

地域と若者の距離を縮める体験と発信のデザイン —大垣市かがやきライフタウン構想の再接続に向けて—

佐々木ゼミ 演習Ⅱ
経営学部 経営情報学科 3年
村井 駿斗、木田川 凌汰

アジェンダ

1. 研究背景
2. 研究目的
3. 施策内容
4. 実証実験
5. まとめ
6. 今後の展望

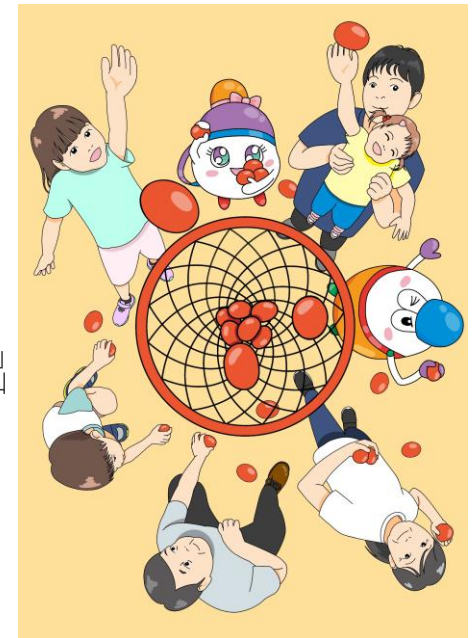
研究背景

かがやきライフタウン大垣「春・秋のつどい」とは

「春・秋のつどい」は、大垣市が掲げる
「かがやきライフタウン構想」を具現化する
重要な施策として、20年間継続されてきた

イベントの目的

- 市民団体の成果発表の場
- 市民が新たな活動を発見する機会の提供
- 地域活動や社会参加へのきっかけ・交流の創出



かがやきライフタウン構想とは

「市民一人ひとりがいつまでもかがやき続け、
市民の魅力で活力あふれるまち」
を創っていこうという理念で平成16年9月に策定された

研究のきっかけ

- 過去に春・秋のつどいに学生スタッフとして参加
- 参加層が家族連れ、高齢者に偏っていた
- 若年層にも参加してほしい

アンケート分析

過去の春・秋のつどいアンケートの概要

■対象

2022年度～2025年度に実施された春・秋のつどいの過去4回分の来場者アンケート結果を分析

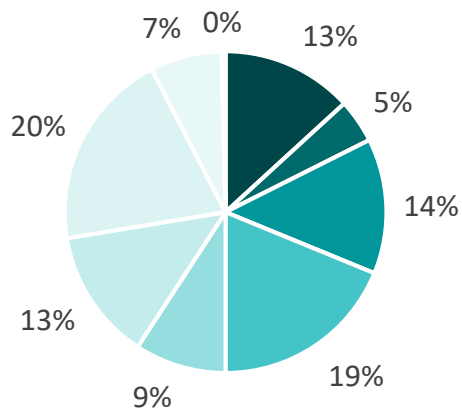
■本研究における位置づけ

今年度の取り組みを設計するうえでの「現状把握」として、過去アンケートから共通する傾向と課題を整理

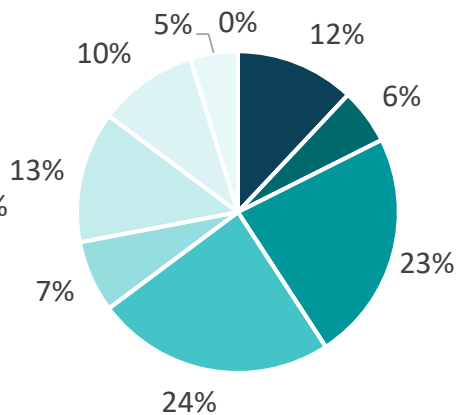
アンケート分析

あなたの年齢は？

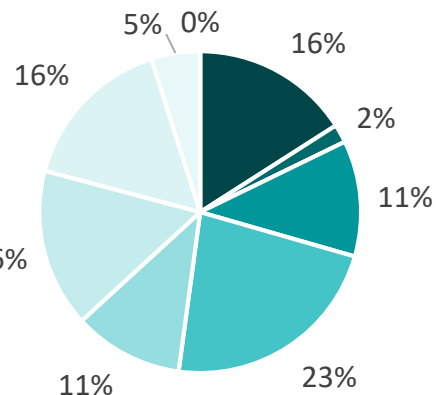
2022_秋のつどい



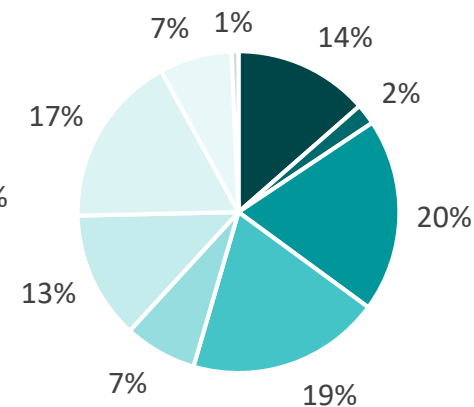
2024_春のつどい



2024_秋のつどい



2025_春のつどい



~10歳代

20歳代

30歳代

40歳代

50歳代

60歳代

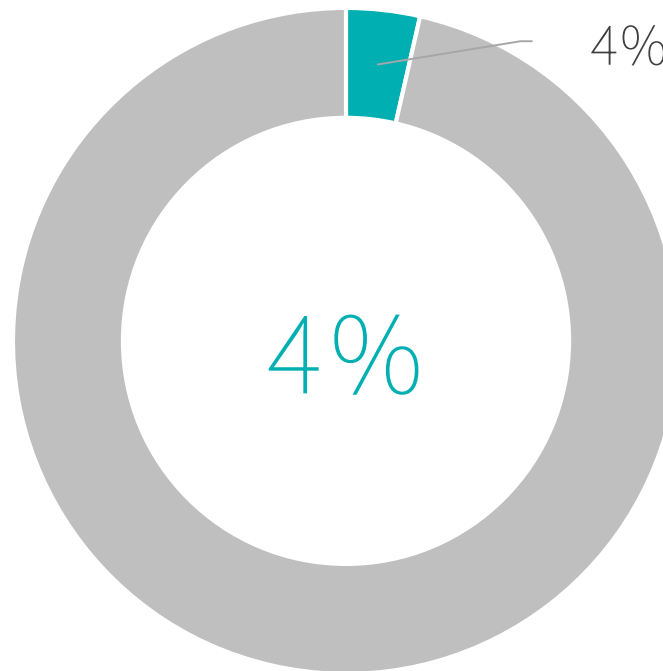
70歳代

80歳代~

無回答

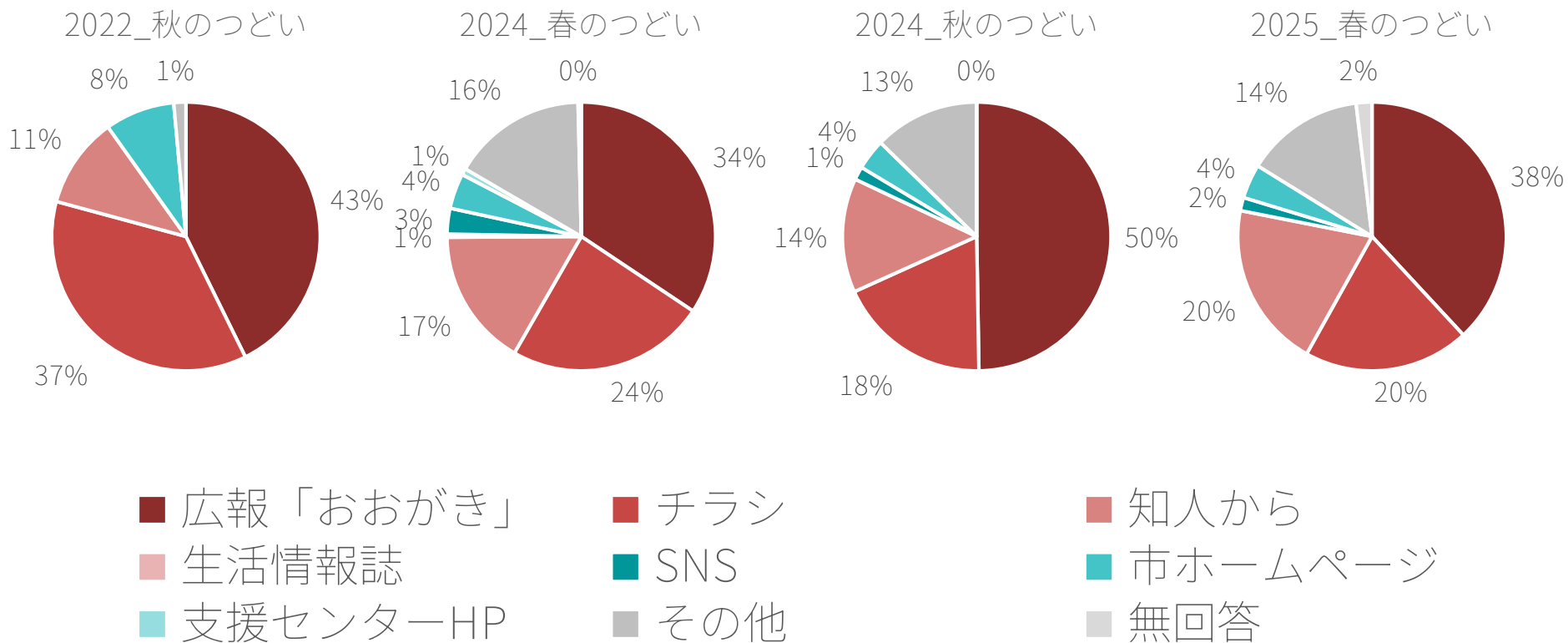
アンケート分析

若年層（20歳代）の参加率が、わずか4%



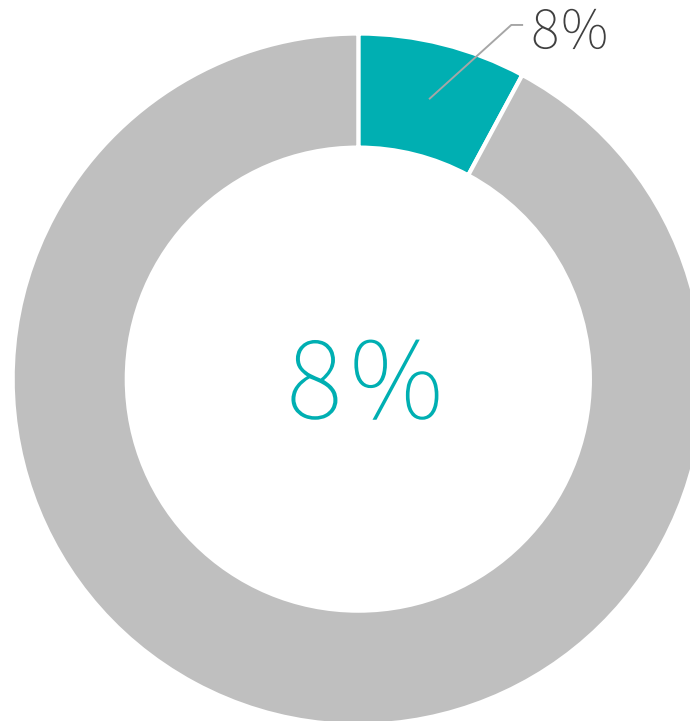
アンケート分析

この事業は何で知りましたか？



アンケート分析

デジタルの認知経路が、わずか8%



アンケート分析

自由記述

- 「新規参加者が増えない」
- 「毎回同じ企画でおもしろみがない」
- 「毎年同じ感じがする」

市民活動推進課職員の方にヒアリング

ヒアリングの概要

場所：大垣市市役所

日程：2025年6月25日（水曜日）

16時30分～17時30分

課題推察

①認知の壁

イベント情報が紙媒体に依存しており、SNS世代の若者に届きにくい

②体験の形骸化

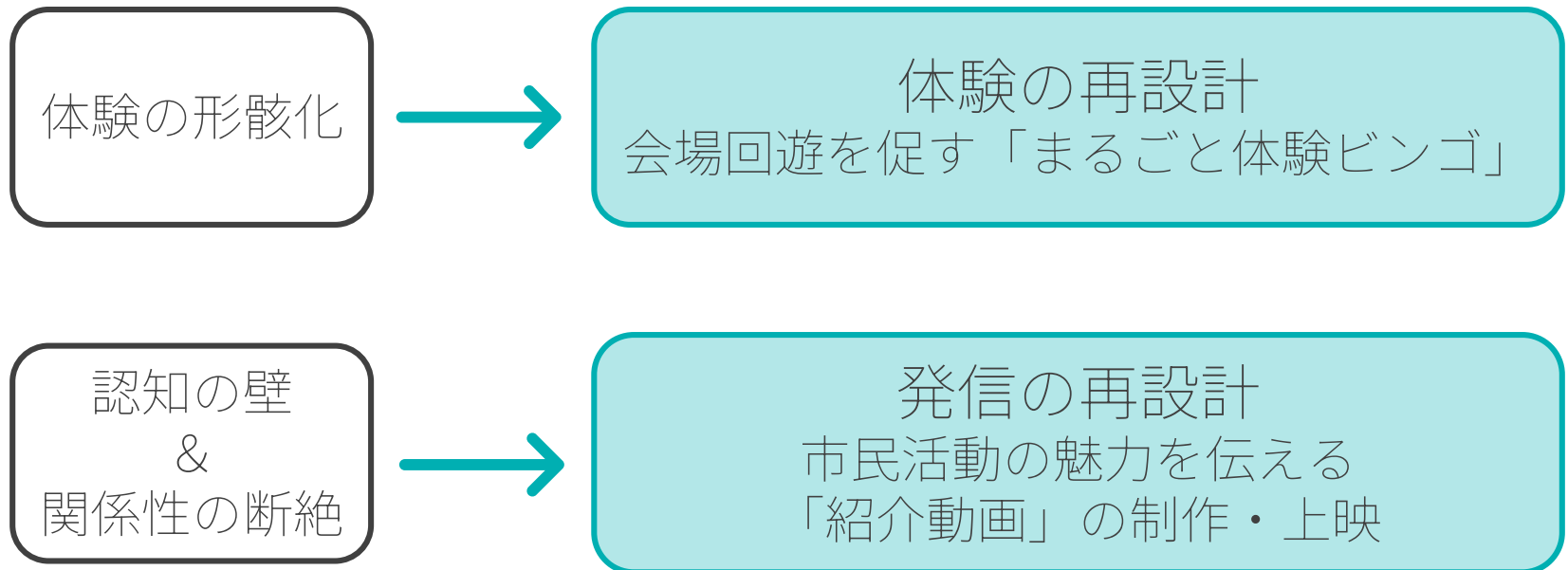
従来のスタンプラリーは「スタンプ集め」が目的化し、新たな発見や交流に繋がりにくい

③関係性の断絶

静的な情報では活動の雰囲気や人の様子が伝わらず市民活動が「自分ごと」としてイメージしにくい

課題解決へのアプローチ

「体験」と「発信」の再設計



研究目的

研究目的

「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

まるごと体験ビンゴ

目的

目的を「スタンプ収集」から「体験」へ転換し、自発的な回遊を促す

仕組み

3×3のマスに多様な体験（ステージ鑑賞、体験工房参加、ロボホンとの会話等）を設定。ビンゴ数に応じて抽選に参加

工夫

小学生にもわかりやすいデザイン
紙版とWeb版を用意



まるごと体験ビンゴシート

紹介動画

制作プロセス

- 約20団体の参加団体を訪問し、日常の活動風景と代表者インタビューを撮影
- 1団体あたり約30秒、全体で約10分の動画に編集

活用方法

- 会場内のスクリーンでループ再生し、来場者がいつでも触れられる環境を整備



実証実験

実証実験：概要

場所：岐阜県大垣市郭町 大垣城ホール

日程：2025年11月2日（日曜日）8時30分~16時30分

人員：13人

内容：まるごと体験ビンゴ運営

（受付、ロボホン体験、感想コーナー受付、アンケート調査、抽選受付、景品受渡等）

対象：アンケート回答者151名

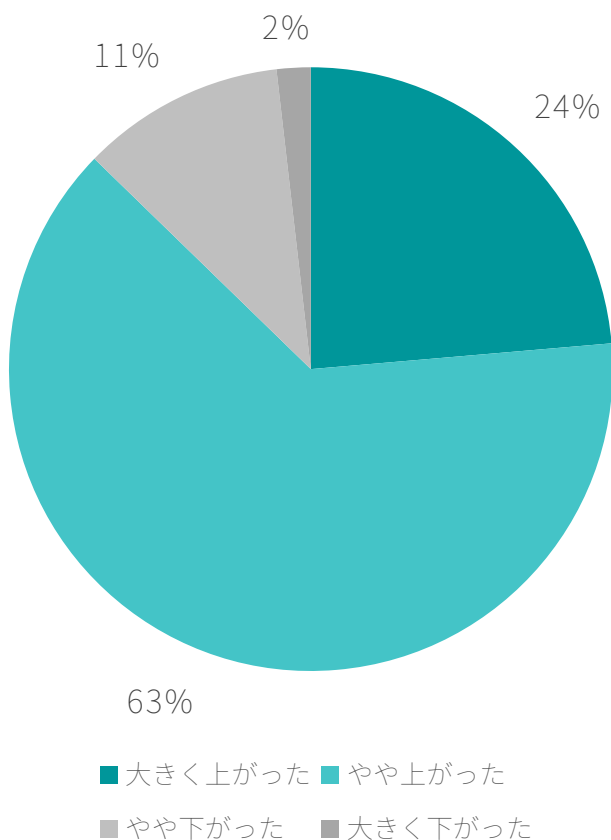
調査方法：紙アンケート、Webフォーム、感想カードの回収など

まるごと体験ビンゴ

当日の様子



まるごと体験ビンゴ

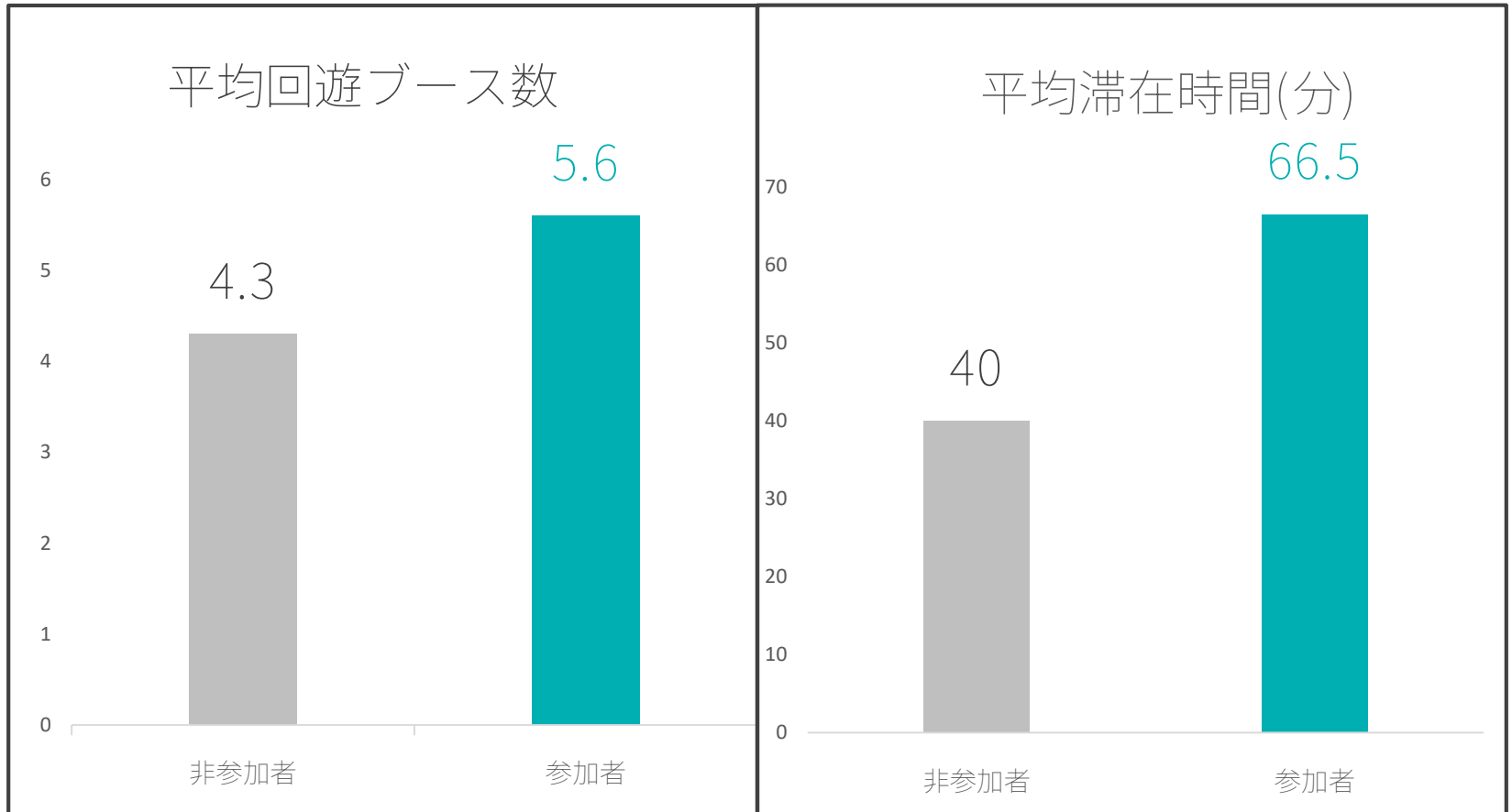


来場経験のある参加者
55名のうち

86%が

「満足度が上がった」
と回答

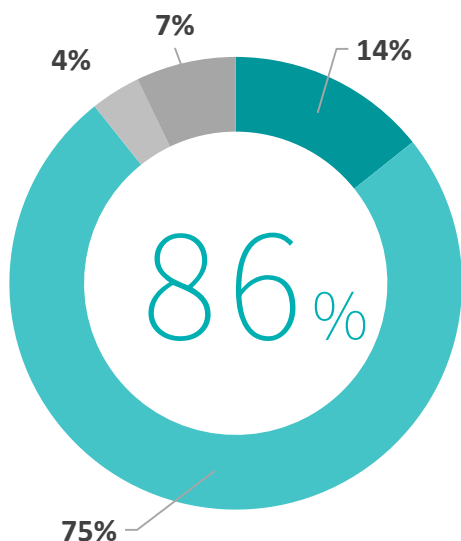
まるごと体験ビンゴ



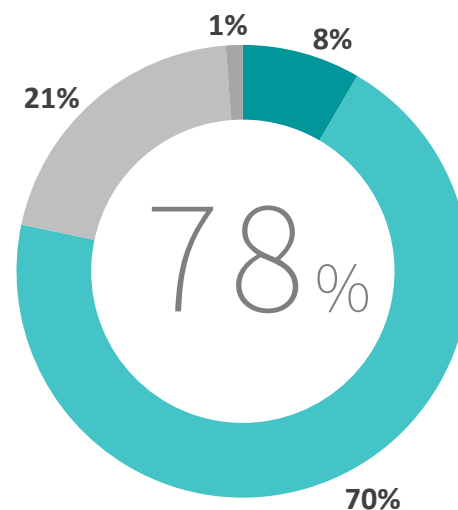
紹介動画

団体への理解が深まったと思うか？

視聴者（28名）



未視聴者（83名）



■ 強く思う ■ やや思う ■ あまり思わない ■ 全く思わない

全体の満足度

全体の満足度

ビンゴに参加した来場者は、

「会場をいろいろ回れて楽しかった」

というポジティブなコメントが多かった。

まとめ

まとめ①

本研究は、地域イベントにおいて「体験」と「発信」を意図的に再設計することが、来場者の行動変容と理解促進に有効であることを実証した

「体験のデザイン」の力

「まるごと体験ビンゴ」は、来場者の回遊性と滞在時間を増加させ、会場全体の魅力を引き出すことに成功した



「発信のデザイン」の力

「紹介動画」は、静的情報では伝えきれない活動のリアルな姿を可視化し、団体への理解度と満足度を向上させた

行政・市民活動団体・大学の協同により、かがやきライフタウン構想を現場レベルで更新していくことが可能である

今後の展望

今後の展望

次回「春のつどい」での3つの提案

- ① 発信チャネルの拡大
- ② デジタル体験の深化
- ③ 効果測定 of 精緻化

参考文献

参考文献

- かがやきライフタウン大垣2025・秋のつどいを開催します！ | 大垣市公式ホームページ／水の都おおがき

<https://www.city.ogaki.lg.jp/0000068501.html>

- かがやきライフタウン構想 | 大垣市公式ホームページ／水の都おおがき

<https://www.city.ogaki.lg.jp/00000000402.html>