

2025年度 岐阜協立大学
学内ゼミナール大会 参加論文

- ゼミ名 佐々木Ⅱゼミナール
- テーマ 地域と若者の距離を縮める体験と発信のデザイン
ー大垣市かがやきライフタウン構想の再接続に向けてー
- 代表者 村井 駿斗
- 参加者 村井 駿斗、木田川 凌汰、八木 悠哉、小寺 優菜、渡邊 心結
- 目次
1. 研究背景
 2. 研究目的
 3. 研究意義
 4. 実証実験
 - 4-1. 介入内容
 - 4-2. 実験デザイン
 - 4-3. 結果と考察
 5. まとめ
 6. 今後の展望
 7. 謝辞
 8. 参考文献

1. 研究背景

大垣市が主催する「春・秋のつどい」は、市民活動団体の発表・体験・交流の場として約20年間継続している地域イベントである。これらは「かがやきライフタウン構想」が掲げる、市民の自発的な社会参加・地域貢献の促進や、地域資源を活用した「かがやいた人生を実感できるステージづくり」を具現化する施策の一つと位置づけられる。加えて同構想は、実現に向けたプロジェクトとしてIT活用等も含む。

一方で近年、若者と地域のかかわりの減少や企画のマンネリ化、チラシ中心の広報による情報発信の偏りなどが指摘されてきた。課題の真偽を確かめるため、2022年度～2025年度に集計された948件の「春・秋のつどい」アンケート分析を行った結果、自由記述には「新規参加者が増えない」「毎年同じ感じがする」といった指摘が見られた。また参加者の年齢層は40～70代が半数以上を占め、20代は3%(34件)と若年層の参加が著しく低いことが示された。認知経路もチラシや広報誌が約7割を占め、SNSによる認知はわずか2%ほど(16件)であり、SNS世代の若者への情報発信にも課題が見られた。

さらに、市民活動推進課職員へのヒアリングでは、例年実施されているスタンプラリー型企画に関して「スタンプを集めること自体が目的化し、体験や新たな発見につながりにくい」という指摘があった。これらの状況が続くと、参加層の固定化・高齢化が進み、若者世代とのつながりが弱まることで、構想が目指す姿との乖離が拡大する懸念がある。

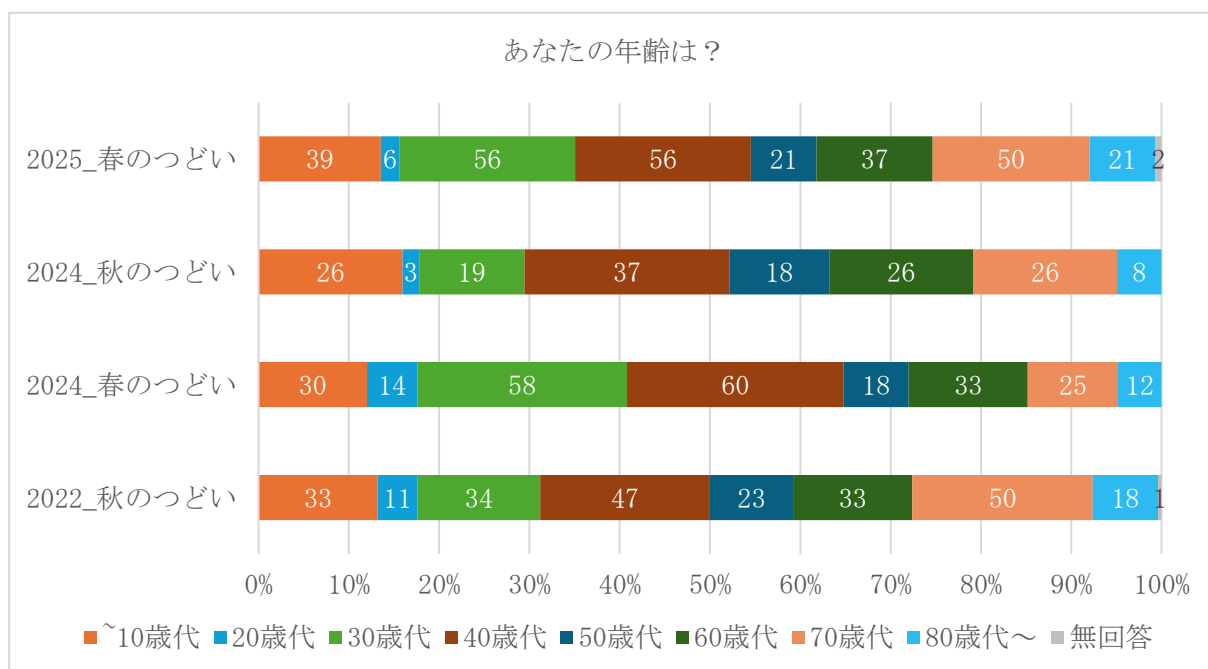


図 1. 年齢層のアンケート結果

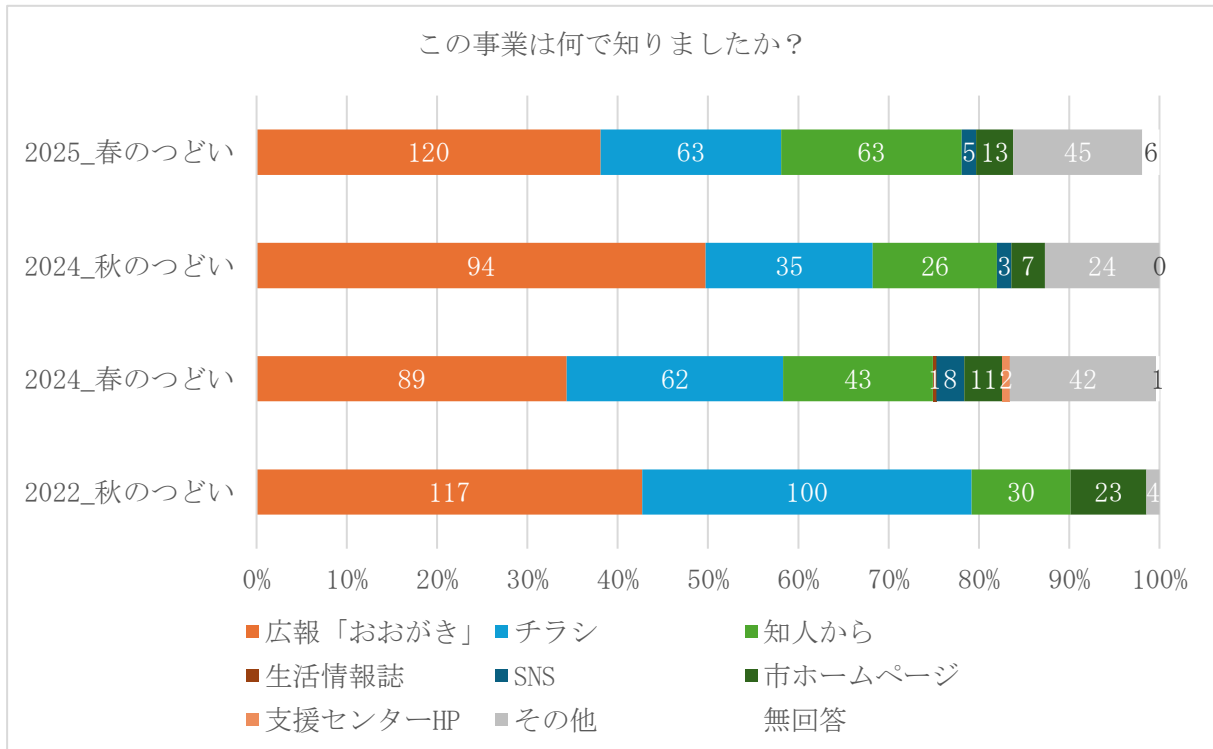


図 2. 認知経路のアンケート結果

2. 研究目的

本研究の目的は、地域イベントにおける「体験」と「発信」の再設計を通じて、①来場者の回遊性が高まるか、②市民活動団体への理解や参加意欲が向上するかを検証することである。介入は次の二つの仮説に基づいて行った。

(1) 来場者が会場全体を十分に回らず特定ブースに偏ることで、イベントの魅力を十分に体験できていない可能性がある。

(2) 静的情報(文字・写真)に依存した広報では活動の雰囲気や人の様子が伝わりにくく、市民活動への参加を後押しする情報が不足している可能性がある。

3. 研究意義

本研究の意義は、以下の2点に整理できる。

(1) 理論的・研究的意義：かがやきライフタウン構想と実際の地域イベント運営の間に生じるギャップに着目し、「体験設計」と「情報発信設計」の両面から再設計を試み、その効果を定量的・定性的に検証した点に特徴がある。

(2) 実務的意義：従来のスタンプラリー型企画を「体験を通じた回遊」へと再設計する方法、さらにチラシ中心の広報を「動画による可視化」に転換する手法を提示することで、企画のマンネリ化や参加者層の固定化に対する具体的な改善策を示す点に意義がある。

4. 実証実験

4-1. 施策内容

(1) 施策 1：まるごと体験ビンゴ

本施策は、会場を巡る目的を「スタンプを集める」ことから「体験をする」ことに変更し、会場全体をめぐる導線を再設計する回遊促進施策である。3×3のビンゴカード(紙版)と、スマートフォンで利用できるWeb版を制作した。お題は、ステージ発表、展示、体験工房、実行委員会企画など、会場内の多様な活動内容を反映して設定した。来場者はお題を達成することでマスを埋め、揃ったビンゴ数に応じて抽選に参加できる仕組みとした。

この施策により、来場者が自然と会場を回遊し、体験を通じて市民活動への理解を深める契機を生み出すことを意図した。



図 3. ビンゴカード（紙版）



図 4. Web アプリ画面

(2) 施策 2：市民活動団体紹介動画の制作・放映

本施策は、静的な文字や写真だけでは伝わりにくい「人の動き」や「活動の雰囲気」を可視化し、来場者が団体の実像をより深く理解できるようにすることを目的として実施した。秋のつどいに参加する約 20 団体を訪問し、日常的な活動風景を撮影するとともに、代表者へのインタビューを行い活動内容や当日の取り組みを収録した。

これらの素材を基に、1 団体あたり約 30 秒、全体で約 10 分間の動画に編集し、会場内に設置したスクリーンでループ再生した。来場者が自由に視聴できる環境を整備することで、団体理解の促進を狙った。



図 5. 動画サムネイル



図 6. 動画撮影の様子

4-2. 実証実験

本研究の施策は、2025年11月2日に大垣城ホールで開催された「秋のつどい」において実施した。ビンゴ参加者と非参加者を対象に回遊ブース数と滞在時間をアンケートで把握し、さらに動画視聴の有無と「団体がよく分かったか」「動画の総合評価」等について回答を得た。



図 7. 実証実験の様子 (1)



図 8. 実証実験の様子 (2)

4-3. 結果と考察

(1) まるごと体験ビンゴの効果

ビンゴ企画による回遊行動への効果について、ビンゴ参加者 86 名と非参加者 8 名を対象に「ブース参加数」と「会場滞在時間」を比較したところ、参加者の平均回遊ブース数は 5.6 ブース、非参加者は 4.3 ブースであり、参加者の方がより多くのブースを巡る傾向が確認された。また平均滞在時間についても、参加者は 66.5 分、非参加者は 40 分であり、参加者が長く会場に留まる傾向が見られた。

体験ビンゴが来場者の回遊性を高め、会場内での行動量を増加させる可能性が示唆される。従来型の「収集の目的化」を避け、「体験」そのものを達成条件に据えた点が、回遊の動機づけとして機能したと解釈できる。

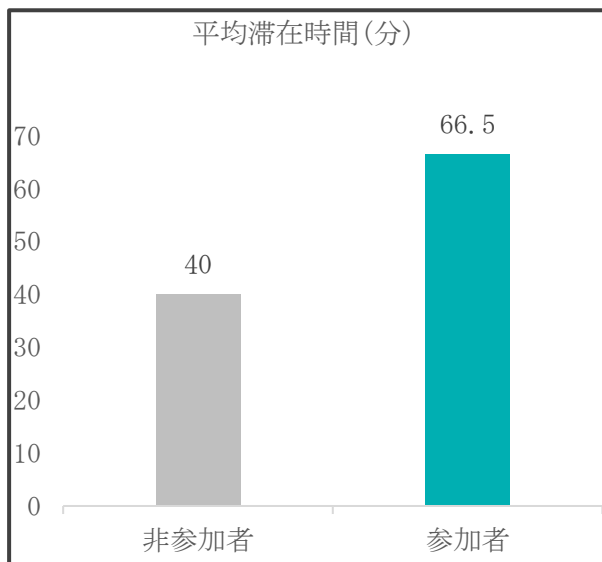


図 9. 滞在時間アンケート結果

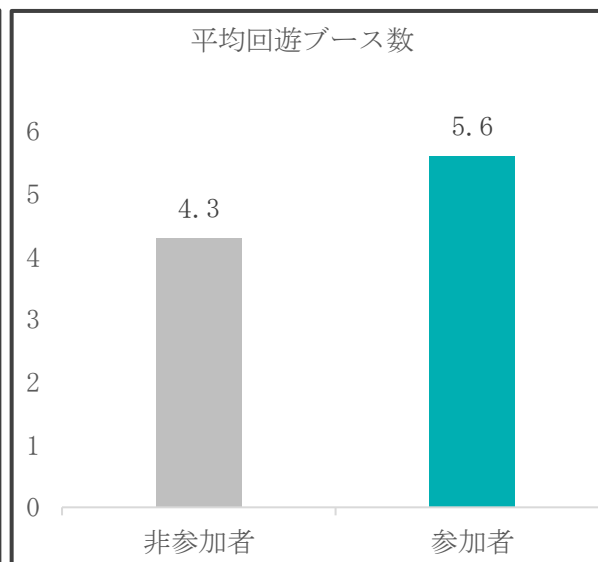


図 10. 回遊ブース数アンケート結果

(2) 市民活動団体紹介動画の効果

市民活動団体紹介動画が団体理解に与えた影響について、「団体のことがよくわかったか」を動画視聴者と未視聴者で比較した結果、「よくわかった」と回答した割合は視聴者が28名中24名（86%）であったのに対し、未視聴者では83名中65名（78%）であった。

この結果は、動画が団体理解の補助情報として一定の役割を果たす可能性を示す。ただし差は大きいとは言えず、会場内での視聴導線（スクリーン配置・案内表示・ビンゴとの連動等）の改善が必要である。特に「視聴していない層」に対して、視聴を促す仕掛けを設計しなければ、動画の効果が十分に波及しないことが課題として残る。

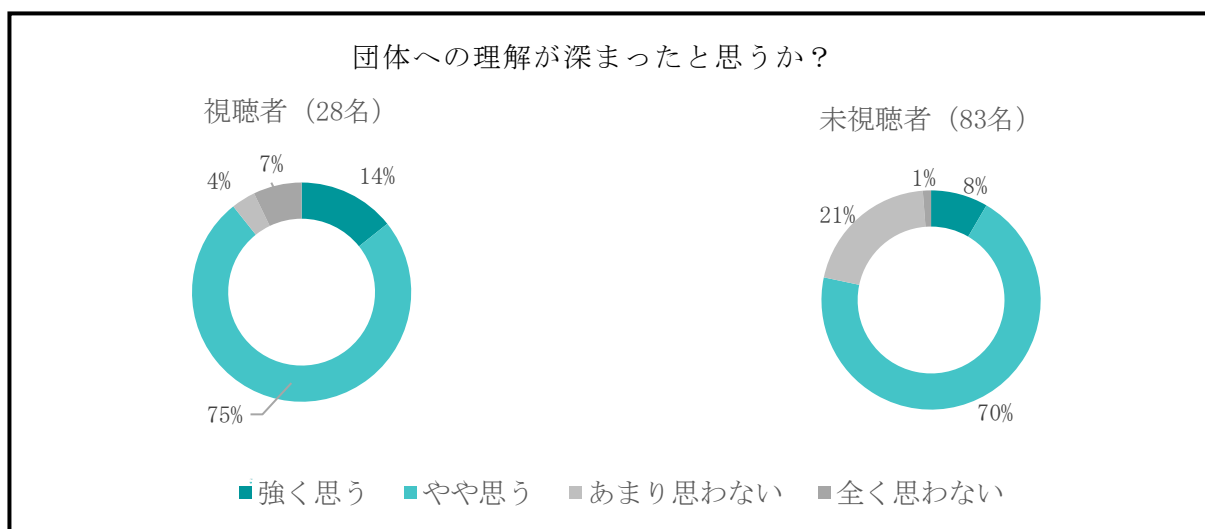


図 11. 団体理解に関するアンケート結果

5. まとめ

本研究では、かがやきライフタウン構想の理念を踏まえ、「秋のつどい」における体験と発信のあり方を再設計し、その効果を検証した。体験ビンゴの導入により、回遊ブース数と滞在時間が増加する傾向が確認され、会場体験の幅を広げる施策として有効である可能性が示された。また、市民活動団体紹介動画は、文字情報では伝達しにくい活動の雰囲気をも補完し、団体理解の向上に一定の寄与が見られた。

以上より、地域イベントの課題（若年層参加の少なさ、企画のマンネリ化、発信の偏り）に対し、「体験設計×発信設計」を統合的に改善するアプローチは、回遊性と理解促進の両面から改善を支える実装可能な手段となり得る。

6. 今後の展望

今後は、アンケートの年代・来場回数・ビンゴ参加有無などの属性別分析を進め、どの層に対して効果が高いか、またどの設計要素が行動変容に寄与したかを明確化する。とりわけ、動画の視聴者数が限定的であった点を踏まえ、(1) 会場内の視聴導線（配置・サイン・司会アナウンス等）の改善、(2) SNS 等での事前配信による期待形成、(3) Web アーカイブ化による事後接触の設計、を段階的に導入する必要がある。

また、ビンゴ施策についても、運用負荷・景品設計・達成条件の妥当性を検証し、次年度以降に継続可能な形へと最適化する。最終的には、春・秋のつどいが「若者と地域が継続的に再接続される場」となることを目指し、自治体・団体・大学が連携した運用モデルへ発展させたい。

7. 謝辞

本研究の実施にあたり、ヒアリングおよび運用にご協力いただいた大垣市市民活動推進課の皆様、ならびに撮影・取材にご協力いただいた市民活動団体の皆様に深く感謝申し上げます。

8. 参考文献

大垣市公式ホームページ、『かがやきライフタウン構想』,

<https://www.city.ogaki.lg.jp/0000000402.html>