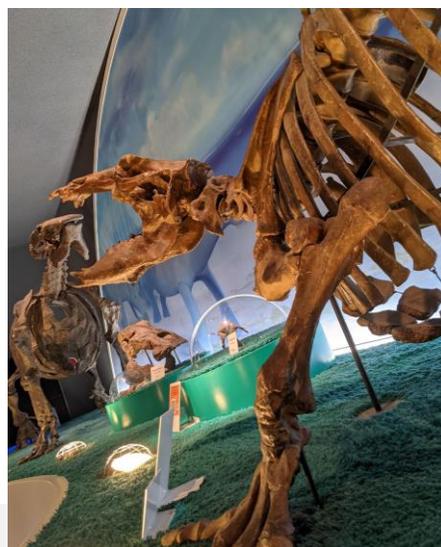
瑞浪市は、岐阜県の南東部に位置し、面積は 174.86k m²あり、中心部を土岐川が流れ、市域の 70%を森林が占めるなど、緑豊かな自然環境を有しています。

人口は35,807人、世帯数は15,587世帯となっています。(令和5年11月1現在)

古代は東山道、中世は鎌倉街道、近世は中山道の宿場町として、東西の政治、経済、文化が交流して栄えた歴史あるまちであり、また、室町時代からの伝統を誇る陶磁器のまちであり、古生物等の化石が発見されるまちでもあります。

交通インフラは、東西に国道 19 号線、中央自動車道、JR 東海中央本線が走り、南北には東海環状自動車道が中央自動車道に接続しています。

また、2027年(令和9年)に東京・名古屋間での開通を目指すリニア中央新幹線岐阜県駅のアクセス道路としての役割や災害時の緊急輸送道路として期待される国道19号瑞浪恵那道路の工事が進められており、交通アクセスに恵まれている地域です。



シティプロモーションの目的

瑞浪市のシティプロモーションの目的は、「認知度・都市イメージの向上、シビックプライドの醸成に伴う地域活性化及び定住人口の増加」です。

認知度・都市イメージの向上により瑞浪市を知ってもらい、訪れてもらうことで、地域経済の活性化・交流人口の増加につなげます。

定住人口の増加は、市外在住者による移住に加え、現在住んでいる市民に住み続けてもらうという観点も重要です。

市外向けの施策と、市民向けの施策を達成することで、次代を担う活力ある世代の定住者の増加を目指し、交流人口から関係人口へと成熟させ、将来の定住へとつなげていきます。

そのためにも、瑞浪市の特長や魅力を効果的に市内外に発信し、市の認知度やイメージを向上させるとともに、市民のシビックプライドの醸成を図り、誰もが誇れるまちづくりを目指します。



少子化の進展等に伴う人口減少社会が本格的に到来し、地域経済の縮小など全国的に大きな課題となっています。瑞浪市の人口も、2000年(平成12年)までは年々増加していましたが、それ以降減少傾向となっており、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2040年(令和22年)には、28,780人にまで減少するとされています。

それに加え、令和3年度市民アンケートの「これからも瑞浪市に住み続けたいと思いますか」の問いに対し、「いつまでも住み続けたい」「当分住み続けたい」をあわせた“住み続けたい”の割合は80.2%を示していますが、20代や30代の若い世代で見ると、「住み続けたい」と思う割合は75.0%と、全体に比べて低い傾向であるため、この年代が市外流出しないよう、学生時代から瑞浪市に愛着がわき、誇りに思えるようなシビックプライドの醸成を図る必要があります。

他にも、平成27年度・29年度に行った市外住民から見た瑞浪市イメージ調査でも、20歳～40歳の「名前だけは知っている」割合が44.7%となっており、場所も含めた認知度が非常に低いことから、ブランド力を高める必要があります。

また、現在の瑞浪市のプロモーションは一体性や、SNSを活用した発信力が弱く、市民・団体・事業者などの参加が少ないといった課題もあります。

このような状況の中、まちの活力を維持し、将来にわたり持続可能な市政運営を行っていくため、シティプロモーションを推進する必要があります。

1. ブランド化の推進

交流人口・関係人口を増加させるために特産品などの地域資源のブランド化を推進します。ブランド力を高めることにより、瑞浪市や地域資源などへの愛着と信頼感が増し、誘客へとつなげます。ブランド化を推進していくためには、市民、行政、団体、事業者などがブランド価値を理解し、市内外へ浸透させていきます。

2. 継続的な情報発信

瑞浪市や地域資源の認知度を向上させるためには、総合計画等の各施策を展開する中で、多様な情報発信ツールを活用し、「広く知ってもらおう」「ターゲットに関心をもってもらう」「必要な情報に導く」など、継続的な情報発信を行っていきます。

3. シビックプライドの醸成

シビックプライドは、市民、団体、事業者など瑞浪市に誇りと愛着をもち、まちをよくするために主体的に活動しようとする意識です。一人ひとりが生活環境に合わせてできる取り組みを進め、まちに関わる人々からシビックプライドを醸成していきます。

1. 交流人口・関係人口の増加(ブランド化の推進及び情報発信)

特産品などの地域資源のブランド化やPR動画の製作等を行い、SNSを含めた様々な情報媒体により情報を発信することで、認知度を向上させブランド力を高めます。

瑞浪市の交通インフラは、JR東海中央本線、中央自動車道、国道19号線と名古屋地域へのアクセスに対し利便性が高いため、交流人口・関係人口増加のメインターゲットを「**東海地方在住及び都市圏在住の20代~40代**」と設定します。

2. シビックプライドの醸成

瑞浪市の魅力や素晴らしさを向上させ、SNSを含めた様々な情報媒体により情報を発信し、参加・実感してもらい「このまちで暮らしたい」「このまちで働きたい」と感じられるまちを目指します。

瑞浪市の課題である30歳未満の転出抑制には、将来定住を希望するよう子どもや若い世代のうちから瑞浪市への愛着と誇りを育むことが必要なため、シビックプライドの醸成のメインターゲットを「**市内在住の30歳未満**」と設定します。

ターゲットに向けての具体的な施策

瑞浪市では、市民に瑞浪をもっと知り、瑞浪をもっと好きになってもらう「ふるさとへの愛着」を醸成し、「みずなみ愛」を深めるとともに、市外にも瑞浪の産業、歴史、文化、自然などの魅力を発信し、瑞浪の素晴らしさを感じてもらえるように、以下の取組みを

「みずなみプロモーション」

として令和4年度から新規事業で展開しています。

①セレクトショップ監修による地場産品のブラッシュアップを実施

☞セレクトショップ監修による地場産品のブランド化を推進し、当該産品をセレクトショップでの販売及びふるさと納税返礼品としての取り扱いを通じて、特に若い世代への認知の拡大と、魅力ある産品を通じて市民のシビックプライドの醸成を図ります。

②市民と一緒に創ろう！シティプロモーション動画の制作

☞製作した動画をSNS等での発信を通じて、本市の認知度向上を図ります。また、動画の原案の企画段階から市民参画を行うことで、市民のシビックプライドの醸成を図ります。

③学生が主役！瑞浪市役所「ミライ創ろまい課」を新設

☞「ミライ創ろまい課」で、自らが企画した地域活動に大人を巻き込みながら実践することを通じ、若者が進んでまちづくりに参画することで、若い世代のシビックプライド醸成を図り、若い世代の定住意欲を促進させます。

④ふるさとワーキングホリデーを活用したお試し移住体験の実施

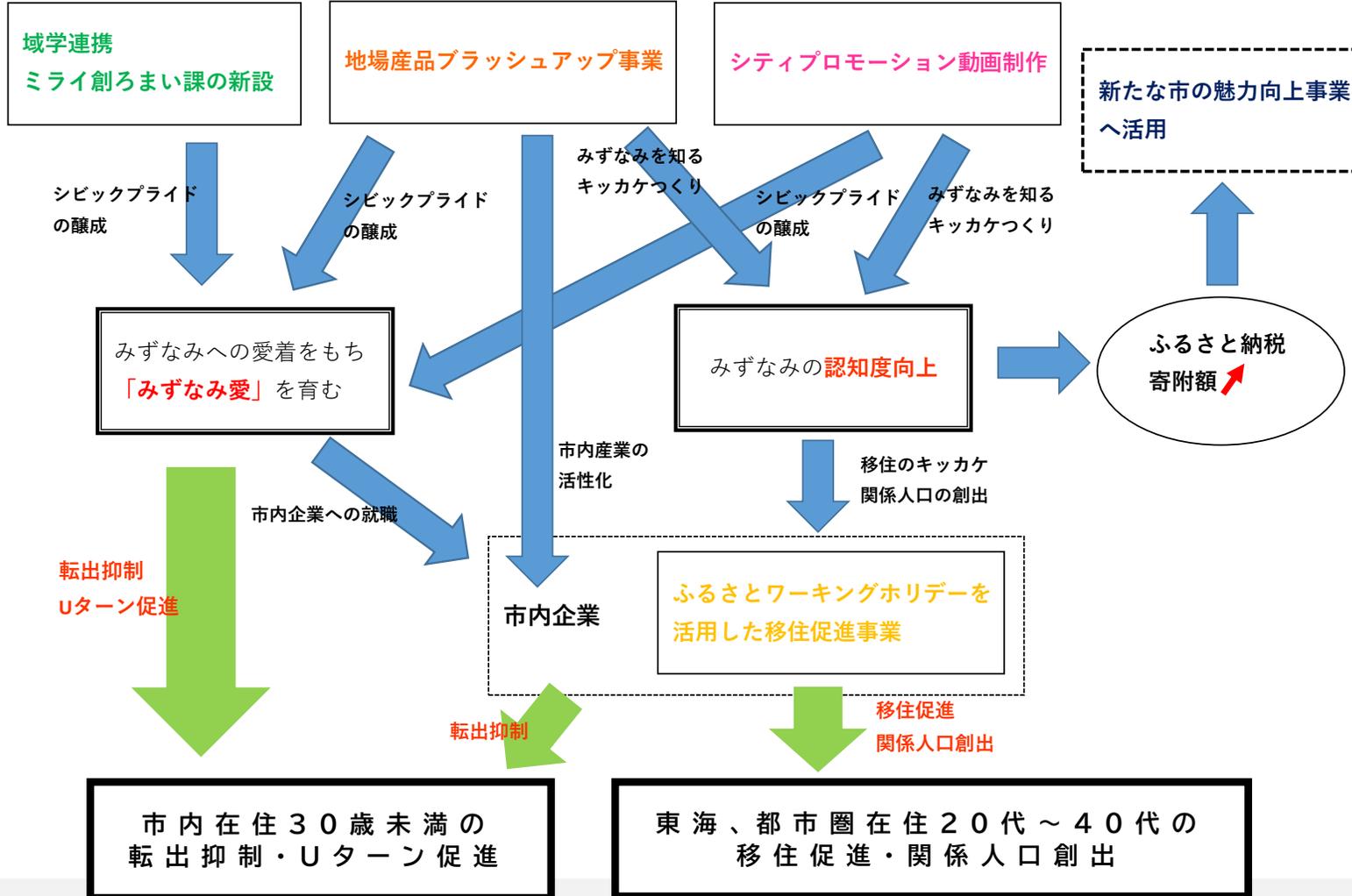
☞上記①～③の事業で、本市に興味をもった方、魅力を感じた方が、ふるさとワーキングホリデーを通じて関係人口の創出に繋げ、将来的な移住・定住の掘り起こしを図ります。

※瑞浪市まちづくり推進部市民協働課が、みずなみプロモーションの事業を担い、全体の進捗管理を行っております。

※みずなみプロモーションは、『デジタル田園都市国家構想交付金』を活用し、令和4年度から令和6年度の3年計画で実施。

みずなみプロモーションが課題解決に寄与する理由

「みずなみプロモーション」全体図



左記の全体イメージのとおり、各施策が相互に作用し、政策の効果を高めています。

地場産品ブラッシュアップ事業、シティプロモーション動画の制作、ミライ創ろまい課の新設により、本市の認知度向上(瑞浪市を「知るキッカケ」作り)とシビックプライドの醸成を図ることで、若い世代の転出抑制とUターン促進を図ります。

また、上記3つの事業などにより、本市に興味をもった方が、移住や関係人口のキッカケとなる手段として、ふるさとワーキングホリデーにて地域の魅力を体験することで、本市の関係人口の創出と将来的な移住・定住の掘り起こしを図ります。

なお、各事業については、「瑞浪市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議」で効果検証を行っています。

【参画者】

商工会議所、市内の大学・高校、金融機関、連合岐阜東濃地域協議会、マスコミ関係者、士業、公募市民

成果指標

本事業を展開し、関係人口の拡大と、将来的な移住・定住の促進を図っていくこと、地場産品ブラッシュアップ事業で新たに開発した商品は、ふるさと納税返礼品にも活用するため、以下の3つをKPIに設定しています。

KPI①移住定住相談件数 ▣ みずなみの認知度向上、みずなみ愛を育む

【該当事業】地場産品ブラッシュアップ事業、シティプロモーション動画製作、ミライ創ろまい課、ふるさとワーキングホリデーの実施

KPI②20代・30代のこれからも瑞浪市に住み続けたいと思う市民の割合(市民アンケート) ▣ みずなみ愛を育む

【該当事業】地場産品ブラッシュアップ事業、シティプロモーション動画製作、ミライ創ろまい課

KPI③ふるさと納税の寄付申し込み件数 ▣ みずなみの認知度向上、ふるさと納税寄附額up

【該当事業】地場産品ブラッシュアップ事業、シティプロモーション動画製作

<目標値>

	事業開始前	令和4年度	令和5年度	令和6年度
KPI①	65件	75件	90件	110件
KPI②	75%	77%	80%	85%
KPI③	8,500件	9,500件	11,000件	13,000件

瑞浪市の地場産品を BEAMSがプロデュース 地場産品ブラッシュアップ事業

【事業概要】

国内外でセレクトショップを展開している株式会社ビームスが運営する「ビームス ジャパン」に、本市の地場産品の監修を委託し、魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップ(商品改良)を実施。

これにより、新しい顧客(主に若年層)の獲得による市内産業の活性化と監修した商品をふるさと納税返礼品として活用することで、寄附金や寄附件数の増加を図りました。

さらには、市内外に暮らす人たちに、改めて瑞浪市の魅力に気づいてもらうことや、魅力ある産品を通じて地域の誇りを感じてもらったりなど、市民のシビックプライドの醸成に繋げていくことを目的としています。

<事業費> 令和4年度10,000千円 令和5年度18,700千円

上記のうち1/2はデジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進交付金)を活用



瑞浪市
MIZUNAMI-CITY



ビームス特設サイト



R4年度



R5年度

【事業実施の様子】 令和4年度

※事業期間としては令和5年3月まで実施

(1)参加事業者との打合せ(令和4年6月～8月)



令和4年度は、16社から応募があり、選考の上、8社と事業に取り組みました。

(3)名古屋ラシックにて催事(令和4年10月)



13日間の開催で、
約115万円(1,189点)
の売上

(2)監修商品のプレスリリース(令和4年9月)



メディア露出件数:48件 広告換算額:約2,200万円

(4)ふるさと納税返礼品として取扱い(現在も継続中)



令和4年11月よりふるさと納税返礼品として70品目を取扱い開始。

【監修商品の寄附状況】

令和4年度

寄附金額:約1,350万円

寄附件数:572件

【事業実施の様子】 令和5年度

(1) 参加事業者との打合せ(令和5年5月～9月)



令和5年度も新たに8社と商品開発に取り組んでいます。

今年度も陶磁器、タイル、日本酒、雑貨など、多種多様な新商品をビームスと開発。

(2) 監修商品のプレスリリース及びふるさと納税返礼品として取扱い開始(令和5年11月)



令和5年度は全69品を監修。

11月下旬より、ふるさと納税返礼品として、取扱い開始。
※セット組みにより約50品目を新たに登録。

令和4年度と併せ、100品目以上のビームス監修返礼品が誕生。

市民と一緒に創ろう！ シティプロモーション動画等制作事業

【事業概要】

瑞浪市内にある地域資源(風景・風土、歴史、生活習慣、住民、方言等)を発信することで、市民の郷土に対する誇りや愛着(シビックプライド)の醸成と、本市の認知度向上を図り、交流人口及び関係人口の拡大と、定住人口の増加に繋げることを目的に実施。

シティプロモーション動画の内容は、将来を担う若い世代が関心を持ち、共感を抱くものとするため、動画の原案については、市内の若者(10代～30代)を対象とした市民参加型ワークショップの上決定しました。

この原案を基に、シティプロモーション動画「奇跡の化石」が製作され、動画には、ワークショップに参加した市民の他にも、地元の高校生など、総勢50名以上がエキストラとして出演しています。

動画は18分余りの短編映画で、内容は化石に焦点を当てたミュージカルコメディ。都会から瑞浪市に引っ越してきた女子校生が、ひよんなことから市内で発見されたクリーニング中の「パレオパラドキシア」の全身骨格の化石を見つけ、不思議な体験をするというストーリー。

瑞浪市公式YouTubeチャンネルで令和5年3月より公開し、現在、58万回以上視聴されています。

〈事業費〉16,905千円 うち1/2はデジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進交付金)を活用

映文連アワード2023 優秀企画賞 受賞

令和6年1月より、ソラシドエア航空の機内サービス「ソラタイム」にて放映予定 80便(全便)／日

広報実績:メディア露出件数:86件(テレビ、新聞、WEB媒体当) 広告換算額:約4,700万円

岐阜県瑞浪市 短編映画

奇跡の化石



PR動画

PR動画

YouTube

紹介HP



【事業実施の様子】 令和4年度

(1)市民ワークショップの様子(令和4年9月～10月に実施)



ワークショップは、全3回実施し、市内に在学する高校生(ミライ創ろまい課の生徒等)や、市民の方、合計23名が参加。

ワークショップでは、参加者が瑞浪市の魅力(キーワード)を掘り起こし、動画の原案となる短編小説(ショートショート)を執筆。

ワークショップのファシリテーターには、現代ショートショート作家の旗手である、田丸雅智氏を起用し、誰でもショートショートが書けるメソッドを活用することで、たくさんの楽しく、素晴らしい作品が生まれました。

瑞浪に生まれ育った人、縁あって瑞浪に移住した人、瑞浪に通勤・通学されている人参加者全員に、学びがあり、賑わいがあり、仲間ができ、思い出に残る、そんな「学校」のようなプロジェクトとしてワークショップを終えることができました。

全23作品のショートショートの中から、市長を含めたワークショップ参加者全員での投票の結果、シティプロモーション動画のストーリー原案は、『ミュージカル化石博物館』に決定しました。

ワークショップ
ダイジェスト動画 ▶



ワークショップ生配信
YouTube ▶



【事業実施の様子】 令和4年度

(2)撮影の様子



メイキング動画

YouTube



令和5年1月に、出演俳優の戸畑心さんと池田成志さんの出演シーンの撮影を行いました。
動画の原案を決める市民ワークショップに参加していただいた市内高校生も、主人公の釜戸るいのクラスメイト役としてエキストラ出演しており、その他にも総勢50名以上の市民の方がエキストラ出演にご協力いただきました！

(3)動画公開後の展開 令和5年度

瑞浪市制70周年記念事業として、野外映画祭イベント「化石と星の森 cinema&nightmarket」を開催。

映画館のない瑞浪市の緑豊かな公園に、1日限りの野外映画ステージを設置し、約20台のフードトラック、70店舗のクリエイター店舗と共に、夏の夜を楽しむイベントを開催しました。

映画祭の上映作品の一つとして、「奇跡の化石」を上映し、市内外から延べ10,000人が来場する大盛況のイベントとなりました。



学生が主役！ 瑞浪市役所「ミライ創ろまい課」発足 域学連携推進事業

【ミライ創ろまい課とは？】

瑞浪市役所「ミライ創ろまい課」は、条例等で規定されている**正式な瑞浪市の部署ではありません。**

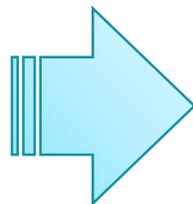
仮想的に行政組織の課名を模した学生によるまちづくりグループです。市内に高校が3校と大学も立地している利点を活かし、高校や大学との連携を強化し、若者の定住意欲に繋がるような施策を展開することにより、若い世代の転出超過に対応していきます。

【ミライ創ろまい課の概要】

- 1 対象者 市内の高校や大学に通う学生等
- 2 任期 原則2年間
- 3 参加者 52名(1期生26名、2期生26名)
- 4 活動拠点 瑞浪市役所西分庁舎
- 5 活動回数 月2回程度(原則平日17時～18時半)

〈事業費〉2,000千円

1/2はデジタル田園都市国家構想交付金を活用



瑞浪市役所「ミライ創ろまい課」発足記者会見の様子



👉 ミライ創ろまい課
紹介HP



「ミライ創ろまい課」では、自らが企画した地域活動に大人を巻き込みながら実践することを通じ、若者が進んでまちづくりに参画し、まちに”にぎわい”を創出することを目指して活動しています。

活動は月2回、市内事業者や市役所の若手職員、専門家を交えたワークショップを重ね、白熱した議論をもとに、現在3つの取り組みを行っています。

【現在進行中のプロジェクト】 令和4年度～令和5年度

① イベントチーム

【瑞浪市を舞台にワクワクドキドキが止まらないイベントを企画】

多くの人を訪れる「イオンモール土岐」で、イベントのニーズ調査アンケートを行い、調査結果を基に、市が計画している野外映画祭に、大人だけでなく、子どもも参加したくなるような連動企画を検討。

野外映画祭イベント「化石と星のcinema&nightmarket」(令和5年8月19日)において、ビンゴスタンプラリーと子ども縁日を開催し、イベントは大盛況でした！



② 特産品チーム

【瑞浪市の自慢の名物となる特産品を開発】

瑞浪市内の民間事業者等の協力を得ながら、若者の斬新なアイデアを織り交ぜつつ新たな特産品開発を目指しています。

その中でも「瑞浪の野菜」に注目し、PRする手法を検討しています。

検討の結果、瑞浪の米を活用した特産品開発の進める方向に決まり、令和5年8月31日の「野菜の日」にプレスリリースを行いました！

その他にも、ビールの麦芽粕を活用した、特産品開発についても同時並行で進行中です。



【現在進行中のプロジェクト】 令和4年度～令和5年度

③化石検定チーム

【日本初の化石検定を瑞浪市で実施】

「化石のまち」瑞浪市の誇るべき化石について、大人から子どもまで楽しみながら挑戦することのできる問題を、ミライ創ろまい課の熱意に動かされた6名の古生物学者のアドバイスを受けながら作成しています。

令和6年度の瑞浪市化石博物館開館50周年のタイミングに化石検定を実施することを最終目標とし、今年10月15日の化石の日(毎年10月15日が化石の日)に、化石検定プレテストを実施しました。

検定には、全国各地から20名の参加があり、また、NHKによるテレビ取材や新聞報道など多くの取材をいただき、「化石のまち」として瑞浪市を十分にPRすることができました。

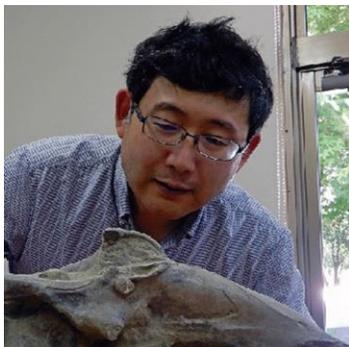


問題監修に携わった古生物学者の方々

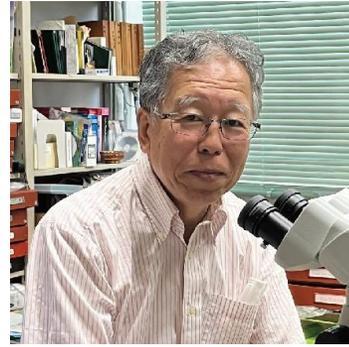
化石検定紹介HP



相場 大祐 先生
深田地質研究所



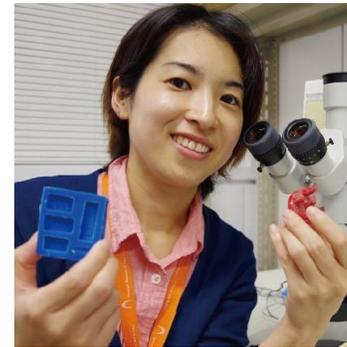
安藤 佑介 先生
瑞浪市化石博物館



大路 樹生 先生
名古屋大学 特任教授



大橋 智之 先生
北九州市自然史・歴史博物館



木村 由莉 先生
国立科学博物館



服部 創紀 先生
福井県立大学恐竜学研究所

ふるさとワーキングホリデーを活用した お試し移住体験事業の実施

【事業概要】

県外に在住する若者等が、本市に2週間滞在し、働いて収入を得ながら瑞浪市の暮らしを学び、地域の人たちとの交流を通して地域の魅力を体験することで、本市の関係人口の拡大と将来的な移住・定住の掘り起こしを図ることを目的に実施。

滞在中は、クラフトビール醸造所、カフェ、ゴルフ場、養蜂、タイル製造、陶磁器製造など、合計8社の多様なながらも瑞浪市ならではの企業で働きながら、より地域での”暮らし”への理解を深めて頂きました。

募集人員10名に対し、主に関東圏を中心に、定員を大幅に超える35名からの応募がありました！

8月16日～29日までの2週間、まずは、18歳～26歳の8名の若者がふるさとワーキングホリデーに参加しました。

参加者からは、「これからも継続的に瑞浪市に関わっていきたい」、「将来、瑞浪市の空き家を活用してカフェをやりたい」、「社会人になったら恩返ししたい」など、関係人口の創出に寄与することができました。

〈事業費〉4,235千円 左記のうち1/2はデジタル田園都市国家構想交付金を活用



【事業実施の様子】 令和5年度

(1) 就業先での様子



(2) 休日の過ごし方



中間研修では五平餅作り体験



野外映画祭も満喫

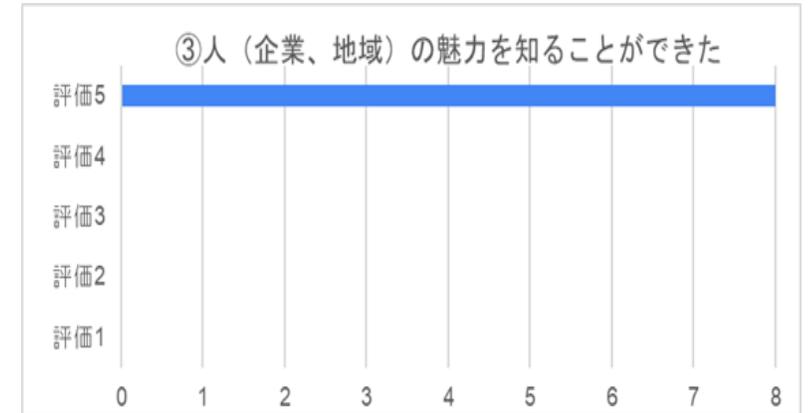
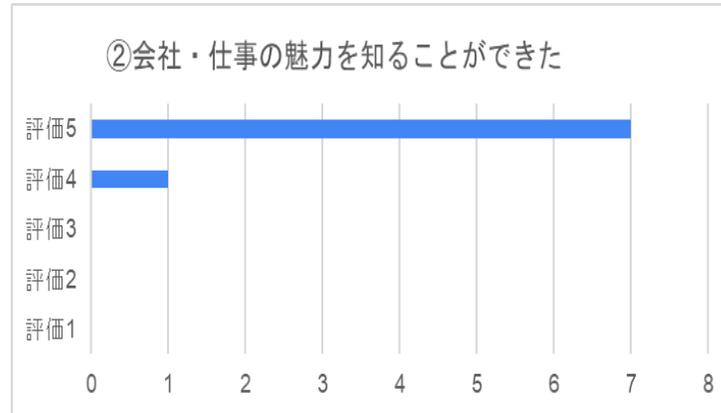
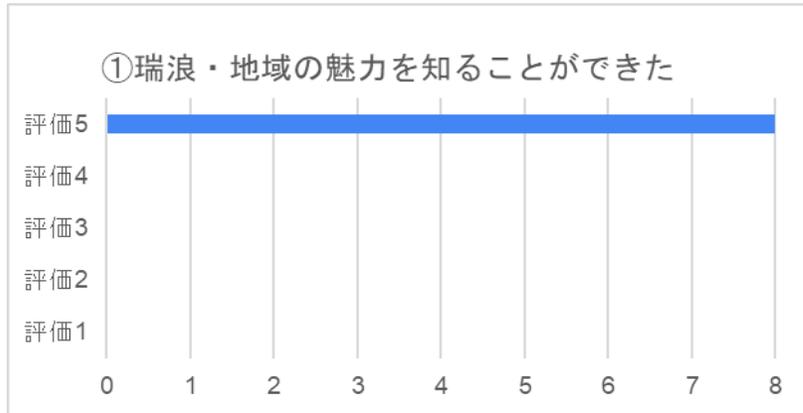


地域住民や移住者との
交流会に参加



【参加者からのアンケート結果】

5段階評価 1:できなかった ~ 5:できた



【参加者の声】



最初のキックオフでは、まだ瑞浪を全く知らない状態で話し合いや自己紹介の時間を設けてられていて、初めての町で初めての人達との空間だったのでその時は緊張と不安が大きかったです。最終日には初日が恋しくなっていました。中間研修では一日でたくさんの体験ができ、皆との仲ももっと深まった1日だと感じました。修了の時は企業の方とワーホリ参加者のスピーチを聴いて、本当にこの2週間、受け入れ側も色々感じてくださることがあったんだと嬉しかったです。



私にとってこの2週間は本当に全てがプラスで素晴らしい経験の日々だったと思っています。最も良い点を絞りに絞って挙げるならば、やはり人だと思います。人の温かさを全身で毎日感じられた2週間でした。何かしよう、何かしたい、という寛大な優しさに日々触れ、すごく温かい気持ちと瑞浪の人が大好きだ、という感情が溢れました。



参加して生き方の選択肢が広がりました。大人たちの長い人生の紆余曲折や、働き方のお話を聞いて、いろんな人生があると知れました。自分も型をはみ出していいのかも、型なんかないのかもと思えました。「若いんだから何でもやりな！」と言って応援してくれる大人に出会えました。何の縁もゆかりも無い土地に、愛着と帰れる場所と大好きな人たちができました。

【令和4年度実績】

KPI	令和4年度目標	令和4年度実績
KPI①移住定住相談件数	75件	90件
KPI②20代・30代のこれからも瑞浪市に住み続けたいと思う市民の割合(市民アンケート)	77%	78%
KPI③ふるさと納税の寄付申し込み件数	9,500件	10,000件

令和4年度(令和5年3月31日時点)はKPI①90件、KPI②78%、KPI③10,000件で、いずれも期中目標達成!!

また、ここ数年は住民異動件数が転出超過の状況が続いておりましたが、令和4年度は、転入・転出の異動件数の増減がゼロ(共に1,156件)という結果となり、本事業が転出抑制と転入(移住)者増に一定の効果があったと評価しています。

※令和3年度は転入918件に対し、転出1,115件(▲197件)。

他にも、シティプロモーション動画のYouTube視聴回数58万回のうち、18歳～44歳の視聴割合が全体の約76%(44万人)であり、効果的に若い世代にプロモーションが出来ました。

ふるさと納税についても、20代～40代の寄附者が令和3年度が2,217件、令和4年度が3,022件(+805件)と大幅に増加しました(ワンストップ特例申請を活用するなどして、本市が生年月日の分かる寄附者に限る)。

移住定住の相談件数については、件数の増加に比例し、20代～40代の相談者数も増えてきています。

なお、制度開始以来、令和3年度まで1人しか実績のなかった「東京圏からの移住支援金」について、令和4年度は申請2件で4人の方が東京23区から移住し、令和5年度も4人の方がすでに東京圏から移住し、都市部からの移住者も増えてきています。

今後の事業展開

①地場産品ブラッシュアップ事業

令和5年度については、新たに8事業者が、ビームスと商品監修(開発)に取り組んでいます。

完成した商品は、今年の11月22日から、ビームス公式オンラインショップ及びふるさと納税返礼品として取扱いを開始。

また、12月中旬から1ヶ月間、東京のビームスジャパン新宿において催事販売の開催も計画しています。

※ビームス公式オンラインショップ及び東京での催事販売においては、令和4年度に監修(開発)した商品も販売。

令和6年度は、集大成として、これまで監修した全ての商品(令和6年度監修分を含む)を取り扱うアンテナショップを瑞浪市内で期間限定で開設する予定。

②域学連携推進事業

令和6年度、ミライ創ろまい課は、化石検定(本検定)の実施、開発中の特産品の量産を目指します。

また、来年の市制70周年記念事業で企画している「みずなみ世界一プロジェクト」(ギネス記録への挑戦)の運営に携わる予定。

来年度も3期生を募集し(1期生は卒業)、以降も4期生・5期生募集と、ミライ創ろまい課の活動は継続していきます。

③お試し移住体験事業

今年の参加者や受入事業者からのフィードバックを受け、より良くアップデートした上で、令和6年度もふるさとワーキングホリデーを実施予定。次年度は、移住にまで結びつのが目標です。

※今年の参加者へのアンケートでは、8名中／2名が「移住を検討したい」との結果でした。