



# 研究報告書

2015.3

## 平成26年度 市民研究報告書

地域イベント開催による地域活性化への効果

平成 26 年度市民研究

「地域イベント開催による地域活性化への効果」

平成 26 年度市民研究員

椎葉 美耶子

山本 はるか



●概要編

●本編

第1章 調査研究の概要	1
1-1 背景・目的	1
1-2 流れ	1
第2章 まちプロデュースの概要	3
2-1 設立経緯	3
2-2 目的	5
2-3 課題	6
第3章 まちプロデュース活動の実施	7
3-1 トークイベントの開催	7
3-2 大規模イベントの開催	14
3-3 カルチャー教室の開催	17
第4章 まちプロデュース活動の検証	22
4-1 トークイベント参加者へのアンケート調査	22
4-2 まちプロデュース活動参加者・運営スタッフへのアンケート調査	28
4-3 まちプロデュース活動参加者・運営スタッフへの個別ヒアリング調査	35
第5章 まちプロデュース活動の効果と今後の方向性	37
5-1 まちプロデュース活動の効果	37
5-2 まちプロデュースの今後の方向性	37

●資料編

- I. アンケート結果（集計前）
- II. ヒアリング結果（議事録）



# 概 要 編



## 第1章 調査研究の概要

### 1-1 背景・目的

我々は学生時代に産学官連携によって桜山商店街振興組合と接点を持ち、それからおよそ10年間にわたり桜山商店街の活性化活動を継続している。活動を継続するうちに、「地域住民が主体的に活躍する場を創設すること＝地域コミュニティの創設」が、生き残りをかける街にとっての最重要課題であると実感するようになり、具体的には、まちプロデュースという団体を結成し、トークイベントや大規模イベント、カルチャー教室等の地域活性化イベントを実施している。我々の活動の流れ及び目的は次の通りである。

街には既存のコミュニティが存在する。そこに地域イベントを持ち込むことで、人や街とのつながりができ、既存のコミュニティとは異なる新たなコミュニティが生まれる。新たなコミュニティが生まれることにより、街への来訪、街の活性化につながるというものである。

しかし、これまで、こうしたイベントの開催による効果については検証できていなかった。

そこで、本調査研究においては、イベントの開催による新たな地域コミュニティの形成への効果、街の活性化への効果という一連の流れを検証することで、我々に求められるニーズを把握し、今後の方向性を探ることを本研究の目的としたい。

### 1-2 流れ

効果を検証していくために、具体的には次の流れで調査研究を進めていきたい。

①トークイベント、大規模イベント、カルチャー教室の開催（第3章）

②①のアンケートの実施（第4章）

③個別ヒアリング調査、アンケート調査の実施（第4章）

①トークイベント、大規模イベント、カルチャー教室の開催の実施目的は、新たな地域コミュニティの形成と既存の地域コミュニティの継続にある。地域コミュニティ形成のトリガーとなるイベントとは、即ち地域住民の活躍の場の創設となるイベントと考える。地域住民の活躍の場の創設とは、地域で活躍する住民や店舗をクローズアップすること、新たな人間関係を構築すること、新たな店舗や趣味を発見することであり、①で挙げた3つはいずれかを満たしているものである。我々の企画するこれら3つのイベントの開催により、地域コミュニティがどのように形成されるか、また変化するかを検証していく。

②では、実施による効果を検証するため参加者に対しアンケートを実施する。イベントの内容について検証を行うことで、新たな地域コミュニティの形成や既存の地域コミュニティの継続について、効果の高いイベント内容を探る。

③では、まず個別ヒアリング調査を実施する。個人として地域コミュニティに参加することの意義をミクロ的に検証することを目的としている。次に講師経験者やスタッフ経験者、イベント参加者に対してヒアリング及びアンケートを実施する。地域コミュニティの形成と継続についてニーズをより広く探ることを目的としている。講師や運営スタッフの経験の有無によりカテゴライズし、それぞれの意見を集約することで、地域コミュニティと人・街とのつなが

りや街への愛着、地域活性化の関係を探る。

## 第2章 まちプロデュースの概要

### 2-1 設立経緯

調査研究に入る前に我々まちプロデュースについて述べたい。

我々は名古屋市立大学在学中に産学官連携によって桜山商店街振興組合と接点を持ち、それからおよそ10年間にわたり桜山商店街の活性化活動を継続していることは前述の通りである。桜山商店街と接点を持つことができた当初は、「学生の立場で何ができるのか」という我々に対する否定的な意見も商店街の中にはあった。しかしその中でも変革を求める者も多く存在し、様々な活動に携わることができたこともまた事実である。統一の審査基準を設け、大学教授や経営コンサルタント、地域住民ととともに各店舗を審査する「店舗審査」の実施をすることもあれば、ゆるキャラの走りでもあるキャラクター「さくらっぴー」の募集選定を行い、絵本にしたこともある。他にも空き店舗の有効活用として週末八百屋の実施、季節に応じた祭り等イベントの開催、イルミネーションの取り付け等、ハードソフトに限定することなく活動を行ってきた。NHK「ふるさと一番」への生中継にも取り上げられることもあり、一定の評価を得ることができた。

卒業後に社会人メンバーを集めまちプロデュースという団体を結成し現在に至る。これまでは主にソフト面における活動を継続している。街コン、夏祭り、なぞ解きゲームなどイベントの企画運営、個人商店店主や地域住民を講師としたカルチャー教室の開催、個人商店を会場とした交流会の企

画が主たる内容となる。参加者は十数名から300名規模まで大小様々である。

### 2-2 目的

これらの活動の目的は「地域コミュニティの形成」「街の活性化」である。地域コミュニティが形成されることで将来的に街の活性化につながり、逆に言えば街の活性化の原点ともなり得るのが地域コミュニティであると考えている。

街とのつながりが生まれる。その街の店に出会う。その街で出会った、同じイベントに参加した、ボランティア活動を行った、地元講師の講座を受けた等、共通の体験を通じて参加者が自然につながる。これを定期的に繰り返すことにより、新たな地域コミュニティが形成される。

地域コミュニティが形成されると、次にリピートが生まれる。再度その街の店へ足を運ぶ、再度その街で人と会う、再度その街のイベントに参加するという現象がみられるようになる。

### 2-3 課題

我々の現状の課題として、地域コミュニティの形成・街の活性化に対するイベントの実施の効果を測定できていない点が挙げられる。よってこの調査研究で、その効果を明らかにするとともに、「イベントの開催により地域コミュニティが生まれ、街の活性化につながる」という仮説に対する一定の回答を得ることを目指したい。

## 第3章 まちプロデュース活動の実施

### 3-1 トークイベントの開催

冒頭で述べた通り、我々はこれまで大小

様々、内容も多岐にわたるイベントを開催してきているが、その一つにこのトークイベント（以下まちとーく）がある。まちとーくとは、ゲストを迎え、インタビュアーとの対話形式で進行、後半でイベント参加者からの質問に直接回答するという形式のもので、ゲストと参加者の双方向のコミュニケーションを重視したトークイベントである。数あるイベントからまちとーくを調査対象とした理由は、誰でも気軽に参加でき継続しやすく、コミュニケーションを取りやすい点にある。

会場は松島珈琲（池下）・ゼロエックスカフェ（桜山）・桜見荘（桜山）。2014年は、それにフィールドワーク的イベントを加え開催している。例えば NPO 法人志民連いちのみやが運営する com-cafe 三八屋の地ビール工房や長久手のタスクファームを訪ねての体験型イベントを開催した。

### 3-2 大規模イベントの開催

次は大規模イベントの開催である。大規模イベントの開催により、参加者及び運営スタッフの動向を調査することが目的である。

我々は名古屋市昭和区にある桜山商店街振興組合と毎年4月・8月に数百人規模の大規模なイベントを開催している。2014年4月については、美食×なぞ解きゲーム in 桜山と称し、飲食となぞ解きゲームを掛け合わせたイベントを振興組合と共に企画した。

参加者数は定員100名のところ130名となり、前払い制ということもあり当日は1名を除きほぼ全員が参加となった。目新しい内容であることに加え、食事について

1,500円と比較的低価格ということで想定以上に参加者が集まった。また今回はグループでの参加も可能としたことから、少なくとも2名以上、多いと子供会等10名以上で参加するグループも複数見受けられた。複数名での参加を促す内容とすることで、それまで関わりのない層に対して情報を知らせることができ、街の認知度向上に一役買うことができると言えよう。更には Facebook をはじめとする SNS で、参加者が写真を添えて体験を拡散することにより、取組みを認知してもらうことも可能となる。実際に SNS への投稿が何十件と確認されている。

大規模イベントのメリットは、一度に多くの参加者を集客することで認知度の向上を図ることが可能となる点や、複数店舗が協力体制を築くきっかけとなる点など様々だ。

ただ我々が考えるメリットはそれだけではない。運営スタッフが店舗と直接ふれあい、自主的に行動することで、参加者以上に街への興味関心が高まるという点である。後日アンケートを取った結果、印象に残ったイベントとして大規模イベントを挙げている。

大規模イベントの運営スタッフをきっかけに、他のイベントへ参加するといった事例は枚挙にいとまがない。大規模イベントは、参加者以上に運営スタッフに対する認知度を向上させる機能を持ち、地域コミュニティへの参画への非常に重要なトリガーと言えよう。

### 3-3 カルチャー教室の開催

3 つめはカルチャー教室の開催である。

カルチャー教室は、前項で述べた大規模イベントに比して多頻度かつ少人数で開催することから研究対象を分けることとした。カルチャー教室の開催は、地域コミュニティを形成するというよりは寧ろ継続する機能を持つ。よってどのような教室とするのがコミュニティ継続に効果的かを研究することを調査目的としている。

開催した4つの教室の参加者は、講師含め約10名となった。いずれも曜日は土日いずれか、2時間程度としている。テーマや時間帯の参加者層との相関関係はみられなかった。教室内容は多岐にわたるが、共通項は「ここでなくてもできないことはないが、ちょっと面白そう」「参加者に合わせてカスタマイズされたカリキュラム」という部分である。これらの教室の参加者は既にコミュニティへ参画している層である。つまりそこに集まるメンバーがある程度把握できており、少しでも興味を持てば参加することに対して抵抗を感じない。それどころかコミュニティメンバーと会うことを目的に参加する場合もある。かといって、興味を全く惹かれない内容では、参加する意義が感じられなくなる。よって内容は講師又は店舗に対して、コミュニティのニーズを踏まえてこちら側から提案していく形もあり得る。

#### 第4章 まちプロデュース活動の検証

##### 4-1 トークイベント参加者へのアンケート調査

###### I. 目的

当アンケートの実施目的は、イベントの内容について検証を行うことで、新たな地域コミュニティの形成や既存の地域コミュ

ニティの継続について、効果の高いイベント内容を探ることにある。トークイベントが街（店舗）と参加者・参加者同士のつながりのきっかけとなり得るかどうか、その後の継続的なつながりとなり得るかどうかを検証する（表2アンケート項目参照）。

表2 トークイベント参加者アンケート項目

質問①	今回会場となったお店を知ったきっかけは何ですか？	選択式 ・まちプロデュース(以前にも来たことがある) ・まちプロデュース(今回初めて) ・それ以外
	→①で「それ以外」を選んだ方:お店をどうやって知りましたか？	自由回答
質問②	今回のイベントをきっかけに、新たに人のつながりができましたか？	選択式 ・はい ・いいえ
	→②で「はい」を選んだ方:人数を教えてください。	自由回答
質問③	イベント会場のお店にまた来たいと思いますか？	選択式 ・はい ・いいえ
	→③の理由を	自由回答

	教えてください。	
年齢		
その他	イベントのご意見・ご感想	自由回答
名前		自由回答

## II. 考察

質問①の回答をみると、7割以上が今回もしくは以前にまちプロデュースのイベントにて店舗を知るきっかけになったことがわかる。認知度向上のため店舗側が情報発信することも重要であるが、それだけでは限界がある。イベントの会場として使用する等、別の形でのきっかけをつくることで、認知度を倍増する可能性があるのだ。

質問②では、全体の8割が新たに人とのつながりができたと回答している。つながりのできた人数では2~3名が多数を占めるが、中には5名、10名といった回答も見受けられる。通常店舗に足を運ぶことがあっても、そこで新たなつながりができる可能性は高くはない。このようなイベントを通じて共通の話題や趣味でつながりができることが、参加者にとってのメリットであり、同時に店舗にとってのメリットとも言える。

質問③では、9割の参加者が店舗に再訪したいと回答している。その内容をみると、店舗の雰囲気やドリンク等の魅力を語る内容が多い。よいと感じるものであれば、店舗を訪れるきっかけをつくることでその後の来訪にもつながり、人とのつながりができることでその魅力が助長されると言えよう。強いて言うのであれば、「いいえ」回答者の理由が「遠い」「生活圏でない」「他に

行くスポットがない」との回答がある。店舗に比較的近い参加者に対して参加を募ること、店舗周辺の魅力あるスポットを紹介・提案することをイベントに含めることで、再訪の可能性がより高まることが言えそう。

街づくりには商店街と参加者のネットワークができることが重要である。松島珈琲（池下）がよい例である。2014年のまちとーくは、基本的に松島珈琲を会場として開催されたが、参加者がその後新たに店に足を運ぶようになり、新しいつながりができたと複数の報告が聞かれた。会場（店）をある程度固定して開催したほうが店と客がより深くつながるといことが裏付けされた結果となった。

また、参加者がある程度固定化されることで顔を合わせる機会が増え、回を重ねる毎に参加者同士のコミュニケーションも増え、よりつながりが深くなり、地域コミュニティ形成とその継続がみられた。

さらに、2014年は戸外に場所を移してのイベントを試みた。そのことで目先が変わり、テーマもより広げられたと考えられる。フィールドワーク的なイベントは『同じ経験をすることでつながる』という要素を含んでいるようで、屋内でのトークイベントに比べ、参加者同士のコミュニケーションがより促進されたようである。屋内型のイベントでも、参加者同士のつながりから新たなつながりへと発展することは実際に多数見られたが、フィールドワーク型のイベントの方がより早く、より強く新しいコミュニティ作りに影響を与えたように思う。

なお、参加者の居住地等参加者属性での傾向は見られず、また会場の場所や時間

帯、参加費等イベント属性による傾向についても特に見られなかった。自由回答ではゲストやテーマに興味を持ったといった参加動機が多くみられたことから、会場や時間帯・参加費といったイベントの条件ではなく、自らの興味関心を持つ内容、言い換えれば参加者にとって魅力的な内容とすることが、より多くの参加を見込めるということが言えよう。

今後取り上げてほしいテーマということで色々な要望があったが、集約すると隙間産業的なテーマといえる。例えば今まで開催したまちとーくの「チョコレートの話」「ラッコの話」「地ビールの話」など、どれも一般的に世間で大規模に開催されることの少ないテーマである。大多数に有効なテーマは既に飽和状態となりつつあり、少人数にベストマッチするニッチなテーマの選定が要求されていることが伺える。

このトークイベントは Facebook を中心とした SNS でのみの告知としたため、比較的インターネットに強い 20～40 代の参加者が全体の 9 割以上を占める結果となっている。コストもほとんど発生しない方法で、地域を選ばず参加者を募ることができることが大きな魅力であり、地域外からの参加者を呼び込むことが可能となる。今後は SNS 以外での参加者の募集方法についても検討していきたい。

#### 4-2 まちプロデュース活動参加者・運営スタッフへのアンケート調査

##### I. 目的

この調査の目的は、地域コミュニティ形成のきっかけ及び地域への愛着を数値化することにある。ここでの地域とは我々が主

たる拠点としている桜山地域を指す。アンケートは、これまでのイベントの参加者・運営スタッフに対して共通の項目を伝え、個別メールで回答を得る形式を取った（表 3 アンケート項目参照）。

表 3 活動参加者・運営スタッフアンケート項目

質問 1	何がきっかけでまちプロデュースを知ったか
質問 2	何に惹かれてイベントに参加しようと思ったか 2 回目以降も参加しようと思った理由は
質問 3	つながりのできた人とまちプロ以外の機会に会ったか
質問 4	新たに知ったお店にまちプロ以外で足を運んだか
質問 5	どのイベントが印象に残っているか
質問 6	一番楽しいと感じたイベントは
質問 7	桜山でのイベントに参加した経験は（講師として・スタッフとして・参加者として）
質問 8	桜山に対する愛着を、イベント前後を数値化すると？ 0～10 で答えてください
質問 9	まちプロに関わって、得たことは？学んだことは？気づいたことは？プラスになった出会いは？（プラス＝嬉しかった、楽しかった、気が合う友達が出来た、好きな店ができた、好きなまちができた、ビジネスに繋がった等）良かったことは？（新規顧客が増えた、生徒が増えた、売り

	上げ・利益につながった、宣伝効果があったなど)
質問 10	今後まちプロに何を求めるか やつてみたい、やって欲しいイベントは

## II. 考察

質問 1 では、メンバーからの紹介 50%、既に参加している友人からの紹介 41%と、コミュニティメンバーの紹介が 9 割以上を占める結果となった。SNS からの参加という回答もあるが、自ら積極的にコミュニティを探すというよりは紹介を受ける場合が大多数である。信頼のおける友人からの紹介ということでコミュニティ参加のハードルが低くなると考えられる。コミュニティの形成・継続にはコミュニティメンバーが友人に紹介しやすい内容とすることが求められる。

質問 2 では、イベントの内容 41%、人とのつながり 36%、メンバーの人柄 18%という結果となった。最初の参加の際にはコンテンツに魅力を感じたが、2 回目以降の参加の動機は人とのつながり、メンバーの人柄との回答が多くみられ、主催者や参加者に魅力を感じたと回答している。初回と 2 回目以降では参加動機が異なり、コミュニティの形成にはコンテンツが必要であり、コミュニティの継続にはコミュニティメンバーの魅力も大きな要素となることが推察される。

質問 3 においては、程度の差はみられるものの、9 割以上がイベント外で会ったと回答しており、イベントをきっかけに新たな地域コミュニティの形成に一定の効果（新たなコミュニティに対する愛着）が生まれていることが伺える内容となっている。

質問 4 では、半数以上がイベント以外で店舗へ足を運んでいる結果となった。街の活性化という視点においても、イベント開催による新たな地域コミュニティの形成が（売上という狭義の意味で）一定の効果を生み出していると言えよう。

質問 5 での印象に残っているイベントとして、大規模イベント、カルチャー教室、遊びイベントの順に大きな割合を占めている。特に桜コン、夏祭り、なぞ解きゲーム等の大規模イベントの回答が多数を占める結果となり、こうした大規模なイベントの開催は一定の成果をもたらすことがわかった。イベント運営スタッフをきっかけに、コミュニティへ参加を始めるという成果である。

これに対して質問 6 での楽しかったイベントでは、質問 5 と順位は変わらないものの回答が分散し、印象に残ることと楽しいと感じることにはかい離があることが反映された結果となった。つまり楽しいと感じる場面はイベント規模には比例せず、小規模なイベントでも楽しい・面白いと感じる可能性は十分にあるのである。地域活性化を目的にしばしば大規模なイベントが行われるが、その手段はそれだけではない。地域の魅力を活用した身の丈に合った小規模なイベントであっても、工夫次第で楽しい・面白いと感じさせ、街に対する愛着を増加させることは可能であることが裏付けされた。

質問 7 より、我々の主たる活動拠点である桜山地域に回答を絞っている。①講師・運営スタッフ経験ありカテゴリ 5 名、②運営スタッフ経験あり・講師経験なしカテゴリ 12 名、③講師・運営スタッフ経験なしカ

テゴリ 5名の属性となっている。

質問 8 について、回答者全員における桜山に対する愛着については、イベント前後で平均 2.7pt から 7.0pt と 2.5 倍以上上昇しているという結果になった。イベント前後で愛着が低下したと回答した者は一人もいなかった。イベント前には知らない・印象がないという 0 の状態から、イベント後には店主やコミュニティメンバーの顔が浮かぶといったポジティブな回答が多数得られた。

また質問 8 では興味深い結果が得られた。前述の①講師・運営スタッフ経験ありカテゴリ、②運営スタッフ経験あり・講師経験なしカテゴリ、③講師・運営スタッフ経験なしカテゴリに分解してまとめたものが表 4 である。イベント前の愛着は、住民であったり在学していたりまたそうでなかったりとそれぞれの状況によりばらつきがあり、カテゴリによる相関は見られない。これがイベント後になると、①カテゴリでは +3.2pt となる 7.4pt、②カテゴリでは +5.3pt となる 7.0pt、③カテゴリでは +2.8pt となる 6.4pt という結果になっている。イベント後での愛着は①、②、③の順となり、運営スタッフや講師を経験することで街に対する愛着は高くなる傾向が表れている。元々街と関わりがなく印象がない場合には、きっかけをつくることで数値が急上昇することも伺える内容となった。運営スタッフの経験の有無が地域コミュニティへの帰属意識の高低を左右していることが反映されている。参加者よりも運営スタッフとして自主的に活動できる場面があることは、帰属意識を助長し、承認欲求も満たされやすくなる。そして地域コミュニティの継続・

発展につながっていくと推察される。

質問 9 では、得たこと・学んだこと・気づいたこと・プラスになった出会い・よかったことを自由回答で回答を得た。人とのつながり、街とのつながりとの回答も多数あったが、自己研鑽・成長に関する回答も多数見受けられた。加えて、仕事に活かしている、転職するきっかけになったとの回答も少なからずあったことも特徴的である。生活を仕事とプライベートの 2 つにわけて考える際、地域コミュニティは後者として考えられるのが一般的であろう。しかし我々はその中間“Third Place”として地域コミュニティを捉えている。楽しい・面白いと感じることも地域コミュニティに求められるであろうが、それ以上に自己成長できることが、地域コミュニティの継続・発展に求められる要素であることが明らかとなった。このことは次の個別ヒアリング調査の中でも検証している。

質問 10 では、求めるものとしてコミュニティの継続に加え、新たな出会いやコミュニティの発展という回答があり、このままで継続したいとの向きと更に広げたいとの向きと様々な回答があった。またやって欲しいイベントとして、これまで開催してきたカルチャー教室や体験系のイベントに加え、他地域でのイベントや他団体とのイベント等、新たな方向性について求める回答も得ることができた。大規模なイベントを開催するよりも、気軽に参加でき自己成長できる比較的小規模なイベントの方がニーズが高いようである。これら回答を精査し、我々の今後の活動に反映していきたい。

表 4 アンケート質問 8「桜山に対する愛

着」集計表

	イベント前(A)	イベント後(B)	差 (B)-(A)
①講師・運営 スタッフ経験あり	4.2pt	7.4pt	+3.2pt
②運営スタッフ経験あり・講師経験なし	1.7pt	7.0pt	+5.3pt
③講師・運営 スタッフ経験なし	3.6pt	6.4pt	+2.8pt

注) 0~10 の回答につき、相加平均値により計算している。

4-3 まちプロデュース活動参加者・運営者への個別ヒアリング調査

I. 目的

これまで2つの切り口からアンケート調査を実施し、地域コミュニティの形成を図り、地域コミュニティが形成されやすい条件について一定数の回答を得た。個人ヒアリング調査では、全体的な回答を得ることではなく、一個人にフォーカスし地域コミュニティの形成からリピートするまでの本質的な要因を探ることを目的としている。

II. 内容・結果 (概要)

個人ヒアリングの調査対象としたのは宮嶋菜穂子氏である。彼女は我々が主たる活動拠点としている桜山地域在住であり、我々のイベントに年間10回以上参加し、イベントの運営や時にイベント講師も務める人物である。地域コミュニティ形成の中心人物ともとれる彼女にヒアリング調査を行

うこととした。

宮嶋氏へのヒアリング調査は、本質的な回答が得られるようカフェでの会話形式で行った。自然に会話が続くよう、会話が途切れないよう会話の内容を録音し、後日文字起こすというスタイルである。

ヒアリングを実施したことで、地域コミュニティが社会的欲求の課題解決の手段、承認欲求・自己実現欲求の課題解決の手段として機能し得るという点が明確となった。

III. 考察

第一の地域コミュニティが社会的欲求の課題解決の手段として機能し得るという点であるが、宮嶋氏の場合、自身のアイデンティティを模索しており、その解決の手段の可能性を感じ我々と関わりをスタートしたという経緯がある。氏も指摘しているが、会社と家庭に加えもう一つ自分の居場所“Third Place”という機能を求める人は多く存在する。しかしながら、一昔前で言うご近所付き合いとしての地域コミュニティは機能しなくなっている。我々の定義する新たな地域コミュニティが“Third Place”としての機能を担い、そこに参加することで自らの承認欲求を満たす。その可能性を地域コミュニティに感じる事が、地域コミュニティ形成におけるスタート地点であると考えられる。

第二に、地域コミュニティが承認欲求・自己実現欲求の課題解決の手段として機能し得るという点である。前述した社会的欲求の課題解決は地域コミュニティの最も大きな機能と考えられるが、この課題が全てではない。知的好奇心や自己成長・自己実現といった、社会的欲求を超えたより高次の

課題を満たす機能である。社会的欲求が満たされると、人はより高次の欲求、承認欲求・自己実現欲求を満たそうという心理が働く。この時点で地域コミュニティが社会的欲求のみを解決する手段である場合には、承認欲求・自己実現欲求の解決手段を求め、地域コミュニティから離脱することが起こり得る。地域コミュニティは縛りを持たせるものではないため離脱することが悪いということはない。しかしながら、単なる「皆で遊んで楽しい」ではコミュニティは継続しないのである。宮嶋氏の場合に当てはめて考えるならば、自ら運営側として活躍する、またはイベントの講師として活躍するという、次なるステップを用意する必要がある。そうすることでコミュニティは継続し、更に発展していくのである。

#### 5-1 まちプロデュース活動の効果

##### I. コミュニティ形成への効果

我々はイベントの開催による新たな地域コミュニティ形成の効果を検証してきた。イベントの開催前と開催後では、今までなかった街とのつながりが生まれ、人とのつながりが生まれている。更にこのつながりが一過性のものではなく、街への再訪、イベントやそれ以外での再会へと続き、コミュニティに継続性をもたらす。街とのつながりが生まれることと人とのつながりが生まれること、これらが相乗効果となり地域という枠を超えたコミュニティが形成されていることが明確になった。イベントの開催という要素を組み込むことで、コミュニティの形成・継続への効果を検証することができた。

##### II. 街の活性化への効果

街の活性化に対する効果という観点では、まずイベントへ参加することで街への来訪者が一定数増加していることが挙げられる。我々は大小様々なイベントを通じて年間累計 1,000 名程度の参加者を集めている。それだけの人数が来訪するという点で、まずは活性化に対する一定の効果があると考えられる。

またそのイベントを通じて、それ以外にも来訪が増えていることも調査結果の示す通りである。単に街や店舗の紹介をするのではなく、イベントを通じてより街とのつながり、人とのつながりをより強固にしている。結果としてイベント以外での街への来訪者の増加に貢献していると言えよう。

上記に加え、定性的な要素である街への愛着という視点も見逃すことはできない。自らの知識や経験を活かし、主体的に活動を行う自己成長・自己実現の場としての街は、ただ街に行くだけでは得られない特別な愛着が生まれる。街をそのような環境にプロデュースすることによって、愛着を高めることができるのである。

#### 5-2 まちプロデュースの今後の方向性

地域コミュニティ形成のトリガーとなるイベントとは、比較的大規模であり幅広い年齢層が対象となるものであった。即ちターゲットを絞り込む内容ではなく、万人に対して受け入れられやすいイベントとすべきであることが検証された。印象に残ったイベントとして大規模イベントを挙げる者が多かったことは前述のとおりである。

そうして生まれた地域コミュニティが継続・発展するためには、コミュニティ形成

時とは反対に、比較的小規模なイベントを継続していくことが必要である。万人受けするありふれたイベントではなく、内容を絞り込み、同時に参加者層も絞り込む。絞り込まれた参加者層に対してマッチする内容、興味を惹きつける内容を行っていく。固定された場所での開催や、時に場所を変えるなど、より結びつきが強くなるような要素を組み込んでいく。

愛着を更に深めるには、自ら講師や運営スタッフとして、イベントに参画してもらうことが不可欠である。自らの知識や経験を活かす場所を創設することで、より一層街への愛着をもたらすことが可能となる。

これらを繰り返し行うことで、人のつながりができ、地域コミュニティにかかわる個人が成長、充実し、街の活性化につながっていく。この一連の流れを、我々は以前より行ってきたのであるが、今回の研究によって改めて整理され、より効果的な方法を検証することができた。

今後は地域コミュニティを更に発展させるとともに、如何に経済効果としての活性

化につなげていくかが課題である。それには街の活性化の定義と、それを測る指標が必要となる。街の活性化の最終ゴールを我々は経済効果が生まれることと捉えているが、経済効果が生まれるとは果たしてどの程度を指すのか、どの範囲を指すのか、どの期間を指すのかといった定義をより明確化した上で、活動していくことが重要であると考えている。

このような活動を継続していると「(活動によって)街は活性化したか?」という問いをよく投げかけられる。当然のことであるが、活性化の定義により答えは異なる。我々が活動をスタートする前と比較し、地域コミュニティが形成されたという点においては、活性化したと言えるであろうし、経済効果が生まれることを活性化と定義するのであれば未だ検証段階という回答になる。また時代が変わるにつれて定義自体も変化していくものかもしれない。いずれにしても、我々は自身の定義とそれを測定可能な指標を持ち、地域活性化を実現していきたい。



# 本 編



## 第1章 調査研究の概要

### 1-1 背景・目的

我々は学生時代に産学官連携によって桜山商店街振興組合と接点を持ち、それからおよそ10年間にわたり桜山商店街の活性化活動を継続している。活動を継続するうちに、「地域住民が主体的に活躍する場を創設すること＝地域コミュニティの創設」が、生き残りをかける街にとっての最重要課題であると実感するようになり、具体的には、まちプロデュースという団体を結成し、トークイベントや大規模イベント、カルチャー教室等の地域活性化イベントを実施している。我々の活動の流れ及び目的は次頁図1に示す通りイベントの開催である。

街には既存のコミュニティが存在する。そこに地域イベントを持ち込むことで、人や街とのつながりができ、既存のコミュニティとは異なる新たなコミュニティが生まれる。新たなコミュニティが生まれることにより、街への来訪、街の活性化につながるというものである。しかし、これまで、こうしたイベントの開催による効果については検証できていなかった。

そこで、本調査研究においては、イベントの開催による新たな地域コミュニティの形成への効果、街の活性化への効果という一連の流れを検証することで、我々に求められるニーズを把握し、今後の方向性を探ることを本研究の目的としたい。

### 1-2 流れ

効果を検証していくために、具体的には次の流れで調査研究を進めていきたい。

①トークイベント、大規模イベント、カルチャー教室の開催（第3章）

②①のアンケートの実施（第4章）

③個別ヒアリング調査、アンケート調査の実施（第4章）

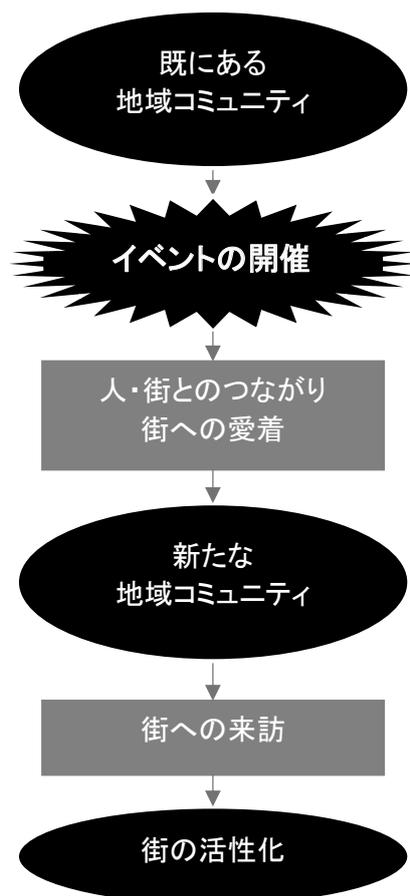
①トークイベント、大規模イベント、カルチャー教室の開催の実施目的は、新たな地域コミュニティの形成と既存の地域コミュニティの継続にある。地域コミュニティ形成のトリガーとなるイベントとは、即ち地域住民の活躍の場の創設となるイベントと考える。地域住民の活躍の場の創設とは、地域で活躍する住民や店舗をクローズアップすること、新たな人間関係を構築すること、新たな店舗や趣味を発見することであり、①で挙げた3つはいずれかを満たしているものである。我々の企画するこれら3つのイベントの開催により、地域コミュニティがどのように形成されるか、また変化するかを検証していく。

②では、実施による効果を検証するため参加者に対しアンケートを実施する。イベントの内容について検証を行うことで、新たな地域コミュニティの形成や既存の地域コミュニティの継続について、効果の高いイベント内容を探る。

③では、まず個別ヒアリング調査を実施する。個人として地域コミュニティに参加することの意義をミクロ的に検証することを目的としている。次に講師経験者やスタッフ経験者、イベント参加者に対してヒアリング及びアンケートを実施する。地域コミュニティの形成

と継続についてニーズをより広く探ることを目的としている。講師や運営スタッフの経験の有無によりカテゴライズし、それぞれの意見を集約することで、地域コミュニティと人・街とのつながりや街への愛着、地域活性化の関係を探る。

図1 まちプロデュースの活動の流れ及び目的



## 第2章 まちプロデュースの概要

### 2-1 設立経緯

調査研究に入る前に我々まちプロデュースについて述べたい。

我々は名古屋市立大学在学中に産学官連携によって桜山商店街振興組合と接点を持ち、それからおよそ10年間にわたり桜山商店街の活性化活動を継続していることは前述の通りである。桜山商店街と接点を持つことができた当初は、「学生の立場で何ができるのか」という我々に対する否定的な意見も商店街の中にはあった。しかしその中でも変革を求める者も多く存在し、様々な活動に携わることができたこともまた事実である。統一の審査基準を設け、大学教授や経営コンサルタント、地域住民とともに各店舗を審査する「店舗審査」の実施をすることもあれば、ゆるキャラの走りでもあるキャラクター「さくらっぴー」の募集選定を行い、絵本にしたこともある。他にも空き店舗の有効活用として週末八百屋の実施、季節に応じた祭り等イベントの開催、イルミネーションの取り付け等、ハードソフトに限定することなく活動を行ってきた。NHK「ふるさと一番」への生中継にも取り上げられることもあり、一定の評価を得ることができた。

卒業後に社会人メンバーを集めまちプロデュースという団体を結成し現在に至る。これまでは主にソフト面における活動を継続している。街コン、夏祭り、なぞ解きゲームなどイベントの企画運営、個人商店店主や地域住民を講師としたカルチャー教室の開催、個人商店を会場とした交流会の企画が主たる内容となる。参加者は十数名から300名規模まで大小様々である(表1)。

表1「まちプロデュース活動実績」

2010年4月	名古屋市昭和区桜山商店街「第1回春の花写真展」開催
2010年9月	COP10参加(竹林整備ボランティア@名古屋市牧野が池緑地)
2011年3月	くりす先生講師「デジカメ教室」開催
	第1回異業種交流会開催
2011年4月	名古屋市昭和区桜山商店街「第2回春の花写真展」開催
2011年5月	竹林整備ボランティア協力(@名古屋市牧野が池緑地)
	就職活動相談会(@パルティ瀬戸)
2011年6月	第2回異業種交流会開催
2011年7月	渡邊明範先生講師「実践心理学NLP半日体験コース」開催
2011年10月	宮嶋先生講師「3Dカナディアンアート体験講座」開催
2012年4月8日	渡邊明範先生講師「第2回実践心理学NLP半日体験コース」開催
2012年4月22日	名古屋市昭和区桜山商店街「桜コン(街コン)」開催
2012年4月22日	名古屋市昭和区桜山商店街「第3回春の花写真展」開催

2012年5月12日	竹林整備ボランティア協力 (@名古屋市牧野が池緑地 名古屋市のNPO 法人竹エコプロジェクト主催)
2012年7月	「震災について語る交流会」開催 東北陸前高田ボランティア (NPO まきばっこ主催)
2012年8月	桜山商店街の桜山夏祭り協力 (桜山商店街主催)
2012年9月	第一回まちプロモーション開催
2013年1月	犬山城コンのPV制作 (撮影/編集)
2013年1月	珈琲教室開催 (@松島珈琲)
2013年1月	犬山城コン (串キング決定戦とのコラボ企画) PV制作 (撮影/編集)
2013年2月9日	山本千春氏講師「第一回冠婚葬祭マナー講座」開催
2013年3月2日	「ぼくらのシゴト」シーバゲスト参加 (@伏見 MY CAFÉ)
2013年3月9日	「コミュニケーション力UP講座」開催
2013年4月21日	名古屋市昭和区桜山商店街「第二回恋の花咲く桜コン」開催
2013年4月27日	NPO 法人竹エコ活用主催「竹伐採ボランティア」企画運営 (@牧野が池公園)
2013年5月12日	「はじめてのワイン教室」開催 (@桜山商店街 石焼&ワイン イワタ)
2013年5月26日	「まちとーーく」開催 ゲスト:陶芸家 涼子氏
2013年6月8日	「nagoya Lunch 女子会」開催
2013年6月23日	「イタリアン料理教室」開催 (@SAKURA SIDE TERRACE)
2013年6月30日	「まちとーーく」開催 ゲスト:エシカルジュエリーHASUNA 店長 児玉香織氏
2013年7月5日	クイリングアート展示会 (主宰:アトリエ花音) イベント撮影協力
2013年7月6日	山本千春氏講師「第二回冠婚葬祭マナー講座」開催
2013年7月28日	くりす先生講師「デジカメ教室」開催
2013年8月31日	ZAWA 友 FESTA 街コン「ZAWA コン」開催
2013年9月7日	紗千花先生講師「プリザーブドフラワー体験レッスン」開催
2013年9月9日	松島珈琲さん講師「美味しい珈琲の淹れ方教室」開催
2013年9月21日	くりす先生講師「デジカメ教室」開催
2013年10月14日	「イタリアン料理教室」開催 (@SAKURA SIDE TERRACE)
2013年11月3日	長瀬裕茂先生講師「フリーランスのための働き方セミナー」開催
2013年11月23日	「ワイン教室 X'mas 編」開催 (@桜山商店街 石焼&ワイン イワタ)
2013年12月28日	「ワイン教室おせち料理編」開催 (@桜山商店街 石焼&ワイン イワタ)
2014年1月5日	小嶋伸司氏講師「2014年目標達成セミナー」開催
2014年2月1日	小嶋伸司氏講師「目標達成フォローアップ会」開催

2014年3月8日	「革かばんデザイナーと話そう！まちプロ女子会」開催
2014年3月15日	松島珈琲さん講師「美味しい珈琲の淹れ方教室」開催
2014年3月29日	渡邊明範先生講師「NLPで目標達成セミナー」開催
2014年4月5日	斉藤元美先生講師「屋久島のアロマでルームスプレーづくり」開催
2014年4月27日	名古屋市昭和区桜山商店街「美食謎解きゲーム」開催
2014年5月17日	石樽隆典先生講師「マインドマップ入門セミナー」開催
2014年7月6日	「ワイン教室夏のワイン編」開催（@桜山商店街 石焼&ワイン イワタ）
2014年7月13日	まちトーク「カカオの話」開催 ゲスト：柘本敏寛氏
2014年7月19日	「予定管理勉強会」開催
2014年9月6日	まちプロ卓球大会開催
2014年9月7日	トークイベント「ノルウェーのライフスタイルを垣間見る」開催 ゲスト：井上健太郎氏
2014年9月28日	まちトーク「あま市と歴史とラッコ」開催 ゲスト：小林優太氏
2014年10月30日	「椎葉珈琲ハロウィン前夜祭」開催
2015年1月11日	アニキ大西×まちプロコラボセミナー「理想のライフプランの階段づくりセミナー」開催
2015年2月15日	小嶋伸司氏講師「目標達成フォローアップ会」開催

\*2015年3月31日現在

## 2-2 目的

これらの活動の目的は「地域コミュニティの形成」「街の活性化」である。地域コミュニティが形成されることで将来的に街の活性化につながり、逆に言えば街の活性化の原点ともなり得るのが地域コミュニティであると考え。

繰り返しになるが、イベントやカルチャー教室を行うことで「新たなつながり」が生まれることを我々は実感している。

街とのつながりが生まれる。その街の店に出会う。その街で出会った、同じイベントに参加した、ボランティア活動を行った、地元講師の講座を受けた等、共通の体験を通じて参加者が自然につながる。これを定期的に繰り返すことにより、新たな地域コミュニティが形成される。

地域コミュニティが形成されると、次にリピートが生まれる。再度その街の店へ足を運ぶ、再度その街で人と会う、再度その街のイベントに参加するという現象がみられるようになる。

実際に次のような事例があった。桜山に喫茶ボンボンという老舗の喫茶店が存在する。店内は昭和レトロな雰囲気、圧倒的に高齢者が多い店である。某コーヒーチェーン店のように入店するケースは年に数例と言っても過言ではない程、若者の姿は見

受けられない店である。

20～30代には著しく認知度が低いと思われるこの喫茶ボンボンで、我々はある小規模なイベントを開催した。すると参加者の一人がこの喫茶ボンボンを気に入り、月1回の朝活イベントを立ち上げたのである。これは1年以上継続され、累計参加者は100名を超えるという。街とのつながりが生まれることで新たなコミュニティが生まれ、街への再訪へとつながった事例である。

### 2-3 課題

我々の現状の課題として、地域コミュニティの形成・街の活性化に対するイベントの実施の効果を測定できていない点が挙げられる。よってこの調査研究で、その効果を明らかにするとともに、「イベントの開催により地域コミュニティが生まれ、街の活性化につながる」という仮説に対する一定の回答を得ることを目指したい。

### 第3章 まちプロデュース活動の実施

#### 3-1 トークイベントの開催

冒頭で述べた通り、我々はこれまで大小様々、内容も多岐にわたるイベントを開催してきているが、その一つにこのトークイベント（以下まちとーく）がある。まちとーくとは、ゲストを迎え、インタビュアーとの対話形式で進行、後半でイベント参加者からの質問に直接回答するという形式のもので、ゲストと参加者の双方向のコミュニケーションを重視したトークイベントである。数あるイベントからまちとーくを調査対象とした理由は、誰でも気軽に参加でき継続しやすく、コミュニケーションを取りやすい点にある。

会場は松島珈琲（池下）・ゼロエックスカフェ（桜山）・桜見荘（桜山）。2014年は、それにフィールドワーク的イベントを加え開催している。例えばNPO法人志民連いちのみやが運営するcom-cafe 三八屋の地ビール工房や長久手のタスクファームを訪ねての体験型イベントを開催した。

2014年まちとーく概要は以下の通りである。

##### ①久野美奈子さん

【日程】2014年3月22日(土)

【時間帯】9:00~11:30

【場所】松島珈琲（名古屋市千種区高見 2-11-2 シンワビル）

【テーマ】

- ・女性のキャリアと起業支援
- ・ワークライフバランス

【金額】1,000円（飲食代込み）

【参加人数】14人

【参加者層】10~50代（20代メイン）



②村上結実さん

【日程】2014年4月5日(土)

【時間帯】10:00~12:00

【場所】松島珈琲(名古屋市千種区高見2-11-2 シンワビル)

【テーマ】

- ・本業とボランティア(発達障害者の支援)の使い分け
- ・精神障がい者の家族との関係

【金額】1,500円(飲食代込み)

【参加人数】10人

【参加者層】20~40代(20代メイン)

【トーク内容詳細】

- ・1人で100以上の力を出すこと+チームで1000の力を出す仕事を
- ・支援相手の"通訳"としての就労支援、自らの家族の問題に対処
- ・「発達障害」の類型…五感のセンスが過敏(先天性)  
    周囲に理解・共感されなくて悩む
- ・自立に向けての支援⇒自分と向き合う作業に寄り添う  
    ×他者との比較 ◎過去の自分との比較(=成長)
- ・「幸せの型」にはめない。形は一人ひとり違う
- ・発達障害の自己理解プログラム&ワーク  
    ⇒当事者同士の相互理解、特性に気づく
- ・当事者家族で他に身寄りがいない人へのケアも課題
- ・家族や周りの人は「察してほしい」では理解されないと知るべし  
    ⇒伝えたいなら、120%で伝えて手を尽くすべき
- ・『自分の時間と労力を誰のために使いたいのか?』を問う  
    ⇒それが発達障害の方や自分より若い世代への支援だった
- ・家でも社会でもない"サードプレイス"を提供する⇒在り方を試せる場所を
- ・行動のメリット・デメリットをきちんと提示する  
    ⇒最後の選択を自分でさせて他責を避ける



③椎葉美耶子さん

【日程】2014年5月24日(土)

【時間帯】9:00~12:00

【場所】松島珈琲 (名古屋市千種区高見 2-11-2 シンワビル)

【テーマ】

- ・独立後の生活や価値観の変化
- ・まちづくり、将来への思い

【金額】1,500円 (飲食代込み)

【参加人数】14人

【参加者層】20~50代 (20代メイン)



④星野博さん

【日程】2014年6月7日(土)

【時間帯】18:00~21:00

【場所】三八屋(愛知県一宮市本町4丁目1番9号)

【テーマ】地ビールを活かしてのまちづくり

【金額】2,500円(飲食代込み)

【参加人数】10人

【参加者層】20~30代



⑤ 柘本敏寛さん

【日程】 2014年7月13日

【時間帯】 10:00~12:00

【場所】 0x カフェ(愛知県名古屋市瑞穂区瑞穂通 1-18-2)

【テーマ】

- ・ チョコレートの"豆"知識
- ・ サラリーマンのススメ (仕事論)

【金額】 1,500円 (飲食代込み)

【参加人数】 15人

【参加者層】 20~50代 (20~30代女性メイン)

【トーク内容詳細】

- ・ 新商品開発

東京で営業7年、輸出とマーケティングを経て新商品企画

介護食をやってほしいという依頼があり、介護施設で何日間か体験したり、看護師に話を聴いたり研究を重ねている

新規参入がほとんどない業界元々病院にコネクションがあり参入

オリゴ糖の一種であり、動物のエサで腸内環境を整える効果があることがわかり、製品化  
パッケージは色の三原色プラス1

自社でできる強み → 粉×シンバイオテクス

パッケージのデザインも、人に任せるとイメージがズレてしまうので自分でやる  
コンビニに行ったら、好き嫌いではなく人が買わないようなものを買う

- ・ 仕事に対する姿勢

仕事に直結するようなセミナーにはいくようにしている

今は広報系のセミナー

今の仕事は幅が広いので、いろいろつながる

ウォーターサーバーの会社と組めないか

病院ではいくつか決まりそう、術後の腸内環境を整えるのに

- ・ 仕事への姿勢の原点

実家がお米屋さんで、毎日違う種類のお米が出てくる

自営業だと、会社で自分がいくら稼いでいるのか気になる

地域で1番になると周りが変わる、来る営業マンが違う、お客さんが集まる  
サラリーマンとしてはアウトロー、自営業的な働き方をしている、異端児？



⑥堀江智哉さん

【日程】2014年8月24日(日)

【時間帯】15:30~20:00

【場所】タスクファーム(長久手市堀越)

【テーマ】

- ・農家で働くという事
- ・野菜収穫体験

【金額】3,000円(バーベキュー代)

【参加人数】14人

【参加者層】20~40代(20代メイン)

【トーク内容詳細】

- ・学生時代のバイト先の八百屋で学んだことは？

何も教えてくれなかった。学生で社会経験もなく、何をしたらいいかもわからないため、「何をしたらいいですか？」と聞いては跳ね返される期間が6ヶ月続いた。その間に叩き上げられた。例えば、とにかく売るために、ランチ営業しているお店の前で野菜を売らせてもらった。最初は売れなかったが、声を大きく出す、継続して定期的に出店することで、顧客がつき売上げにつながった。この経験は、どこでも商売ができそうだと、自信にもなった。

- ・なぜファームへ

八百屋で働いていて、お客様から野菜の説明を求められた際に明確に答えられず、恥ずかしいと思った。そこで、野菜について調べたり、生産元に足を運ぶようになった。その中で、ファームとの関わりを持ち、作るきっかけとなった。

・インターンの周りの人と比較して、大多数が大企業への就職を決める中で、少数派の選択をしたことについてどう考えてる？

ポータブルスキルが欲しかったため、企業の規模はどちらでもよかった。この仕事なら、土地さえあれば、野菜を作る売るスキルが身につくと考えた。

・今の職場の魅力は？

オーナー夫婦が自分の将来の理想像。オーナー夫妻が輝いている。イキイキと仕事に取り組み楽しんでいる。そこにみんな共感、憧れて集まってきている。農業に対してではなく、人物に魅力があると言った方がしっくりくる。

・ファームの強みは？

勢い！炎天下の中も、元気いっぱい畑の世話をしている。

・給料は？

ボーナス分がないくらい。勤務は9:00~18:00と決まっている。自由な区画が与えられていて、そこでは自由に野菜を栽培できる。例えば、8:00にきて、19:00に帰るなどして、勤務時間の前後に畑の世話をする。できた野菜は、ファームの販路にのせて売れる。また、野菜はいくらでもあるから、例えばトマトをたくさん使った無水カレーも贅沢に作ることができる。ピーマンを大量に使った青椒肉絲も作ったことがある。

(トーク後農場にて野菜の収穫体験を行う)

#### ⑦小林優太さん

【日程】2014年9月28日(日)

【時間帯】10:00~12:00

【場所】松島珈琲(名古屋市千種区高見2-11-2 シンワビル)

【テーマ】

- ・あま市のまちづくり
- ・ニッチなもの(歴史・ラッコ)の魅力と可能性

【金額】1,000円

【参加人数】17人

【参加者層】20~40代(20代メイン)

#### ⑧福田晃三さん

【日程】2014年10月26日(日)

【時間帯】15:00~18:00

【場所】Books and Tabi cafe 隠れ家(愛知県岡崎市美合町字生田301 蔵ビル1F)

【テーマ】

- ・政治について語れるカフェ
- ・出会いの場としてのカフェ

【金額】 2,500 円（飲食代込み）

【参加人数】 6 人

【参加者層】 30 代、60 代

【トーク内容詳細】

・店長の人となり

子どもの頃から「変わっているね」と言われて育ってきた。

一般の人、自分、少数意見の3つが常に見えていて、今自分がどの立場からの意見を求められているか考えて発言していた。

・カフェを開いた経緯

『Books and Tabi cafe 隠れ家』という店名の通り、旅好きな人とつながりながら自分がゆったりと本を読める場所がほしかった。また、昔から政治に関心が強く、カフェで政治の話ができたり、少子高齢化という社会問題への解決策としての「出会いの場」を提供したかった（実際にカップル成立事例あり）。

・仕事へのスタンス

利益を出すのは当然だが、そこだけを追ってはいない。やる気がないように見られがちだが、「やる気のない経営者」と「やる気のあるサラリーマン」の基準値はそもそも違う。

・読書会

参加者がお気に入りの本を持ち寄ってシェアをする。

⇒自分たちで工夫すれば「日本」という集合知を高められるかもしれない

・政治に対する思い

（独立してカフェを出すことに不安はなかったかと聞かれ）「やりたい」と言うけど、実際に「やる」人間は少ない。やると決めて動き出せばなんとかなるもの。

政治についても同じで、世の中を良くしたいのなら、“何か”はしないとね。

将来を悲観し「大人になりたくない」という子どもが増えている現状をなんとかしたい。

世界を良くするのは“つながり”だけ。

### 3-2 大規模イベントの開催

次は大規模イベントの開催である。大規模イベントの開催により、参加者及び運営スタッフの動向を調査することが目的である。

我々は名古屋市昭和区にある桜山商店街振興組合と毎年4月・8月に数百人規模の大規模なイベントを開催している。2014年4月については、美食×なぞ解きゲーム in 桜山と称し、飲食となぞ解きゲームを掛け合わせたイベントを振興組合と共に企画した。

参加者数は定員100名のところ130名となり、前払い制ということもあり当日は1名を除きほぼ全員が参加となった。目新しい内容であることに加え、食事がついて1,500円と比較的低価格ということで想定以上に参加者が集まった。また今回はグループでの参加も可能としたことから、少なくとも2名以上、多いと子供会等10名以上で参加するグループ

も複数見受けられた。複数名での参加を促す内容とすることで、それまで関わりのない層に対して情報を知らせることができ、街の認知度向上に一役買うことができると言えよう。更には Facebook をはじめとする SNS で、参加者が写真を添えて体験を拡散することにより、取組みを認知してもらうことも可能となる。実際に SNS への投稿が何十件と確認されている。

大規模イベントのメリットは、一度に多くの参加者を集客することで認知度の向上を図ることが可能となる点や、複数店舗が協力体制を築くきっかけとなる点など様々だ。

ただ我々が考えるメリットはそれだけではない。運営スタッフが店舗と直接ふれあい、自主的に行動することで、参加者以上に街への興味関心が高まるという点である。後日アンケートを取った結果、印象に残ったイベントとして大規模イベントを挙げている。

特筆すべきはボランティアとアルバイトについてである。運営スタッフの募集・依頼を行う際、アルバイトスタッフとしてよりもボランティアスタッフとしての方が、喜んで参加してもらえることが多いのだ。興味関心が高いことを自ら選択する、誰かの役に立ち街の活性化に貢献する、日常生活では関わらない人と同じ経験をし達成感を味わう、といった付加価値が、労働の対価以上のものを与えていると考えられる。

大規模イベントの運営スタッフをきっかけに、他のイベントへ参加するといった事例は枚挙にいとまがない。大規模イベントは、参加者以上に運営スタッフに対する認知度を向上させる機能を持ち、地域コミュニティへの参画への非常に重要なトリガーと言えよう。

なお、大規模イベント運営スタッフへのアンケートは、第4章にて記述する「まちプロデュース活動参加者・運営者へのアンケート調査」に含めることとする。参加者に対するアンケートについては、人数が多く実施が難しいと判断した。

美食×なぞ解きゲーム in 桜山概要を以下に記述する。

【日程】2014年4月27日(日)

【時間帯】14:00~17:00

【場所】桜山駅周辺地域

【金額】1,500円(桜山名物6品付)

【参加人数】130名

【参加者層】10~50代(20~30代メイン、対象年齢6歳以上)

【集客・告知方法】イベント管理サイト Peatix、Facebook、アメーバブログ、twitter

【運営スタッフ数】約30名

【運営スタッフ層】20~50代

【イベント内容詳細】





### 3-3 カルチャー教室の開催

3つめはカルチャー教室の開催である。カルチャー教室は、7章で述べた大規模イベントに比して多頻度かつ少人数で開催することから研究対象を分けることとした。カルチャー教室の開催は、地域コミュニティを形成するというよりは寧ろ継続する機能を持つ。よってどのような教室とするのがコミュニティ継続に効果的かを研究することを調査目的としている。

研究対象とした4つの教室の参加者は、講師含め約10名の参加者となった。いずれも曜日は土日いずれか、2時間程度としている。テーマや時間帯の参加者層との相関関係はみられなかった。教室内容は多岐にわたるが、共通項は「ここでなくてもできないことはないが、ちょっと面白そう」「参加者に合わせてカスタマイズされたカリキュラム」という部分である。これらの教室の参加者は既にコミュニティへ参画している層である。つまりそこに集まるメンバーがある程度把握できており、少しでも興味を持てば参加することに対して抵抗を感じない。それどころかコミュニティメンバーと会うことを目的に参加する場合もある。かといって、興味を全く惹かれない内容では、参加する意義が感じられなくなる。よって内容は講師又は店舗に対して、コミュニティのニーズを踏まえてこちら側から提案していく形もあり得る。

なお、カルチャー教室参加者へのアンケートは、第4章にて記述する「まちプロデュース活動参加者・運営者へのアンケート調査」に含めることとする。

カルチャー教室の開催概要を以下に記述する。

#### ①屋久島のアロマでルームスプレーを作ろう！

【日程】2014年4月5日(土)

【時間帯】14:00~16:00

【場所】桜山シェアルーム

【金額】3,500円

【参加人数】10名+講師1名

【参加者層】20~40代

【集客・告知方法】 Facebook

【イベント詳細】

屋久島の天然素材を使用したアロマスプレーを手作り体験する企画。名古屋でアロマ教室を主宰している齊藤元美氏が講師。屋久島のお茶とお菓子でくつろぐ時間も。意外にも男女半数の参加者となった。講師自身もこの後イベント複数回に参加する等、新たなコミュニティへ変化している。



②マインドマップ入門セミナー

【日程】 2014年5月17日(土)

【時間帯】 10:00~12:00

【場所】 桜山シェアルーム

【金額】 3,000円

【参加人数】 10名+講師1名

【参加者層】 20~40代

【集客・告知方法】 Facebook

【イベント詳細】

桜山在住の石樽隆典氏講師のマインドマップ入門セミナー。ビジネスや日常生活に活用できるとあって、幅広い層が参加した。講師も新たな層に広告宣伝できたのではないかと思います。

われる。



③ワイン教室～夏のワインを、ドイツソーセージと～

【日程】2014年7月6日(日)

【時間帯】14:00～16:00

【場所】石焼&ワインイワタ (名古屋市昭和区)

【金額】6,500円

【参加人数】10名+講師1名

【参加者層】20～40代

【集客・告知方法】Facebook

【イベント詳細】

桜山商店街にある老舗石焼&ワインイワタの店主岩田氏が講師。単なるワイン会ではなく、ワインに合う料理を楽しみながらワインの知識を身につけるという講座。ワインに詳しくなくても参加できるとあって、非常に人気の高い講座である。店主も次はどんなワインにしようかといつも考えるとのことで、広告効果が期待できる内容となっている。



#### ④ 予定管理勉強会

【日程】2014年7月19日(土)

【時間帯】10:00~12:00

【場所】松島珈琲 (名古屋市千種区)

【金額】1,000円 (コーヒー代込み)

【参加人数】8名+講師1名

【参加者層】20~50代

【集客・告知方法】Facebook

【イベント詳細】

朝活のように肩ひじ張らずに参加できる企画。各個人の予定管理の事例をシェアすることで、よりよい情報をつかみつつ参加者同士の交流を深める。講師は山本はるかが担当。時間帯が朝であることや内容もあり、経営者が数名参加した。



## 第4章 まちプロデュース活動の検証

### 4-1 トークイベント参加者へのアンケート調査

#### I. 目的

当アンケートの実施目的は、イベントの内容について検証を行うことで、新たな地域コミュニティの形成や既存の地域コミュニティの継続について、効果の高いイベント内容を探ることにある。トークイベントが街（店舗）と参加者・参加者同士のつながりのきっかけとなり得るかどうか、その後の継続的なつながりとなり得るかどうかを検証する。

#### II. 内容（アンケート項目）

実施アンケートの項目は下記の通りである（表2）。

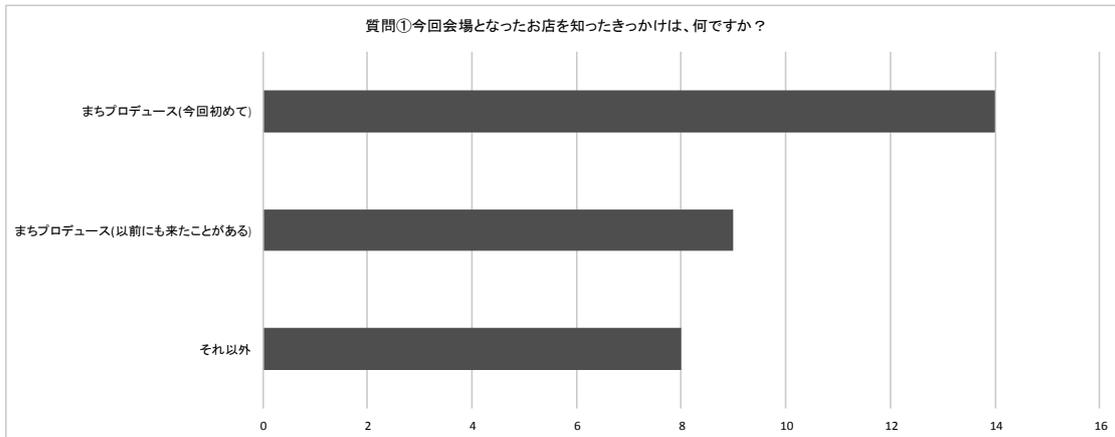
表2 トークイベント参加者アンケート項目

質問①	今回会場となったお店を知ったきっかけは何ですか？	選択式 ・まちプロデュース(以前にも来たことがある) ・まちプロデュース(今回初めて) ・それ以外
	→①で「それ以外」を選んだ方：お店をどうやって知りましたか？	自由回答
質問②	今回のイベントをきっかけに、新たに人とのつながりができましたか？	選択式 ・はい ・いいえ
	→②で「はい」を選んだ方：人数を教えてください。	自由回答
質問③	イベント会場のお店にまた来たいと思いますか？	選択式 ・はい ・いいえ
	→③の理由を教えてください。	自由回答
年齢		
その他	イベントのご意見・ご感想	自由回答
名前		自由回答

#### III. 結果

アンケートは参加者に対してメールで送付し、アンケートフォームにて回答を回収するという形式で進めた。その結果31名から回答を得た。集計結果は次の通りである。

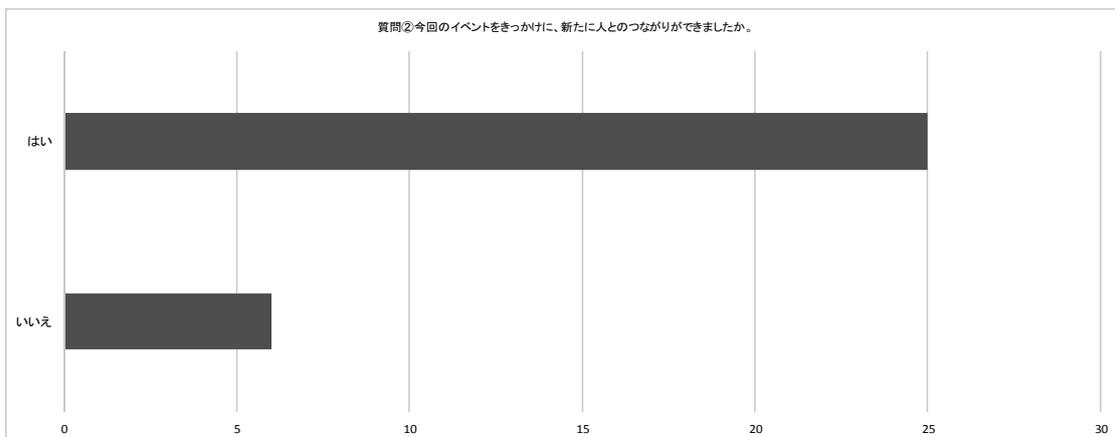
質問①「今回会場となったお店を知ったきっかけは何ですか？」



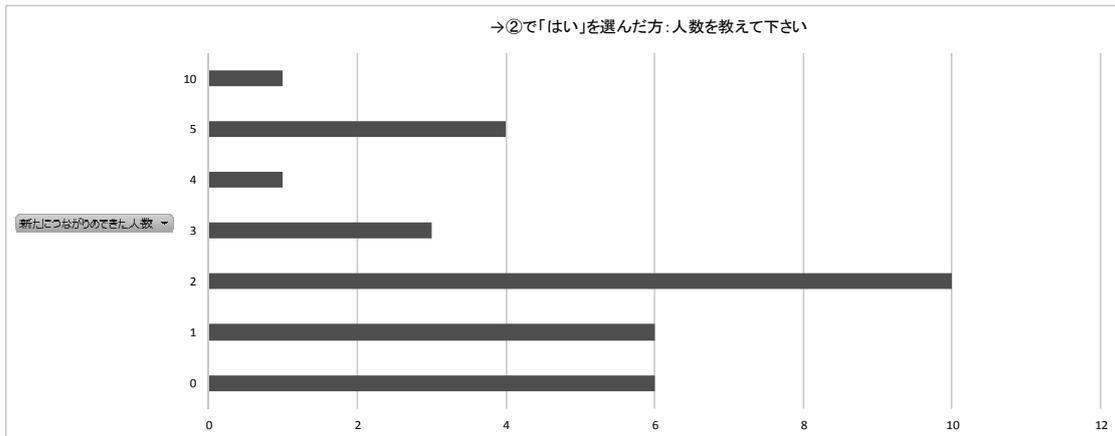
→「①で「それ以外」を選んだ方：お店をどうやって知りましたか？」

- ・ イベントよりも以前に訪問したことが何回もあったから
- ・ なやばしビール祭り
- ・ 知人の紹介で
- ・ 地元なので、知っていた。
- ・ 近所なので、以前から利用していました
- ・ コーヒーを飲みに以前にも来店したことがある
- ・ 知人から
- ・ 通勤路で傍を通るため自然と知っていた。
- ・ 以前から通っていた

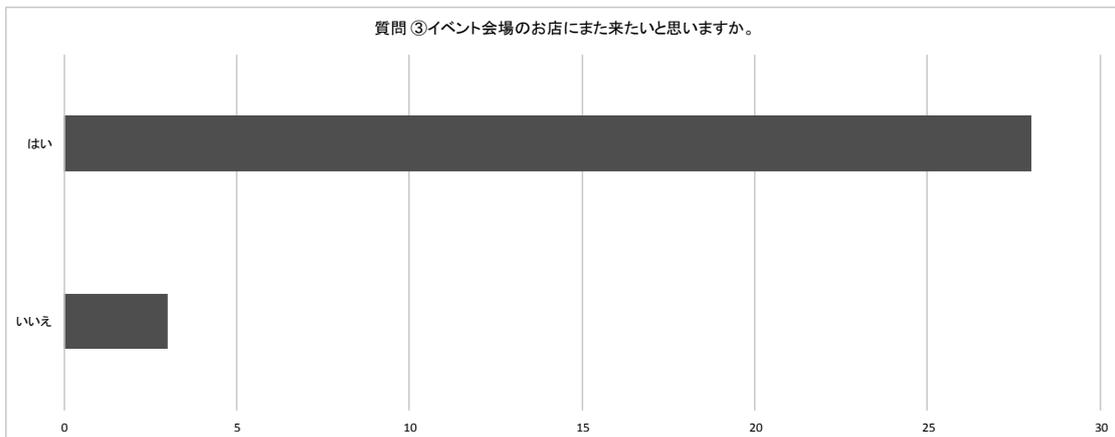
質問②「今回のイベントをきっかけに、新たに人とのつながりができましたか？」



→「②で「はい」を選んだ方：人数を教えてください。」



質問③「イベント会場のお店にまた来たいと思いますか？」



→「③の理由を教えてください。」

【「はい」回答者】

・風味、こだわり共に他では飲めない珈琲です。喫茶店はたくさんありますがカフェと喫茶店の要素が合いまったお店はなかなかありません。今回、ケーキも頂きそのおいしさに感動しました。また個人的にもあしを運びたいと思います。

・コーヒーがおいしいから。

・お店の雰囲気も良かったし、コーヒーの種類も豊富だったので、近くにあることがあればまた利用してみたいと思いました。

・イベント会場となってまた来ると思われる為。コーヒーとデザートが美味しいのでまた行きたい。

・お店自体の雰囲気、味が良かった。また、主催者の紹介によりお店の良さが伝わった。(焙煎機等)

・美味しい珈琲が飲めるから

・コーヒーが美味しく、落ち着く雰囲気だったから。また、何かあれば行ける距離なので。

・コーヒーが美味しく、お店の雰囲気も良いので、今度は知り合いを連れていきたいと思っています。

・以前から気になっていたお店で実際に行ってみて良い店だと思ったから

・ルイーダの酒場的な雰囲気。手づくり感とお値打ち感。

・飯も美味いし、星野さんに会えそうだから

・何回か行ったことのあるお店で、使い勝手もいいので。

・常に未来思考で進んでいるオーナーさんがいて、今後も新しいつながりが生まれていくエネルギーを感じました。

・主催者のまち作りに協力。地ビールが飲みたい。面白い人に会えそう。

・雰囲気の良さとコーヒー・食事が美味しいので。ハーフサイズなど、少なめのセットがあるのも助かっています。

・シフォンケーキがふわっふわで、すーっとフォークに力を入れなくても切れてしまうくらい柔らかでした。甘さも絶妙で油断したらいくらでも食べてしまうほど飽きのこない美味しさでした。店の中もシンプルだけど所々にこだわりや遊び心のあるインテリアがありとても楽しめました。駅からも近いので、桜山に来た際はまた利用したいです。

・ココで食事をしたことがないので、次回は食事をしに行ってみたい

・コーヒーやケーキが美味しい。雰囲気がいい。立地がいい。

・風呂

・地元の野菜が手に入る良い場所と感じたため。温泉施設が思ったより充実していたため。農場体験をまたしてみたいと思ったため。

・桜見荘はこれからもイベントでお世話になると思います。

・あんなところにカフェがあるなんて知りませんでした。家からも自転車でこれる距離なので、また行きたいと思います。

・お店の雰囲気が良かった。

・今回の会場だった松島珈琲さんはとても美味しく雰囲気の良いお店と感じたので。

・コーヒーも大変美味しく、お店の雰囲気も素敵だったので、通常営業時にも行ってみたいと思ったため。

・普段からお世話になっているので

・珈琲美味しかった。

・コーヒーが美味しい&きっとまたイベント会場になると思うので。

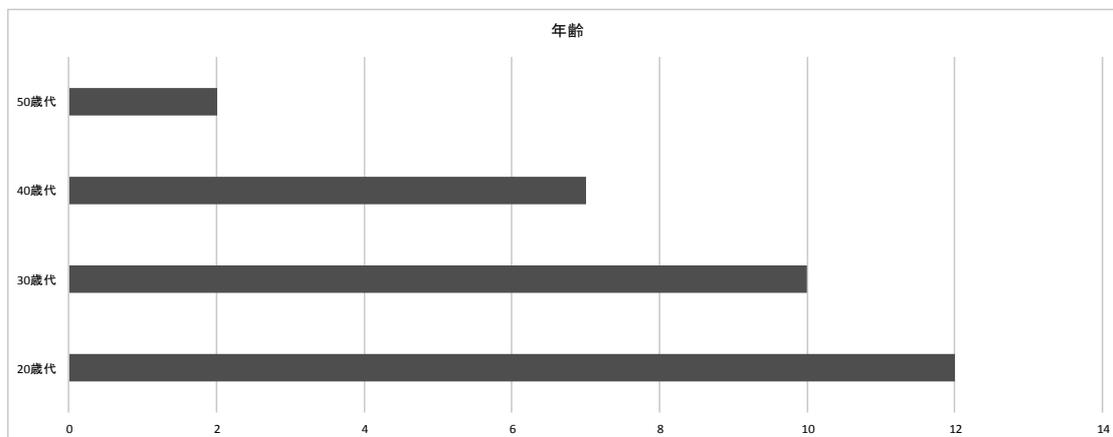
【「いいえ」回答者】

・遠い

・生活圏ではないので

・他にいくスポットがないため。

## 年齢



### 自由回答欄（一部抜粋）

#### 【イベント参加理由】

- ・自分の知らない分野の人と出会えるきっかけとして。
- ・友人からの誘い。
- ・おいしい食べ物、素敵な場所と出会えるから。
- ・テーマが興味深かったから。
- ・ゲストが魅力的だったから。

#### 【参加しての感想】

- ・自分の知らない分野を知ることができて楽しかった。
- ・世代や抱えている問題によって面白いと感じるか感じないか分かれると思うが、引き出しは多い方がよいと思った。
- ・今まで興味を持っていなかったことについても関心を持つようになった。
- ・その場で直接話を聞くということがいい。少人数のため、臨場感と一体感を感じることができた。
- ・一方的なトークではなく、聞き手がいるという点が面白いと思った。聞き手によって、話し手が自分でも気づいていないようなことを引き出されることもある。
- ・イベントをきっかけとして枝葉のコミュニティが生まれた。それを狙っていくのであればフィールドワーク的なものを増やしていくといいのかもしれない。
- ・ある程度固定されたメンバーと顔を合わせる機会が増えたことで、つながりが強くなったと思う。
- ・会場となった場所に普段も足を運ぶようになった。
- ・何度か顔を合わせるようになって（参加者）つながりができた。またそのつながりから別のコミュニティへつながり、交友関係が広がった。

#### 【今後希望するテーマ・内容】

- ・知らない飲食店に行く。
  - ・旅行の話
  - ・青年海外協力隊の話
  - ・森の中での話。モリコロパークとか。
  - ・中央卸市場など普段入らない、目にしないもの（場所）についての話。
  - ・学生は社会の先端のトレンドを捉えているところもあるので、学生がどんなものに興味を持っているのか知ってみるのも面白い。
  - ・行政や大企業が取り上げないような話を取り上げたほうがいい。隙間産業的な話題をとりあげたらいいのではないだろうか。
- 【参加者が直接質問する点について】
- ・あったほうがいい、満足感が違う。
  - ・インタビューアと違う視点での質問があるはずなので、あったほうがよい。
  - ・その場で聞けるというのがライブ感があっていい。
  - ・無記名で出せるところがいい。

#### IV. 考察

質問①の回答をみると、7割以上が今回もしくは以前にまちプロデュースのイベントにて店舗を知るきっかけになったことがわかる。認知度向上のため店舗側が情報発信することも重要であるが、それだけでは限界がある。イベントの会場として使用する等、別の形できっかけをつくることで、認知度を倍増する可能性があるのだ。

質問②では、全体の8割が新たに人とのつながりができたと回答している。つながりのできた人数では2~3名が多数を占めるが、中には5名、10名といった回答も見受けられる。通常店舗に足を運ぶことがあっても、そこで新たなつながりができる可能性は高くはない。このようなイベントを通じて共通の話題や趣味でつながりができることが、参加者にとってのメリットであり、同時に店舗にとってのメリットでもあると言える。

質問③では、9割の参加者が店舗に再訪したいと回答している。その内容をみると、店舗の雰囲気やドリンク等の魅力を語る内容が多い。よいと感じるものであれば、店舗を訪れるきっかけをつくることでその後の来訪にもつながり、人とのつながりができることでその魅力が助長されると言えよう。強いて言うのであれば、「いいえ」回答者の理由が「遠い」「生活圏でない」「他に行くスポットがない」との回答がある。店舗に比較的近い参加者に対して参加を募ること、店舗周辺の魅力あるスポットを紹介・提案することをイベントに含めることで、再訪の可能性がより高まることが言えそうだ。

街づくりには商店街と参加者のネットワークができることが重要である。松島珈琲（池下）がよい例である。2014年のまちとーくは、基本的に松島珈琲を会場として開催されたが、参加者がその後新たに店に足を運ぶようになり、新しいつながりができたと複数の報告が聞かれた。会場（店）をある程度固定して開催したほうが店と客がより深くつなが

るということが裏付けされた結果となった。

また、参加者がある程度固定化されることで顔を合わせる機会が増え、回を重ねる毎に参加者同士のコミュニケーションも増え、よりつながりが深くなり、地域コミュニティ形成とその継続がみられた。

さらに、2014年は戸外に場所を移してのイベントを試みた。そのことで目先が変わり、テーマもより広げられたと考えられる。フィールドワーク的なイベントは『同じ経験をすることでつながる』という要素を含んでいるようで、屋内でのトークイベントに比べ、参加者同士のコミュニケーションがより促進されたようである。屋内型のイベントでも、参加者同士のつながりから新たなつながりへと発展することは実際に多数見られたが、フィールドワーク型のイベントの方がより早く、より強く新しいコミュニティ作りに影響を与えたように思う。事実、長久手のタスクファームのイベントの派生で“ピーマン女子会”ができ、定期的に食事会をしている。コミュニティは自然発生し、意図せずにできるというのは理想であるが、敢えてコミュニティ形成を狙ってイベントを企画することで、街の活性化のサイクルを早めることが可能となると言えそうだ。

なお、参加者の居住地等参加者属性での傾向は見られず、また会場の場所や時間帯、参加費等イベント属性による傾向についても特に見られなかった。自由回答ではゲストやテーマに興味を持ったといった参加動機が多くみられたことから、会場や時間帯・参加費といったイベントの条件ではなく、自らの興味関心を持つ内容、言い換えれば参加者にとって魅力的な内容とすることが、より多くの参加を見込めるということが言えよう。

今後取り上げてほしいテーマということで色々な要望があったが、集約すると隙間産業的なテーマといえる。例えば今まで開催したまちとーくの「チョコレートの話」「ラッコの話」「地ビールの話」など、どれも一般的に世間で大規模に開催されることの少ないテーマである。大多数に有効なテーマは既に飽和状態となりつつあり、少人数にベストマッチするニッチなテーマの選定が要求されていることが伺える。

このトークイベントは Facebook を中心とした SNS でのみの告知としたため、比較的インターネットに強い 20～40 代の参加者が全体の 9 割以上を占める結果となっている。コストもほとんど発生しない方法で、地域を選ばず参加者を募ることができることが大きな魅力であり、地域外からの参加者を呼び込むことが可能となる。今後は SNS 以外での参加者の募集方法についても検討していきたい。

#### 4-2 まちプロデュース活動参加者・運営スタッフへのアンケート調査

##### I. 目的

この調査の目的は、地域コミュニティ形成のきっかけ及び地域への愛着を数値化することにある。ここでの地域とは我々が主たる拠点としている桜山地域を指す。アンケートは、これまでのイベントの参加者・運営スタッフに対して共通の項目を伝え、個別メールで回答を得る形式を取った。

## II. 内容

アンケート項目は次の通りである（表 3）。

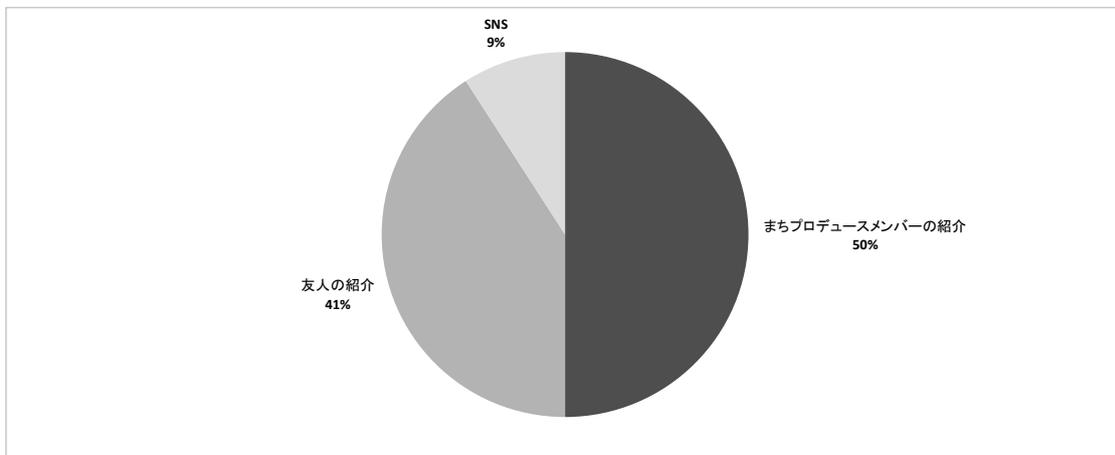
表 3 活動参加者・運営スタッフアンケート項目

質問 1	何がきっかけでまちプロデュースを知ったか
質問 2	何に惹かれてイベントに参加しようと思ったか 2 回目以降も参加しようと思った理由は
質問 3	つながりのできた人とまちプロ以外の機会に会ったか
質問 4	新たに知ったお店にまちプロ以外で足を運んだか
質問 5	どのイベントが印象に残っているか
質問 6	一番楽しいと感じたイベントは
質問 7	桜山でのイベントに参加した経験は (講師として・スタッフとして・参加者として)
質問 8	桜山に対する愛着を、イベント前後を数値化すると？ 0～10 で教えてください
質問 9	まちプロに関わって、得たことは？学んだことは？気づいたことは？プラスになった出会いは？（プラス＝嬉しかった、楽しかった、気が合う友達が出来た、好きな店ができた、好きなまちができた、ビジネスに繋がった等）良かったことは？ (新規顧客が増えた、生徒が増えた、売り上げ・利益につながった、宣伝効果があったなど)
質問 10	今後まちプロに何を求めるか やってみたい、やって欲しいイベントは

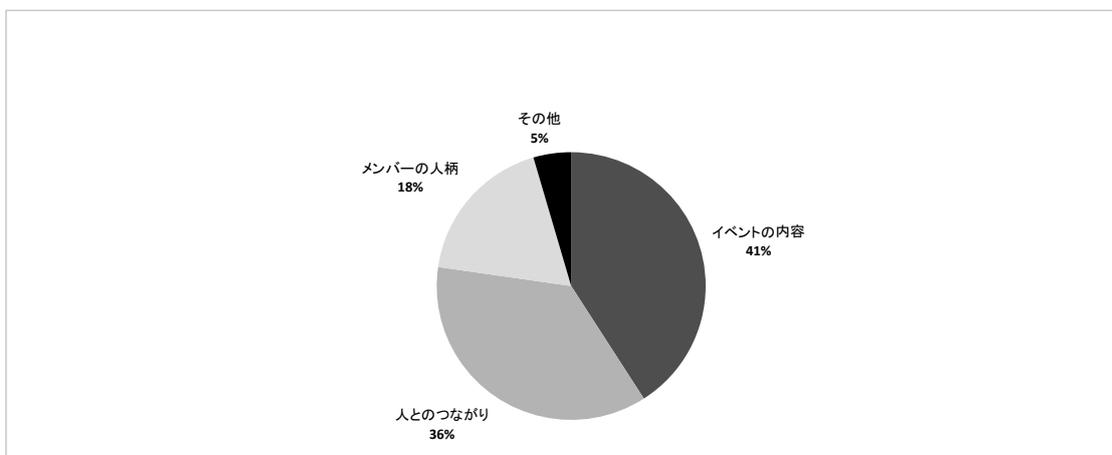
アンケートは対象者に対しメールで行った。集計の結果計 22 名から回答を得ることができた。

## III. 結果（概要）

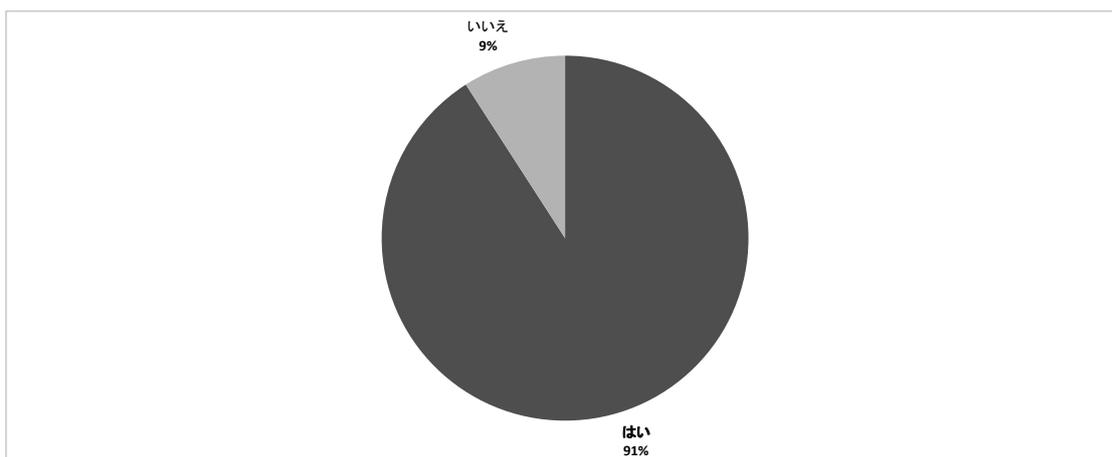
質問 1 「何がきっかけでまちプロデュースを知ったか」



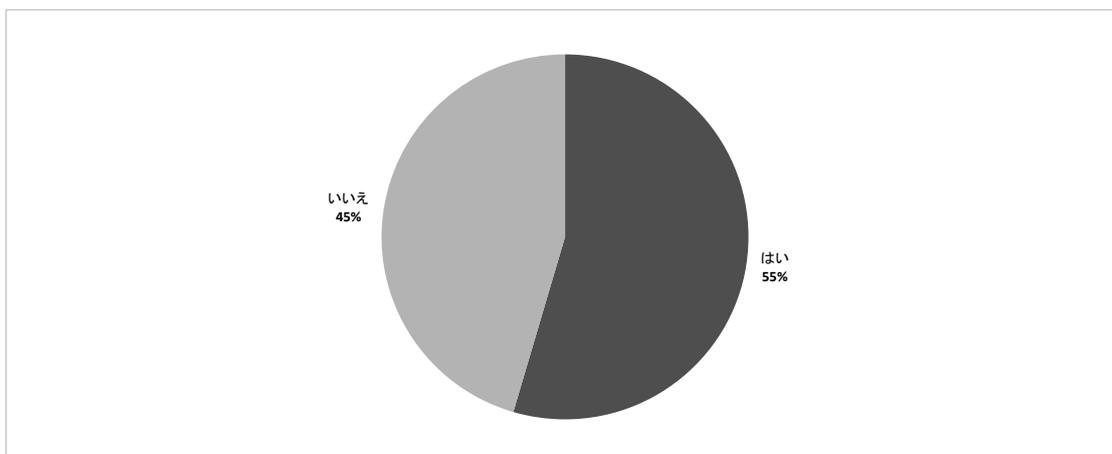
質問 2 「何に惹かれてイベントに参加しようと思ったか・2回目以降も参加しようと思った理由は」



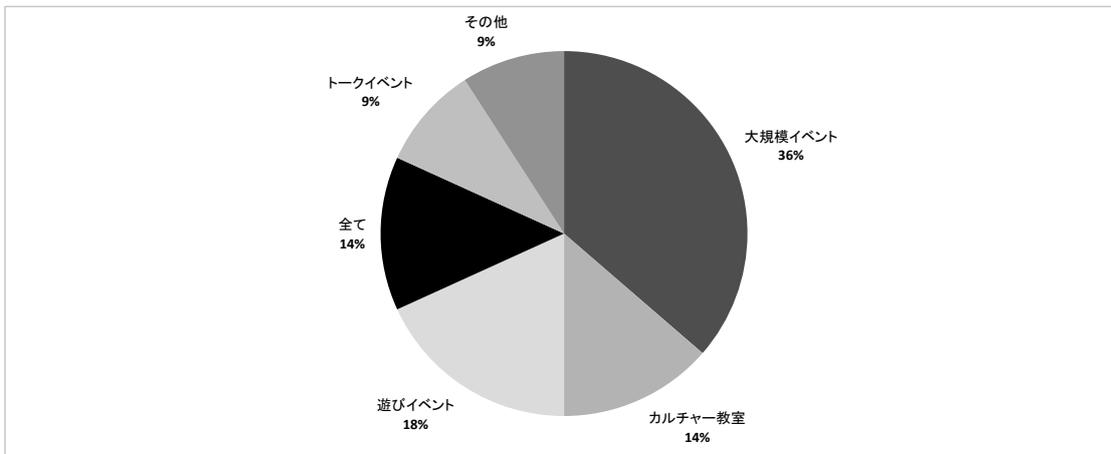
質問 3 「つながりのできた人とまちプロ以外の機会に会ったか」



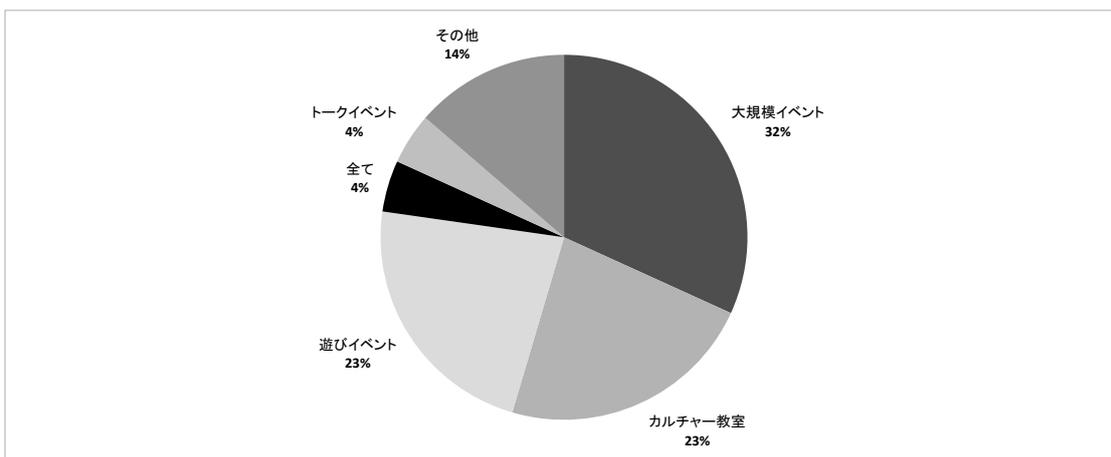
質問 4 「新たに知ったお店にまちプロ以外で足を運んだか」



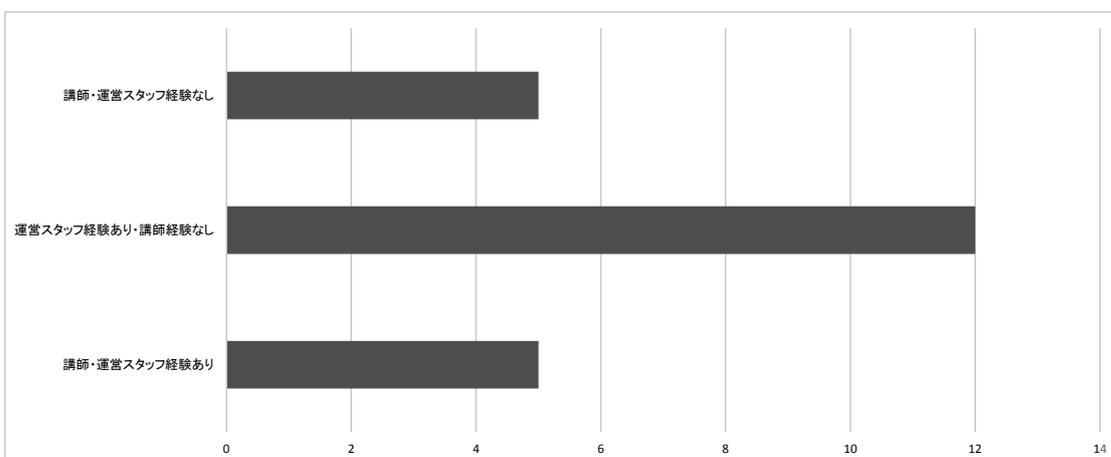
質問 5 「どのイベントが印象に残っているか」



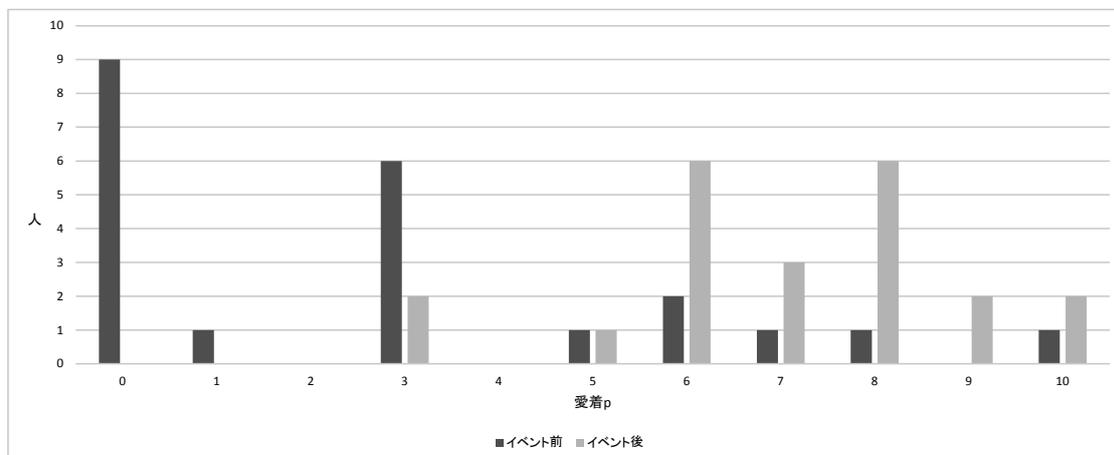
質問 6 「一番楽しいと感じたイベントは」



質問 7 「桜山でのイベントに参加した経験は」



質問 8 「桜山に対する愛着を、イベント前後を数値化すると？ 0～10 で教えてください」



質問 9 「まちプロに関わって、得たことは？学んだことは？気づいたことは？プラスになった出会いは？よかったことは？」（一部抜粋）

【人とのつながり】

- ・街への愛着
- ・良い人たちとの出会い
- ・新たなコミュニティグループにつながった
- ・友人ができた
- ・様々な職業や幅広い年齢の出会い
- ・相談できる相手が多くいる

【街とのつながり】

- ・行ったことがない地域のお店に行けた
- ・桜山のお店が開拓できた

【自己研鑽・成長】

- ・世代の違う人の考えを知ることができる
- ・癒される感覚
- ・視野や興味が広がった
- ・普段接することのない雑学
- ・自己効力感が向上した

【仕事への影響】

- ・売上の向上
- ・サラリーマンとして生きる以外の選択肢を知った
- ・イベントをきっかけに転職した
- ・イベントの運営方法
- ・仕事への参考となっている

- ・いろいろな職に興味を持つようになった

質問 10「今後まちプロに何を求めるか やってみたい、やって欲しいイベントは」

【求めるもの】

- ・新たな出会い、ビジネスとしての出会い
- ・継続的な活動
- ・社会的課題に対する価値の提供
- ・ゆるやかかつ確かなつながり、生活づくり
- ・学生の巻き込み

【やって欲しいイベント】

- ・カルチャー教室、体験系のイベント
- ・ボランティア活動
- ・遊びと学びの共存
- ・近所のお年寄りや子供たちと触れ合えるイベント
- ・他団体とのコラボイベント
- ・地方でのイベント開催
- ・交流できるイベント

#### IV. 考察

質問 1 では、メンバーからの紹介 50%、既に参加している友人からの紹介 41%と、コミュニティメンバーの紹介が 9 割以上を占める結果となった。SNS からの参加という回答もあるが、自ら積極的にコミュニティを探すというよりは紹介を受ける場合が大多数である。信頼のおける友人からの紹介ということでコミュニティ参加のハードルが低くなると考えられる。コミュニティの形成・継続にはコミュニティメンバーが友人に紹介しやすい内容とすることが求められる。

質問 2 では、イベントの内容 41%、人とのつながり 36%、メンバーの人柄 18%という結果となった。最初の参加の際にはコンテンツに魅力を感じたが、2 回目以降の参加の動機は人とのつながり、メンバーの人柄との回答が多くみられ、主催者や参加者に魅力を感じたと回答している。初回と 2 回目以降では参加動機が異なり、コミュニティの形成にはコンテンツが必要であり、コミュニティの継続にはコミュニティメンバーの魅力も大きな要素となることが推察される。

質問 3 においては、程度の差はみられるものの、9 割以上がイベント外で会ったと回答しており、イベントをきっかけに新たな地域コミュニティの形成に一定の効果（新たなコミュニティに対する愛着）が生まれていることが伺える内容となっている。

質問 4 では、半数以上がイベント以外で店舗へ足を運んでいる結果となった。街の活性化という視点においても、イベント開催による新たな地域コミュニティの形成が（売上と

いう狭義の意味で)一定の効果を生み出していると言えよう。

質問 5 での印象に残っているイベントとして、大規模イベント、カルチャー教室、遊びイベントの順に大きな割合を占めている。特に桜コン、夏祭り、なぞ解きゲーム等の大規模イベントの回答が多数を占める結果となり、こうした大規模なイベントの開催は一定の成果をもたらすことがわかった。イベント運営スタッフをきっかけに、コミュニティへ参加を始めるという成果である。

これに対して質問 6 での楽しかったイベントでは、質問 5 と順位は変わらないものの回答が分散し、印象に残ることと楽しいと感じることにはかい離があることが反映された結果となった。つまり楽しいと感じる場面はイベント規模には比例せず、小規模なイベントでも楽しい・面白いと感じる可能性は十分にあるのである。地域活性化を目的にしばしば大規模なイベントが行われるが、その手段はそれだけではない。地域の魅力を活用した身の丈に合った小規模なイベントであっても、工夫次第で楽しい・面白いと感じさせ、街に対する愛着を増加させることは可能であることが裏付けされた。

質問 7 より、我々の主たる活動拠点である桜山地域に回答を絞っている。①講師・運営スタッフ経験ありカテゴリ 5 名、②運営スタッフ経験あり・講師経験なしカテゴリ 12 名、③講師・運営スタッフ経験なしカテゴリ 5 名の属性となっている。

質問 8 について、回答者全員における桜山に対する愛着については、イベント前後で平均 2.7pt から 7.0pt と 2.5 倍以上上昇しているという結果になった。イベント前後で愛着が低下したと回答した者は一人もいなかった。イベント前には知らない・印象がないという 0 の状態から、イベント後には店主やコミュニティメンバーの顔が浮かぶといったポジティブな回答が多数得られた。

また質問 8 では興味深い結果が得られた。前述の①講師・運営スタッフ経験ありカテゴリ、②運営スタッフ経験あり・講師経験なしカテゴリ、③講師・運営スタッフ経験なしカテゴリに分解してまとめたものが表 4 である。イベント前の愛着は、住民であつたり在学していたりまたそうでなかったりとそれぞれの状況によりばらつきがあり、カテゴリによる相関は見られない。これがイベント後になると、①カテゴリでは+3.2pt となる 7.4pt、②カテゴリでは+5.3pt となる 7.0pt、③カテゴリでは+2.8pt となる 6.4pt という結果になっている。イベント後での愛着は①、②、③の順となり、運営スタッフや講師を経験することで街に対する愛着は高くなる傾向が表れている。元々街と関わりがなく印象がない場合には、きっかけをつくることで数値が急上昇することも伺える内容となった。運営スタッフの経験の有無が地域コミュニティへの帰属意識の高低を左右していることが反映されている。参加者よりも運営スタッフとして自主的に活動できる場面があることは、帰属意識を助長し、承認欲求も満たされやすくなる。そして地域コミュニティの継続・発展につながっていくと推察される。

表 4 アンケート質問 8 「桜山に対する愛着」集計表

	イベント前(A)	イベント後(B)	差(B)-(A)
①講師・運営スタッフ経験あり	4.2pt	7.4pt	+3.2pt
②運営スタッフ経験あり・講師経験なし	1.7pt	7.0pt	+5.3pt
③講師・運営スタッフ経験なし	3.6pt	6.4pt	+2.8pt

注) 0～10 の回答につき、相加平均値により計算している。

質問 9 では、得たこと・学んだこと・気づいたこと・プラスになった出会い・よかったことを自由回答で回答を得た。人とのつながり、街とのつながりとの回答も多数あったが、自己研鑽・成長に関する回答も多数見受けられた。加えて、仕事に活かしている、転職するきっかけになったとの回答も少なからずあったことも特徴的である。生活を仕事とプライベートの2つにわけて考える際、地域コミュニティは後者として考えられるのが一般的であろう。しかし我々はその中間“Third Place”として地域コミュニティを捉えている。楽しい・面白いと感じることも地域コミュニティに求められるであろうが、それ以上に自己成長できることが、地域コミュニティの継続・発展に求められる要素であることが明らかとなった。このことは次の個別ヒアリング調査の中でも検証している。

質問 10 では、求めるものとしてコミュニティの継続に加え、新たな出会いやコミュニティの発展という回答があり、このままで継続したいとの向きと更に広げたいとの向きと様々な回答があった。またやって欲しいイベントとして、これまで開催してきたカルチャー教室や体験系のイベントに加え、他地域でのイベントや他団体とのイベント等、新たな方向性について求める回答も得ることができた。大規模なイベントを開催するよりも、気軽に参加でき自己成長できる比較的小規模なイベントの方がニーズが高いようである。これら回答を精査し、我々の今後の活動に反映していきたい。

実際のアンケート結果については資料編に記載する。

#### 4-3 まちプロデュース活動参加者・運営者への個別ヒアリング調査

##### I. 目的

これまで 2 つの切り口からアンケート調査を実施し、地域コミュニティの形成を図り、地域コミュニティが形成されやすい条件について一定数の回答を得た。個人ヒアリング調査では、全体的な回答を得ることではなく、一個人にフォーカスし地域コミュニティの形成からリピートするまでの本質的な要因を探ることを目的としている。

##### II. 内容・結果（概要）

個人ヒアリングの調査対象としたのは宮嶋菜穂子氏である。彼女は我々が主たる活動拠点としている桜山地域在住であり、我々のイベントに年間 10 回以上参加し、イベントの運営や時にイベント講師も務める人物である。地域コミュニティ形成の中心人物とともれる彼女にヒアリング調査を行うこととした。

宮嶋氏へのヒアリング調査は、本質的な回答が得られるようカフェでの会話形式で行った。自然に会話が続くよう、会話が途切れないよう会話の内容を録音し、後日文字起こすというスタイルである。

ヒアリングを実施したことで、地域コミュニティが社会的欲求の課題解決の手段、承認欲求・自己実現欲求の課題解決の手段として機能し得るという点が明確となった。

### Ⅲ. 考察

第一の地域コミュニティが社会的欲求の課題解決の手段として機能し得るという点であるが、宮嶋氏の場合、自身のアイデンティティを模索しており、その解決の手段の可能性を感じ我々と関わりをスタートしたという経緯がある。氏も指摘しているが、会社と家庭に加えもう一つ自分の居場所“Third Place”という機能を求める人は多く存在する。しかしながら、一昔前で言うご近所付き合いとしての地域コミュニティは機能しなくなっている。我々の定義する新たな地域コミュニティが“Third Place”としての機能を担い、そこに参加することで自らの承認欲求を満たす。その可能性を地域コミュニティに感じる事が、地域コミュニティ形成におけるスタート地点であると考えられる。

第二に、地域コミュニティが承認欲求・自己実現欲求の課題解決の手段として機能し得るという点である。前述した社会的欲求の課題解決は地域コミュニティの最も大きな機能と考えられるが、この課題が全てではない。知的好奇心や自己成長・自己実現といった、社会的欲求を超えたより高次の課題を満たす機能である。社会的欲求が満たされると、人はより高次の欲求、承認欲求・自己実現欲求を満たそうという心理が働く。この時点で地域コミュニティが社会的欲求のみを解決する手段である場合には、承認欲求・自己実現欲求の解決手段を求め、地域コミュニティから離脱することが起こり得る。地域コミュニティは縛りを持たせるものではないため離脱することが悪いということはない。しかしながら、単なる「皆で遊んで楽しい」ではコミュニティは継続しないのである。宮嶋氏の場合に当てはめて考えるならば、自ら運営側として活躍する、またはイベントの講師として活躍するという、次なるステップを用意する必要がある。そうすることでコミュニティは継続し、更に発展していくのである。

実際のヒアリング内容について資料編に記載する。

## 第5章 まちプロデュース活動の効果と今後の方向性

### 5-1 まちプロデュース活動の効果

#### I. コミュニティ形成への効果

我々はイベントの開催による新たな地域コミュニティ形成の効果を検証してきた。イベントの開催前と開催後では、今までなかった街とのつながりが生まれ、人とのつながりが生まれている。更にこのつながりが一過性のものではなく、街への再訪、イベントやそれ以外での再会へと続き、コミュニティに継続性をもたらす。街とのつながりが生まれることと人とのつながりが生まれること、これらが相乗効果となり地域という枠を超えたコミュニティが形成されていることが明確になった。イベントの開催という要素を組み込むことで、コミュニティの形成・継続への効果を検証することができた。

#### II. 街の活性化への効果

街の活性化に対する効果という観点では、まずイベントへ参加することで街への来訪者が一定数増加していることが挙げられる。我々は大小様々なイベントを通じて年間累計1,000名程度の参加者を集めている。それだけの人数が来訪するという点で、まずは活性化に対する一定の効果があると考えられる。

またそのイベントを通じて、それ以外にも来訪が増えていることも調査結果の示す通りである。単に街や店舗の紹介をするのではなく、イベントを通じてより街とのつながり、人とのつながりをより強固にしている。結果としてイベント以外での街への来訪者の増加に貢献していると言えよう。

上記に加え、定性的な要素である街への愛着という視点も見逃すことはできない。自らの知識や経験を活かし、主体的に活動を行う自己成長・自己実現の場としての街は、ただ街に行くだけでは得られない特別な愛着が生まれる。街をそのような環境にプロデュースすることによって、愛着を高めることができるのである。

### 5-2 まちプロデュースの今後の方向性

地域コミュニティ形成のトリガーとなるイベントとは、比較的大規模であり幅広い年齢層が対象となるものであった。即ちターゲットを絞り込む内容ではなく、万人に対して受け入れられやすいイベントとすべきであることが検証された。印象に残ったイベントとして大規模イベントを挙げる者が多かったことは前述のとおりである。

そうして生まれた地域コミュニティが継続・発展するためには、コミュニティ形成時とは反対に、比較的小規模なイベントを継続していくことが必要である。万人受けするありふれたイベントではなく、内容を絞り込み、同時に参加者層も絞り込む。絞り込まれた参加者層に対してマッチする内容、興味を惹きつける内容を行っていく。固定された場所での開催や、時に場所を変えるなど、より結びつきが強くなるような要素を組み込んでいく。

愛着を更に深めるには、自ら講師や運営スタッフとして、イベントに参画してもらうこ

とが不可欠である。自らの知識や経験を活かす場所を創設することで、より一層街への愛着をもたらすことが可能となる。

これらを繰り返し行うことで、人のつながりができ、地域コミュニティにかかわる個人が成長、充実し、街の活性化につながっていく。この一連の流れを、我々は以前より行ってきたのであるが、今回の研究によって改めて整理され、より効果的な方法を検証することができた。

今後は地域コミュニティを更に発展させるとともに、如何に経済効果としての活性化につなげていくかが課題である。それには街の活性化の定義と、それを測る指標が必要となる。街の活性化の最終ゴールを我々は経済効果が生まれることと捉えているが、経済効果が生まれるとは果たしてどの程度を指すのか、どの範囲を指すのか、どの期間を指すのかといった定義をより明確化した上で、活動していくことが重要であると考えている。

このような活動を継続していると「(活動によって)街は活性化したか?」という問いをよく投げかけられる。当然のことであるが、活性化の定義により答えは異なる。我々が活動をスタートする前と比較し、地域コミュニティが形成されたという点においては、活性化したと言えるであろうし、経済効果が生まれることを活性化と定義するのであれば未だ検証段階という回答になる。また時代が変わるにつれて定義自体も変化していくものかもしれない。いずれにしても、我々は自身の定義とそれを測定可能な指標を持ち、地域活性化を実現していきたい。

# 資料編



## I. アンケート結果（集計前）

質問 1	何がきっかけでまちプロデュースを知ったか
質問 2	何に惹かれてイベントに参加しようと思ったか 2回目以降も参加しようと思った理由は
質問 3	つながりのできた人とまちプロ以外の機会に会ったか
質問 4	新たに知ったお店にまちプロ以外で足を運んだか
質問 5	どのイベントが印象に残っているか
質問 6	一番楽しいと感じたイベントは
質問 7	桜山でのイベントに参加した経験は (講師として・スタッフとして・参加者として)
質問 8	桜山に対する愛着を、イベント前後を数値化すると？ 0～10で教えてください
質問 9	まちプロに関わって、得たことは？学んだことは？気づいたことは？プラスになった出会いは？（プラス＝嬉しかった、楽しかった、気が合う友達が出来た、好きな店ができた、好きなまちができた、ビジネスに繋がった等）良かったことは？（新規顧客が増えた、生徒が増えた、売り上げ・利益につながった、宣伝効果があったなど）
質問 10	今後まちプロに何を求めるか やってみたい、やって欲しいイベントは

### ●講師・運営スタッフ経験あり

・Kさん（30代・男性、土岐市在住）

回答 1 椎葉に誘われて

回答 2 昔からの友人の活動に興味があつて・人と人のつながりを感じられたから

回答 3 はい（お茶に行きました笑）

回答 4 △（新たに知ったわけではないが、初めて行ったという意味でなつめコーヒー）

回答 5 桜コン（どちらかと言うと1回目）・美食なぞ解き・目標達成セミナー（講師として）・まちトーク

回答 6 桜コン（たくさんの方の笑顔が見られた）

回答 7 すべて「はい」です。

回答 8 イベント前 8（もともとホームなので） イベント後 9（やはりそこにいる人を知るとポイント上がります）

回答 9 得たこと→街への愛着 学んだこと→継続の大切さ（ファンがつく） 気付いたこと→コミュニティの運営はコアメンバーと新規メンバーのバランスが大切 プラスになった出会い→全部 良かったこと→自分がビジネスを通じて築きたい関係のモデルになった

回答 10 新規の参加者を呼べる各種教室等は細く長く継続 フリーランス対象の勉強会（ビジネス上の接点を見出す）

・Mさん（50代・男性、珈琲店経営）

- 回答1 シーバちゃんがお店に来た時に話をして知りました。
- 回答2 シーバちゃんの人柄がとってもよかったからです。
- 回答3 ありますよー宮嶋さんや青木さん野上さん他お店に来てくれます。
- 回答4 ないです。すいません。
- 回答5 桜山謎解きですね。
- 回答6 5と同じです。
- 回答7 参加者として謎解きに
- 回答8 イベント前3 イベント後8
- 回答9 良い人達と出会うことができたことが一番の喜びです。加えて、今時の若者はどんな事を考えているのか垣間見る事が出来るのが良いです。コーヒーセミナーやイベントを通じて売上の向上につながりましたありがとうございます。
- 回答10 コーヒーコンはまたやりたいですね。

・Wさん（40代・男性、鈴鹿市在住）

- 回答1 椎葉さんと知り合ったことにより。
- 回答2 リーダーの人柄・集まってくる人の人柄
- 回答3 自身の開催するセミナーに参加頂きました。
- 回答4 松島コーヒーさん
- 回答5 桜山商店街で食べながら犯人さがつやつ。
- 回答6 2013忘年会 NLPセミナー
- 回答7 講師として、参加者として参加しました。
- 回答8 イベント前0 イベント後7
- 回答9 ありそうでなかなかないコミュニティであり、そこに入ると何か癒されるような感覚があります。
- 回答10 あまり変えすぎないで欲しい

・Sさん（40代・女性、名古屋市在住）

- 回答1 まちプロのツイッター
- 回答2 主宰のお二人の一生懸命さに心を打たれて。
- 回答3 まちプロ以外でも会いやすい環境を主宰の二人が作っているので気軽に会いました。
- 回答4 行きました。
- 回答5 桜山夏祭り。
- 回答6 桜山夏祭り。

回答 7 はい。講師として・スタッフとして・参加者として、全部。

回答 8 イベント前 10 イベント後 10（最初から桜山が大好きなので・・・）

回答 9 得たことは？知っていても、行ったことがない近所のお店に行けたこと。学んだことは？地域との関わり方と役割。気づいたことは？町おこしや商店街活性化は基本的に他力本願で成り立っている、ということ プラスになった出会いは？主宰の二人と仲良くなったこと。なつめコーヒーのカレーランチを知ったこと。店主のなっちゃんと同じ年ということを知ったこと。良かったことは？桜山商店街で半年間だけ間借りして桜山シェアキッチンというものを運営経験が出来たこと。収支は赤でしたが、料理教室やイベントなどを通して輪が広がり、今は、桜山食楽会というグループに繋がっています。

回答 10 今迄通り、お二人の無理のないペースで楽しく！

・Iさん（30代・男性、瀬戸市在住）

回答 1 同僚が中心的に活動をしていてその活動に興味をもった。

回答 2 講座の内容が面白そうで役に立ちそうだったから。2回目以降も参加しようと思った理由は、参加者やスタッフの雰囲気良かったから

回答 3 会った

回答 4 無し

回答 5 ノルウェートーク

回答 6 街コン「恋の花咲く 桜コン」

回答 7 講師として・スタッフとして・参加者として

回答 8 イベント前 0 イベント後 3

回答 9 フリーランスなど自立して生活している方々とのつながり、出会い。

サラリーマンとして生きる以外の選択肢の可能性を知った。

転職、新しい世界に踏み出す一歩の勇気がわいた。応援し合うつながりがあれば何とかかなりそうと感じた。

回答 10 継続して活動してほしい

地域の長屋的ゆるやかかつ確かなつながり生活づくり

参加者が多様で多彩な才能や感性を持っている人が多い。

この特徴を活かして、何らかの社会的課題に対して価値を提供できるのでは？

●運営スタッフ経験あり・講師経験なし

・Aさん（40代・男性、名古屋市在住）

回答 1 とある言葉を検索している時にまちプロのイベントページ（アメブロ）がヒットしたのがきっかけ

回答 2 NLP のイベントでしたが、ちょうど興味を持っていたコトだったから、2回目以

降も参加しようと思った理由は、まちプロの活動に興味があったので

回答 3 はい

回答 4 はい

回答 5 桜コン スタッフとして参加して、同じくスタッフで参加していた人たちがそれまで知り合うコトのないような人たちとたくさん知り合うことが出来たから

回答 6 美食謎解き 謎解きをイベント前に実際に試したり、イベントに参加した人たちがワイワイ謎解きをしている光景がスタッフとして後ろから見ていて楽しかったです

回答 7 スタッフおよび参加者として参加

回答 8 イベント前 0～2 イベント後 7～9

回答 9 まちプロにかかわる事で繋がったご縁もたくさんあって、自分の視野（興味？）を広げられたと思います

同じように街を活性化に取り組む団体は他にもたくさんありますが、他の団体とタグを組んでイベントを開催したところで必ずしもイベントが成功するとは限らないと思った

回答 10 今後「まちプロ」「桜山」のどちらを活動の軸に据えるかによっても違うとは思いますが、やはり知名度を上げるための活動は定期的に行っていく必要があると思います。とはいえ暫くは大きなイベントを開催する事は難しいとは思うので、少人数でも参加できるイベントやワークショップ等を「まちプロ主催」として定期的開催していくのが良いと思います。そして今後も関わってくれる人やネットワークを構築していく為にも、初めて参加する人たちが優先的に参加出来るような仕組みにしていくのも良いのではないかと思います（皆勤賞狙ったりはしませんのでw）。

・ K さん（30代・女性、名古屋市在住）

回答 1 椎葉美耶子ちゃんが Facebook で桜山商店街夏祭りの司会を募集していたのを見て、立候補したのがきっかけです。

回答 2 元々興味のある分野の募集で、未経験でも挑戦させていただけるようなゆるい感じが参加意欲を高めてくれました。笑

回答 3 会いました！桜山商店街の夏祭りでお出会った理事長から、私の主人に仕事のご依頼を頂くこともありました。

回答 4 行ってないです。

回答 5 桜山商店街の夏祭り、謎解き、あと竹のイベントは印象に残ってます。

回答 6 司会をさせていただいた桜山商店街の夏祭りがやっぱり楽しいです。

回答 7 桜山商店街の夏祭りの司会で参加しました。

回答 8 イベント前 0 イベント後 8

回答9 まちプロのイベントがきっかけで17年の事務仕事からMC業へ転職しました。毎日が勉強ですが、そのおかげで人脈の幅も広がり、毎日充実しています。

回答10 色々なジャンルのダンス発表会的なのがあると嬉しいです。習ってる人は多いのになかなか発表する場がないので。

・Sさん(30代・男性、春日井市在住)

回答1 友人に誘われて、桜コンにスタッフとして参加した。

回答2 まちプロメンバーの人柄。興味を惹かれるイベントが開催されていた。

回答3 はい。

回答4 はい。

回答5 さくらコン、謎解き。スタッフとして参加したものは、印象が強い。

回答6 ワイン教室、温泉。

回答7 スタッフ、参加者としてアリ。

回答8 前0後6

回答9 友人ができたことも含め、沢山の出会いを得られたこと。

回答10 カメラ講座が土日だと嬉しい。いろんなマナーの講座があったら受けたい。

・Tさん(30代・男性、あま市在住)

回答1 知人を通じて。まちプロ主催のまちおこしイベントに知人が参加しており、そのイベントの企画のネタ出しに協力を求められたことがきっかけで知りました。

まちプロを知るきっかけとなった知人から、街コンのイベントスタッフに誘われたため。また街コンにも興味があったため。

街コンにただ参加するよりも、ボランティアとして運営の手伝いをした方が有意義な時間を過ごせると思ったため。

まちプロを知るきっかけとなったイベントに顔を出した時に、イベントスタッフの人達の笑顔とフレンドリーな振る舞いが印象的であり、一緒にイベントをしてみたいと感じたため。

回答2 1回目に運営のボランティアとして参加した時に、初対面の人と話す機会が多くあり、さらに交流が深められたら良いと感じたため。

イベントのボランティアだけでなく、イベントの参加者を募集しているのを知り、趣味を広げたいと思っていたのとイベントを通して交友関係がもっと広がれば良いと考えたため。

回答3 まちプロを通じて知り合った多くの人達と、プライベートでも会っています。

回答4 プリザーブドフラワー教室、3Dアート教室へ足を運んだ。

回答5 ZAWA友FESTA・・・初参加だったため

桜山商店街謎解きイベント・・・まちおこしに協力できたため

プリザーブドフラワー教室・・・今までの生活では参加するきっかけすらなかったし、やろうとも思わなかったことに挑戦できたため。やってみるととても楽しかった。

- 回答 6 一番を決めるのはとても難しい。強いて挙げるなら忘年会。イベントを通じて知り合った人と親睦を深められるため。
- 回答 7 講師として・・・なし スタッフとして・・・あり。謎解きイベント 参加者として・・・あり。ワイン勉強会、まちとーく、プリザーブドフラワー教室。
- 回答 8 イベント前 3 (好きなラーメン屋がある商店街という程度の認識) イベント後 10 (様々な人と出会った場所、桜山で働く人の顔が浮かぶ場所)
- 回答 9 得たこと・・・人との繋がり 学んだこと・・・普段接することのない雑学 (まちとーく、ワイン勉強会、コーヒーの淹れ方講座)、アート (3D,プリザーブドフラワー)、人との接し方。 気づいたこと・・・きっかけがあれば、多くの人と知り合うことができること。 プラスになった出会い・・・飲みや旅行に行ける友人が増えたこと。 良かったこと・・・趣味の幅が広がった。友人が増えた。
- 回答 10 習い事、体験型系のイベント ・ボランティア系のイベント

・Sさん (30代・女性、多治見市在住)

- 回答 1 椎葉さんに誘われて。
- 回答 2 (初回:冠婚葬祭マナー教室) 自分に必要な内容であることと、知り合いが企画しており気軽に参加できそうだったため。
- 2回目以降も参加しようと思った理由は、内容だけでなく、それをつくる人・参加されている人も魅力的だった。マナーを学ぶことを目的としていたが、このところ人間関係が仕事以外で広げられていなかったため、様々な方と交流ができてとても新鮮だった。案内が丁寧で分かりやすく、参加者のことを考えた運営で、他があれば行ってみたい・続けたいと思わせる心地よさがあった。それまでは教室やイベントに参加したことがなかったため敷居が高く感じたが、温かく迎えてくださったことが次に繋がったと考えられる。また、ボランティア募集もされていたので、自分にも余力があり協力してみたい・参加してみたいと思った。
- 回答 3 facebook でつながった人の活動を知ることができ、関心のある会へ参加した。食事やイベントに招待してくださるなど交流している。他のイベントで偶然お会いすることもあった。
- 回答 4 はい。O Xcafe、松島珈琲、ボンボン
- 回答 5 ①桜コン: 始めてお手伝いに入った企画。急遽椎葉さん不在で、垣間見たまちプロメンバーの結束力・対応力がすごかった。そもそもどのような人、団体が企画・運営しているのか考えたこともなかった。瑞浪市でコウノトリの会という高齢の方が行っているものは知っているが、集客数は低めで古めかしい気がするので今

風を取り入れたらいいと思った。

②瑞浪陶土フェスタへ行こう 桜山以外のイベントにも協力して、盛り上げてくれる活動力がすごい。運営側にはとても嬉しいサポート。

回答 6 卓球 場所からして意外性があった楽しかった。

回答 7 ・スタッフ 桜コン・参加者 冠婚葬祭マナー教室、椎葉さん誕生会、忘年会系？

回答 8 イベント前 3 イベント後 6

回答 9 得たこと：人とのつながり 学んだこと：講座(まちトーク含)内容、教室などのつくり、運営の心得、人的ネットワークの重要性、人生観 気づいたこと：参加していたら、リア充になっていたらしい。(姉言)プラスになった出会い：桜山のお店が開拓できた(一度店を利用すると、次から活用しやすくなる)、様々な業界の話が聞いた、人と一緒に余暇を楽しむ・自分の行動パターンが変わり生き方の視野が広がった。良かったこと：現在高齢者の健康に関する教室を行っている。行政からの案内力(とりあえず行かないといけない？という感覚)は低下し、市民が自発的に参加したいと思う魅力ある教室づくりの参考にしている。また、市民・行政協働のまちづくりが盛んになっている現在、地方では名古屋ほど市民・若者の活動は活発ではないように感じている。まちプロの活動はまさにまちづくりの要であるため、実際に体験し自市にも取り入れることができたと思う。私自身参加を通して、在学時以上に桜山への愛着が高まったのは、県外からも引き寄せるまちプロ主催者の魅力のおかげである。自己効力感が向上した。

回答 10 遊びと学びの共存(語弊があったらすみません。これからもそんな企画をお願いします。) 栄養講座、時間栄養学など。(美味しいものを食べる企画も多いので、正しい知識を知っておいてもらおうと良いかも。出回る健康法はグレーなものも多いよう。生活習慣病は高齢になってから予防では手遅れなので、代謝が落ち始める今がその時。子供と大人の比較なども今後役に立つかもしれません。困みに、高血圧症が県の一二を争う瑞浪市は、幼児期に抽出した半数以上が塩分過多だった気がします。手間はかかりますが多少の配慮が必要です。既にやっていたらごめんなさい)

・Nさん(30代・男性、一宮市在住)

回答 1 まちプロと交流があった会社の人に誘われてイベントに誘われたことがきっかけです。

回答 2 楽しそうな雰囲気。自分の生活に面白味が増しそうと思った。周りにいない人種の人達と知り合いになれると思った。親しみやすい人達ばかりで仲良くなれたので、また皆で集まって色々やりたいと思ったから。

回答 3 数え切れないくらい食べに行ったり、飲みに行ったり遊びに行ったりしました。

回答 4 行きましたが、松島珈琲さんくらいです。

- 回答 5 代表椎葉結婚式二次会。日帰り温泉。忘年会('13・'14)。
- 回答 6 日帰り温泉。蒲郡の松風園に行き、鮪尽くしの料理を賞味してお酒を飲み温泉に入った企画です。
- 回答 7 スタッフとして・参加者としてたくさんあります。
- 回答 8 イベント前：0(関わりがなかった)イベント後：9(人と街を知りより良くなって欲しいと思うようになった)
- 回答 9 得たこと：たくさんの友人・知人。学んだこと：人の繋がりから得るものは大きい。気づいたこと：自分と異なる価値観の人達と交流することは大変刺激になる。プラスになった出会い：会った人全員。今から会う人全員。良かったこと：影響され自分も企画側で活動した。苦労したがその分動じなくなった。
- 回答 10 今までと変わらず主催者の方が楽しいと思う企画を考えて下さい。やりたいのは椎葉家出産お祝いパーティーです。

・Tさん (20代・女性、瑞浪市在住)

- 回答 1 しいばさん
- 回答 2 2回目以降も参加しようと思った理由は 普段はできない経験ができて、おもしろそうだったから
- 回答 3 ない
- 回答 4 運んでない
- 回答 5 八百屋さん 竹切り
- 回答 6 八百屋さん
- 回答 7 ある
- 回答 8 イベント前 6 イベント後 8
- 回答 9 やりたいことをかたちに行っている人達に会えて、自分の趣味をたのしもうと思えた。
- 回答 10 ラテアート 料理

・Mさん (30代・男性、刈谷市在住)

- 回答 1 もちさんの紹介で桜山の街コンのボランティアスタッフをさせて頂いたのが最初のきっかけです。
- 回答 2 イベントを通じて普段知り合えない方たちと出会えるところに惹かれました。皆さんとお話をする中で、情報や意見交換などから新たなアイデアや刺激を頂けて、視野が広がることも魅力です。
- 2回目以降も参加しようと思った理由は、変に堅苦しくなく自然体で、温かい感じが居心地が良くて、参加していて楽しいからです。大学のサークルみたいなイメージに近いです。
- 回答 3 はい。友達もでき、人間関係も広がりました。

- 回答 4 いいえ。
- 回答 5 桜山商店街の夏祭りで子供たちの笑顔が見れたことです。
- 回答 6 卓球大会
- 回答 7 はい。スタッフとして
- 回答 8 イベント前 0 イベント後 6
- 回答 9 ゆかいな仲間たち。コーヒーの淹れ方、アロマの魅力。意外と飲み会が多い。プラスになった出会いも宣伝効果も沢山ありました。
- 回答 10 多くの笑いと少しの学び（笑）桜山商店街の方々や近所のお年寄りやお子さんと直接触れ合えるイベント。初期の頃やっていたことや逆にやりたくても出来なかったこと。個人的には料理教室。

・Uさん（30代・男性、名古屋市在住）

- 回答 1 なんだろ？飲み会？
- 回答 2 なんだろね
- 回答 3 はい
- 回答 4 ボンボンは該当する？
- 回答 5 児玉さんが美しかった
- 回答 6 実はそんなにイベントに行っていないことに気づいた
- 回答 7 はい、色んな立場で
- 回答 8 イベント前 3：正直、愛着はないです イベント後 3：正直、愛着はないです
- 回答 9 一気に質問がヘビーになったね。ボンボンセンターに集まるきっかけは出来たんじゃなかろうかと思います。
- 回答 10 なんだろうね せっかくなので、名市大の学生を巻き込めたらいいね

・Nさん（20代・男性、名古屋市在住）

- 回答 1 手伝い
- 回答 2 好奇心。2回目以降も面白そうなものがあったら参加。
- 回答 3 会った。
- 回答 4 行った。
- 回答 5 目標達成
- 回答 6 珈琲を自分で入れるイベント
- 回答 7 参加者スタッフ
- 回答 8 0→8
- 回答 9 自己発見出来た。見知らぬ土地に愛着が出た。いろんな人と出会えた。
- 回答 10 マンネリ化しないこと。常に新しい可能性を追求出来るようなことをして欲しい。

・Iさん (20代・男性、豊田市在住)

回答1 山本はるかさんからの紹介

回答2 新しいことをやってみようと思った。・〇〇アートなどの珍しいイベントを「体験」できるから。宣伝はあるけど勧誘はない。・知り合いの幅が広がると思ったから。

回答3 イエス。ただし数回程度

回答4 ノー。カナディアンボックスはリピート体験

回答5 さくらコン、コーヒーの淹れ方講座

回答6 さくらコン。スタッフ参加は面白い。マインドマップ講座。自己啓発は講師のキャラがよかった。

回答7 イエス スタッフ、参加者として

回答8 前3、後7

回答9 様々な職業の人、特に自営業の人と出会えて話が聞けた。・様々な体験をできる場を得られた。・自分のことで他人に話せる話題が増えた。・日常での行動範囲や人付き合いに対し視野を広く持つ意識ができた。

回答10 あまり大規模になりすぎない範囲での活動継続。・固定メンバーになりすぎない様に活動範囲を広げてほしい。・ザワ友など他団体イベントへの参加や共催。・竹伐採以外のボランティア体験。定期活動にすると続かないかも。体験後はボランティア団体紹介にとどまるのがベター  
その他・近頃の印象としてイベントは面白いかつ頻度が高いけど固定メンバーになりつつあるような気がします。参加者として気にすることではないですが、まちプロとして当初の目的・目標からすこーしずれていってるのではないかと感じることもあります。

・Mさん (10代・女性、名古屋市在住)

回答1 母の紹介

回答2 いろんな職の人の話を聞けるから

2回目以降も参加しようと思った理由は 同じく話を聞けて自分にとってプラスになると思ったから

回答3 あいました！

回答4 いきました！

回答5 葉見！

回答6 桜山のまつり

回答7 はい

回答8 イベント前3 イベント後6

回答9 大人の人大人の考えを学び、いろいろな職に興味を持つようになったのと、まちプロ以外での大人の人との会話も楽しいと思えるようになったこと

回答 10 バレーボールしたい！！

●講師・運営スタッフ経験なし

・Oさん（30代・女性）

回答 1 しいちゃん

回答 2 東日本大震災のボランティア活動の報告会で、現状を知りたかったから。2回目以降も参加しようと思った理由は 様々な職種の人が出て、自分の仕事だけでは出会えない人たちに刺激を受けたから。

回答 3 いいえ

回答 4 いいえ 行きたいけど、遠くて難しいです。

回答 5 スナックはるか

回答 6 スナックはるか 様々な職種の人が出て、美味しいお酒とおつまみを食べながら話ができるととても楽しかった。仕事やプライベートを楽しそうに話しているみんなを見て、私も何か頑張れたら良いと思った。

回答 7 参加者として

回答 8 イベント前 6 イベント後 6

回答 9 皆さんの話を聞いて、刺激を受けた。もっと色々な人たちと関わりたいと思った。

回答 10 子育て支援 託児付きで美味しいケーキとお茶を飲みながら美容や料理、健康の話をのんびり聞くとか

子どもが産まれると、想像以上に外出がしづらくて。ベビーカーで電車に乗るのも勇気いるし。まだ、実践したことないのよね～だっこ紐は首が座ってからしか使えないのも多いし... 市がやってる子育てサークルとかあって、託児がないから講話聞いていても、赤ちゃんが泣いたらそっちに集中しちゃって、あれ何話してたっけ？みたいなこと多々あり(笑) ずーっと一緒にいる赤ちゃんと、ほんの少し誰かに面倒見てもらってのんびり話を聞くだけでもリフレッシュできると思うかな～長くなりました

・Gさん（20代・女性、刈谷市在住）

回答 1 就活の件で椎葉さんとお会いしお話を伺った時に知りました。

回答 2 普段の生活の中では出会うことができない方々と会ってみたい、様々な経験がしたい、と思ったからです。2回目以降も参加しようと思った理由は：1回目のイベントの後、参加して良かったと思ったからです。初めて参加したイベント（ハーフ忘年会）で出会った社会人の方々がとても生き生きと過ごしていらっしゃるよう感じました。そのような素敵な方々とまたお会いして刺激をいただきたいと思いましたし、いろいろな経験をしながら感じて学んで自分もそうなりたいと思いました。

- 回答 3 まちプロで出会った方が講師をするイベントに何度か参加しました。
- 回答 4 行きたいと思っはいるのですが、実際に足を運べていません。
- 回答 5 目標達成フォローアップ会：皆さんの目標や考えていることをお聞きすることができ感じるものがたくさんありました。
- 回答 6 マナー講座：知らないことをたくさん学べてとても新鮮でした。また桜見荘の雰囲気も素敵でした。
- 回答 7 参加者として参加しました。
- 回答 8 イベント前 7 イベント後 8 大学が桜山なので以前から桜山は好きでした。
- 回答 9 毎回様々な職業、生活をしていらっしゃる幅広い年齢の方とお会いできることがとても嬉しいです。まちプロに出会っていなければ、仕事や学生時代の友人以外に出会いを広げる機会はなかなか持てなかったと思います。そうして出会えた素敵な方々と同じ時間を過ごしてお話をし、自分も皆さんのように輝きたいといったパワーや前向きな気持ちをいただいています。またまちプロで出会った方が開く講座などに参加して新しいことに挑戦できたこともとても良かったです。
- 回答 10 質問 9 と重なってしまいますが、たくさんの方やものと出会える機会を楽しみにしています。

・Iさん (30代・男性、稲沢市在住)

- 回答 1 zawa 友 festa 実行委員会が当時企画していた街コンをまちプロに委託する為、兄にしーばを紹介してもらったことから。
- 回答 2 その時々でテーマが違うので、興味のあるものであれば参加したいと考えています。と言っても忘年会以外は一宮で行われた街づくりに関するものに一度参加したきりですが。
- 回答 3 忘年会で知りあった方と一年一緒に活動しました。
- 回答 4 忘年会で行った店は遠くて行けてない(;´∩`A 一宮の店は以前からたまに行ったりしています。
- 回答 5 一度だけなので、まちトークの一宮編。色んなジャンルの人と知り合えてかなり刺激的で良かった。
- 回答 6 たくさん参加してないから回答が面白くなくて申し訳ない...
- 回答 7 ないです。ごめん(;;) 桜山の町おこしでやってるのは良く理解してるんだけど、出来たらまた地方遠征に来てくれたら嬉しいなあ。
- 回答 8 イベント前 5 良く知らない イベント後 5 相変わらず知らない
- 回答 9 新しい出会いがあった事 学んだことは？>しーばとはるかのは行動力、やっぱりのくらい動かないとダメなんだなあ。気づいたことは？>マメにたくさんイベントをやる事は消耗する事だと思い込んでいたけど、違うんだな...着実にファンを増やしてる。それがまちプロ。プラスになった出会いは？>しーばとはる

か。良かったことは？(新規顧客が増えた、生徒が増えた、売り上げ・利益につながった、宣伝効果があったなど)＞しーば、はるか友達になれた事。今んとこそんだけけど、参加すれば色々ありそう。

回答 10 さっきも書いたけど地方遠征もっと来て欲しい。

・Fさん(30代・女性、多治見市在住)

回答 1 Facebook で同級生と友達になり椎葉さんより Facebook ページにいいねを勧められたこと。

回答 2 惹かれた理由:同級生に久々に会ってみたくなったからというイベント主催者への面白い魅力、楽しそうなことしているなという直感、イベントの広告写真・企画意図から感じた熱意、色んな世代・職種の人々と交流できること。2回目以降も参加した理由:初回イベント参加時に貸してもらったペンを持ち帰ってしまったから。イベント中盤から参加者と話す機会ができて初めて会った人とでも話やすかったから。昔の自分を見ているような似ている人に出会えたから。気になって少し話してみたい人・元気にしてあげたい人ができたから。初めて行く場所で世界が広がる気がしたから。

回答 3 7~9人:まちプロ後に食事したり、まちプロ以外の機会や別イベントで会いました。(会ってはないですが、Facebook でメッセージをくれたり、交流する人は増えました。)

回答 4 まちプロ以外では一緒に行く人も機会もなく行っていません。

回答 5 忘年会・目標達成セミナー

回答 6 ワイン教室

回答 7 参加者としてのみです。

回答 8 イベント前:0、イベント後:7 行ったことがない場所でしたが交通手段・雰囲気には慣れました。地域特性を知るまでの地区踏索はしていないので10までの愛着形成には至っていませんが、私の生活スペースの1つになりつつあります。

回答 9 まちプロでビジネススキルやワークライフバランスを学んだり、仕事に対する思いや考え方を通して1人の人物として理解が深まったこと、町や人の魅力のPR発信方法、人とのつながり・絆がまちづくりにつながっていること、人との共通点を見つれたり一緒に過ごす時間が増えると仲良くなれること、コミュニティは魅力的な人々が作り出していることに気づきました。出会い:好きなお店(松嶋珈琲)友達(心理カウンセラー・起業家・絵日記講師・保健師さんを始め健康づくりの仲間・同級生) 人との出会いで自分の仕事を持つ意味を知り、地元の魅力の再発見ができて、社会の中で働いていることや自分らしく人生の選択を自分で行っていくことの大切さを知りました。同世代の友達は子育てや仕事で会う機会が少なく交流が少なくなっていたので人とのつながりが増えたとし、新しい出会いで

自分の反応や考え方の変化ができて自分自身の成長につながりました。参加目的はビジネスよりは社会勉強だったのですが、仕事は違っても抱える悩みは人間関係で似たところがあることを知って気持ちが救われたし、頑張っている人の姿や活躍を知ることで私自身も自己研鑽の必要性と頑張れる活力をもらえました。得た知識で仕事の効率化を少し図れました。

回答 10 仕事に対する思いを語る、知識や新しい考えを知る、まちの未来について語る、癒しやリラックスできて楽しむことで気分転換できる、音楽・写真など好きな趣味が共通する人で交流できるイベント。まちプロの人々の個性が活かせるイベント。イベントづくりをしている人が心から楽しめるイベント。人につい教えたくない場所・お店をみつけられたら嬉しいです。

・Tさん（40代・男性、尾張旭市在住）

回答 1 友人にしーばとはるかを紹介されてじゃなかったかな？

回答 2 主催者が面白い子達だったので。参加してみて多様な人達が集まっており、様々な刺激を得られるので大変面白く感じたので。

回答 3 はい。スピンオフ企画を立てるほどに（笑

回答 4 ちと遠いので無いですねえ。

回答 5 スナックはるか。イベント自体参加してないけれど裏方として協力できた事は光栄でした。

回答 6 まちと一く農園編。農業体験と農業に従事する若者の考え方に非常に興味を憶え全く新しい世界が垣間見えた。

回答 7 1/2 忘年会(交流会)

回答 8 イベント前 0 イベント後 6

回答 9 得たことは：新たな人の繋がりという財産。学んだことは：まだまだ知らない世界の住人から伝えられるその世界のこと。気づいたことは：関わる人達が自分に足りものを気づかせてくれる。プラスになった出会いは：様々世代や職業の人達と知り合え友人となり、また商売にも繋いでくれました。良かったことは：いろんなその道のプロ達が集っているので時に相談でき時に教えを請うことができる。

回答 10 変に画一的・システムのせず今のある種緩さをもった形が良いと思います、その居心地の良さで集まっている人達も多数いるように思いました。

こういったイベントをやって欲しいという具体的なものはありませんが、今後大きくイベントをするにしても規模感をどの程度まで膨らまして良いのか判断が難しいとは思いますが。協力できることは協力して一緒に作り上げられればまた面白いかなと感じております。

## II. ヒアリング結果（議事録）

—宮嶋さんが最初にイベントに参加したきっかけって何でしたか？—

ゼロエックスカフェ（桜山）で私の所属する（カナディアン3-D ボックス）教室の作品展を開催していた時のことです。会期中に体験教室をしていた時に、ちょうどまちプロの方にお会いしたのが初めての出会いでした。その時にNLPの一日体験セミナーをどうですか、と声をかけられたのが一番初めのきっかけでした。それから、NLPのイベントの後に、ハロウィンの3-D ボックス体験教室をまちプロ主催で開いていただきました。

—そうでしたね。ではNLPに参加してみようと思ったきっかけは何かありますか？—

NLPにちょうど参加しようと思った時なのですが、気持ちがモヤモヤして晴れない、更年期障害状態なかなと思うような状態で、一回そういったものを受けてみたら面白いのかなと思ったのがきっかけです。

—内容に興味があったということでしょうかね。例えばこれは多分椎葉か私が誘っていると思うのですが、その時はそれほど付き合いがなかったじゃないですか。それでも行こうと思ったのはどうしてですか？—

初めて喫茶店で会ったときにメールアドレスとかを交換したじゃないですか。でもその時はメールが来ると思わなかったのです。それが普通と思っていたのですけど。それがメールが来てびっくりしたんです。

その時に皆さんがお話されたことを思い出したのですが、第一に自分の仕事があって、次に私生活があって、まちプロというのは第三の居場所だという話をしていたと思います。そうやって人というのはいろんな居場所というものがある、仕事でもない私生活でもない、もう一つの違う所で関われるというその場所を用意しておくということが、すごく自分たちにとっては意味のあることなんだと言っていたと思うんですね。その言葉にすごく共感を覚えたんです。例えば主婦の私とかですと、自分自身の顔がないんですね。〇〇ちゃんのお母さとか、〇〇さんの〇〇とかというそういう場所しかないんです。ですからそうではなく宮嶋菜穂子さんと呼場所というものがあるということを想像したときに、すごくいいなと思ったんです。

自分が若い時は、そういうことを考えたことはありませんでした。会社と私生活を明確に分けていたわけでもないし、意識もしていたわけではありませんでした。ほかの場所というものを考えたこともありませんでした。

まちプロの皆さんとお話をしたときに、単純に若い方たちのエネルギーというかはつらつとした姿を見ていて気持ちがよかったです。

—その時もそうですけど、今もすごく考えていますね。そういう場であると改めて言われてみると。それでそういう話をしている「メールがきたよ」みたいな感じだったんですね。—

若い子たちがすごくがんばっているな、面白いことをしているんだなと感心していたところメールがきて。どんな順番だったのか忘れてしまいましたが、ちょうど竹のイベントをしていた頃でしたか、その前後にNLPの宣伝をしてもらったんです。どうして行こうと

思ったのか、タイトルも忘れてしまいました。ちょっと受けてみようかな、面白そうだなと思ってイベント（NLP）に参加させていただきました。

—メールアドレス交換しようと言うのも凄いですよね。なかなかしないですよね。現場であれからです。—

その時その時で、これって自分に必要で出会った縁なのかなと思ったりするんです。中には通り過ぎていってしまうことあれば心に引っかかる時もあり、それがまた違うシチュエーションだったら違ってくる場合もあると思うんです。自分が求めている事柄と時期がちょうどぴたりと合って新たな良い縁が生まれたりするんだと。ですから、いろんな人と出会ってみるとすごくいいことなんじゃないかなと思うんです。

—そうですね、あのときに声をかけてもらわなかったら、今はないわけですよね。そういう流れでたまたま内容が NLP だったというのもあって参加していただいたんですね。宮嶋さんには何回もイベントに来てもらっていますけれどもリピートしていただいている理由は何ですか？ どうしてもう一回行こうと思ったのでしょうか？—

提示されている内容とかが面白いとか興味のあることだったりとか。

—といってもいろんなジャンルで幅広く参加されていますよね。—

プリザーブドフラワーは単純に作ってみたいなと思っていたんですが、たまたまそのきっかけがあったからという感じですね。

—後は宮嶋さんには 3D アートのイベントやってもらっていますよね。あとトークイベントとかも来てくださっていますよね。—

トークイベントですが、中には私の現在置かれた状況においてはあまり参加しなくても良いかなと思うような内容のものもありますし、逆に知っておいて良かったなと思うものもあります。

—トークイベントはぼやっとやっている感じなので、そういう感じかもしれませんね。イベントとかでこの時間が参加しやすいとか、こういう曜日が参加しやすいとかありますか。—

私個人としては、昼間のほうが参加しやすいです。あとは内容によっては夜でもいいです。

—お子さんが小さいから早く帰らなくてはいけないとかいう事は無いんですよね。そしたら夜とかでも内容によっては有りかなと言う感じですかね。イベントの時間…長さってどれぐらいどれぐらいがいいかなって思いますか。—

2 時間位でしょうか。それ以上だと疲れてしまうかもしれません。

—そうですね。内容にもよるでしょうが、作り込む系だともうちょっとかかったりしますよね。例えばそれが 1 時間になった場合はどう思われますか。今は 2 時間位が多いですが、1 時間の方が行きやすいなと感じますか？ また 2 時間はちょっと長いと感じることってありますか。—

1 時間だと短いかなと思いますが、そのために敢えて行くのもったいないかなみたいな感じもするかもしれませんね。

—例えば1時間でいってどっか寄るとかいうことも考えられますか？—

そうですね。3時間とか4時間とかになると、その後に予定は入れられないかなと思います。

—2時間だと、行ってその後予定を入れてもいいかなと感ずるということでしょうかね。—

1時間半とか1時間だとちょっと短いと思います。1回1時間というものに行ったことがあるんですが、ちょっとさわりだけ聞いて、「もう終わり？」という感じになりました。内容はママさんのための動物占いみだったんですが、もっと詳しく知りたい場合は次の講座をどうぞ、といった導入みたいな感じで終わってしまいました。1時間で2,000円くらいだったと思います。

—1時間ではちょっと物足りないかなといった感じだったんでしょうかね。—

こちらからの質問があまりできず、聞くだけで終わってしまうのではないのでしょうか。

—一方的に話をして終わり！みたいな感じになってしまうかもしれませんね。—

1時間として、例えばシリーズもので企画をするとすると、毎週とか月2回とかになってしまいますよね。そうすると都合が付きにくくなったり、一回飛ばしてしまう、というようなことがおきてしまったりすると思うんです。そうするとやはり1時間とかでシリーズで連続にしていると細切れになってしまい、参加できなくなってしまう人が出てくるように思います。1時間半か2時間位がちょうどいいのではないかなと思いますが。

—いちいち交通費をかけなくていけない場合もありますものね。行く時間とか考えたら。—

1時間の予定でも午前中が全部潰れちゃうからなんかもったいない感じがしてしまいます。

—例えば松島さんのところでイベントをした後とかなんです、午前中2時間イベントをした後はどういう行動されているんですか。—

そのまま帰宅してしまいます。

—そのあと松島さんのところで何か買ったりとかランチしたりとかしますか？—

あったりなかったり色々ですね。でも松島さんではちょうどいいからコーヒー豆を買っていこうとかはありますよね。

—例えばこの日だけ使えるクーポンがあるとか、近くのところでランチクーポンがあるよとかだったらどうされますか？—

行くと思います。

—そういうのもやってみたいと思っています。ちゃその近くでも経済効果が起きるという方がいいなと。豆を買うというのもいいと思いますし。近くとかで寄ってランチまでして午後から予定があるので帰ろうか、というようなものを考えているんですけどね。—

松島さんのコーヒーで例えば増量とかどうでしょうか。値引きというよりは増量の方がいいかなと思います。その券で増量します！みたいな。

—ランチクーポンみたいのもそこにつけたらいいでしょうかね。近くのところであつたらいいかなあみたい。せつかく来たからその後もいいお店があつたら行きたいなというよ

うに思いますか？—

—そういうもの（クーポン）がないと声もかけにくいですよ。

—確かにそういうものがあると「みんなで行こう」みたいな感じになりますよね。—

—トークイベントとかがあると、そういったところで話の続きができるかもしれないし、新しいつながりもできますよね。そこの地域の経済効果があるかもしれない。

—そういうきっかけにはなりますよね。それも検討したいなと思っています。—

クーポンていうのはどんなイメージですか？

—全然中身までのイメージをしていないですね。それこそ松島さんの隣のラーメン屋さんにもらうのか何も考えてないんですけども。そういう感じで広告とかも一緒にできたら面白いなと思っているんですけど。いいアイデアありませんか？増量はいいですよ。売上げが減るわけじゃないです。お店で言うと値引きじゃなくて例えばデザートつけますよ、とか。付加価値をつけるとかいいですよ。—

—私がよくやっているのは、他の先生たちの兼ね合いもあってレッスン代とかを値引きすることができないので、時間を延長とかそういう形でサービスをしたりすることがあります。

—NLP は、時間延長系とかいいですよ。NLP 受けたら1回カウンセリングがいくらのところがいくらになるとか、もしくは時間が延長できるとかそういうのはいいですね。プラスするっていいですね。プラスするクーポン。—

もともとそれだけのお金を出すという感覚でいるわけですから。

—告知をするときなんですけど、基本的には Facebook しかやっていないんですけども、どうですか。例えば今現状として地域の人を巻き込むという事なんですけど、宮嶋さんはお近くですけども、結構遠くから来てる人も多いじゃないですか。地域のイベントとか探したりされますか。—

あまりしないんですけども。

—あまりしないですよ。私もしないんですけど。—

検索自体あまりしていませんね。

—例えば新しいイベントに行こうと思った時に何で探しますか。行こうと思う時とかってありますか？—

今のところあまりないですよ。

—よく行くカフェにイベントの情報が置いてあるとか、そういうのはちょくちょく「見るんですけども。行くかと言われたら行くかどうかわかりませんがね。そういうものだったらみますけれどもね。—

—前にゼロエックスカフェさんで置いてもらったんですけど、結局それできた人は私の場合はいませんでした。お店の方が直接 Facebook に出して呼びかけを積極的にしてくれたので集まったんです。ほとんどの場合口コミですね。チラシだけというのでは効果はあまり期待はできませんでした。実際にレッスンをしているところ見て体験してみたいと言ってくれるかなあと思っていましたが、意外とそれもありませんでした。

—ちょっと話しかけづらいと言うのもありますよね。—

どうですかと声をかけてチラシ等を渡したんですが、それでも「わかりました」でおしまい。逆に朋子さんなんかはよくやられているから。朋子さんに聞いたほうがいいかなと思うんですが。集客が問題ですね。でも昔やっていた南生協病院で開催された『旅ごはん』なんですが、そのイベントで一緒になった人が Facebook 検索してきたときいてびっくりし0たまし。秋葉神社でやっているヨガも、来た人が検索で「桜山、ヨガ、1,000 円」で出たので来ましたという人がいました。検索してくる人がいるんだと、ちょっとびっくりしました。

—そんなことがあるんですね。調べると普通に検索して Facebook が上がってきますよね。—

水谷先生が言っていたんですが、Facebook でまずひっかかかかってくると。そうおっしゃっていましたが意外とアメブロもよく引っかかるんですね。

—確かにまちプロデュースで検索するとアメブロが先かもしれませんね。少なくとも 2 番目に起きてると思います。ものによっては Facebook ブックの方が先のものもありますね。だから両方で入れておくと結構いいのかなあと思ったりしたりしています。最近おろそかにしています。4 月位から更新していません。基本的には SMS と言うことですね。—

でも SMS でどれだけくるんでしょうね。まちプロ、飛び込みできた人いる？

—先日きた人は〇〇さんとフェイスブックでつながっていた人とかとかで、まったくのゼロのつながりではなかったのですが。ワイン会は飛び込みで来るんですけれども。とびこみというか、こくち一ずと言うところ～イベント情報を無料で作れて～というところなんですけど意外とそこからきます。多分ネタによると言う感じだと思うんですけどもワイン会はこくち一ずから 3 人ぐらい来たことがあります。それが大半になるかというとならないです。Facebook で知り合いで、興味ある人、みたいな感じで来る人がやっぱり多いですよ。でもこくち一ずは多分やられたほうが良いと思います。すぐできるので。結構セミナーみたいのが多いですけどね。宮嶋さんをご主人連れてきてくださったりとかしています。お知り合いの方とかはあまりいらっしやらないですかね。ご主人さんとか娘さんを連れてきてくださってますよね。連れて行こうと思うことって、何か理由があるんですか。—

娘の場合は、まともな大人の姿を見せたいというか、ある程度地についたことを考えている人達の姿を見せてあげたほうが、くどくど説教とか話をするよりもいいのかなという願いのもとに連れてきているというのが一番の理由です。いろんな人を見て欲しいとか。いろんな生き方があって、楽に楽しくじゃなく、楽でもいいんですが、ある程度みんななんだかんだ言っている「これをしたい、あれをしたい」というはっきりとしたものを皆さん持っていますよね、いろんな事をしているんな人がいるんだよということを見て欲しかったかなと思って。

主人の場合ですが、男の人は一般的に会社と家庭がすべてになっていると思うんです。女の人は割と第 3 の道を自分で率先して見つけてくれると思うのですが。男の人はそうではないことが多いですよ。仕事を辞めたらもう家に 100 パーセントしがみついて、下手

すると奥さんにしがみつき、大変だと思っんです。仕事 8、家庭 2 くらい感じじゃないですか。その 8 の仕事がなくなったときにどうするのかな、と。ちゃんとするなりにやると思いますが、全部こっちに寄り掛かれてもともしんどいと思っんです。男の人は往々に付き合いが好きではありませんおね。うちの主人は外では人当たりが良いけれども、基本的には人づきあいが苦手なので。

— いたらいたで、それなりに楽しめるんすよね。きっと。 —

多分バーベキュー行くとかスキーに行くとか何かに行くというイベントでしたらいいのかもしれませんが、誰かと喋るのは凄く気を使う人だから疲れるしめんどくさいんだと思っんですね。自己啓発も自分もやっているから今更必要ないよみたいなそういうプライドもありますし。あの場（まちプロ）に連れてくるのもなあとは最近思っます。

ただ、男の人もうああいう（まちプロ）場があるといいんじゃないかなと私は思っんです。まちプロに限らず、どの場でもいいのですが、シニア世代の場が。

— 大事かもしれないすねこれから。 —

昔は割と早い歳で亡くなってしまうのでそういうことを考えなくてもよかったんすよね。今は会社によっては早期退職と言ってくるところがありますよね。60 とか 65 なんてまだまだ元気が余っている時期すよね。

— 現実 70 まで働くて難しいすよね。女性は確かに自分から見つけていたりとかしていくと思っますけれども。たぶん今までそういう場がなかったんでしょね。ずっと会社で、という風で。女性は家庭とかコミュニティを作ってきて、そのあともつながりができて。男性は作ってこなかったんでしょね。 —

（後日談）

フルに仕事に出ている女性に比べて、主婦中心+パートという生活をしている私のような環境にある者は、非常に狭い世界の中で生きているのだと痛感しています。

他県より移り住んできた自分には子供を通して知り合った友人しかおらず、ずっと〇〇ちゃんママ、〇〇さんの奥さん、と呼ばれ、自分自身のアイデンティティとは、と思ったこともたびたびです。

主婦は楽だといわれますが、時に割に合わないなと思っんです。やって当たり前、気晴らしをしたいというと贅沢と言われます。子供の教育（学習から素行まで）については母親の責任だといわれ、子供が年ごろになると親離れ・子離れができていない、親子カプセルだと非難されます。

でも、そんなものかなあとずっと暮らしてきたある日、成長していく子供の変化に自分自身がついていけなくなり、生きていくのがともしんどく感じて、このままではいけない、自分の何かを見つけなくてはとものがいておりました。

そんなときにちょうどまちプロの皆さんと出会い「第 3 の居場所」という言葉にとっても感銘を受けたのです。少々神がかり的ですが、偶然のなかの必然的な出会いだっただと感じています。

女性でも男性でも、若者でも年寄りでも、主婦でもキャリアウーマンでも。どんな人にとってもこの第3の居場所って大切なんじゃないか、そんな風に思います。そうやって皆が生き生きと楽しく幸せに暮らしていけたら素晴らしいですね。





---

---

# 平成 26 年度 市民研究報告書

地域イベント開催による地域活性化への効果

---

発行 平成27年3月  
公益財団法人 名古屋まちづくり公社  
名古屋都市センター  
〒460-0023 名古屋市中区金山町一丁目1番1号  
TEL 052-678-2200  
FAX 052-678-2211

印刷 株式会社 荒川印刷

---

---

この印刷物は再生紙を使用しています。