慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例集
Sub Title	A collection of fun mechanism to promote community participation of residents
Author	稲葉, 理一郎(Inaba, Riichirō) 前野, 隆司(Maeno, Takashi)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・ マネジメント研究科
Publication year	2019
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2019年度システムデザイン・ マネジメント学 第360号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002019-0019

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文　　2019 年度

住民の地域参加を促進する
楽しい仕掛け事例集

稲葉 理一郎
（学籍番号：８１８３３０８６）

指導教員　前野 隆司

2020 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン･マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

論　　文　　要　　旨

学籍番号	８１８３３０８６	氏　名	稲葉　理一郎

論 文 題 目：

住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例集

（内容の要旨）

本研究は、住民の地域参加を促進させるために「楽しさ」を活用した仕掛けの事例集を開発し、分析過程においてインサイトを見出し、応用可能性を検討・検証する。世間に事例集は数多ある中で、一定条件に基づき事例を収集し、地域性に依拠しないインサイトを見出し、応用可能性を見出すことが本研究の意義である。「楽しさ」「参加意欲」「社会的意義」「地域への愛着」の各評価軸に着目して国内外の先行事例を収集し、事例の分析過程においてインサイトを見出し、今後の事例創出に向けた応用可能性についても述べることとする。

日本において、住民のまちづくりへの参加が進まないということが課題となっている中で、社会的に孤立層を増やさず、また心がつながり助け合える社会を構築するためには、地域参加が進んでいない中間層にアプローチをすることが重要である。

先行研究では、「街に関心を持つきっかけを作ること」「参加を促進させる方法論を確立すること」が重要であるとされ、その中で「楽しさ」という要素が様々な活動の参加意欲や関心を高める効果があるとして注目されている。

そこで、本研究では、地域に関心を持つきっかけとして「楽しさ」を用いて取組への参加を促進しているような事例を収集し、事例集を作成した。また、「楽しさ」がどのような要素から成り立っているかについてアンケート調査により明らかにし、それらを用いた事例評価を慶應 SDM、神奈川県庁、前橋市において実施し一般法則を見出した。

事例評価の結果、「楽しい」「参加したい」「社会的意義」「地域への愛着」の 4 要素はいずれも相関があることがわかった。社会的意義のあることに楽しく参加してもらうためには、「エコ(環境保全)に関する仕掛け」に「自分が主体的に参加できる」「誰かと一緒に参加できる」「予想外である」といった楽しさを生み出す要素を組み合わせて仕掛けを創出することが有効である。地域への愛着を生むためには、「地域性のある仕掛け」「感性に訴えかける仕掛け」の複数の要素に「自分が主体的に参加できる」「誰かと一緒に参加できる」「予想外である」といった楽しさを生み出す要素を組み合わせて仕掛けを創出することが有効である。

以上のインサイトを活用し、本論文執筆者が勤務する川崎市において有効と考えられる応用例の検討・検証を行い、本研究の応用可能性を示した。

キーワード（5 語）

地域コミュニティ、住民の地域参加、楽しさ、仕掛学、地域への愛着

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	81833086	Name	Riichiro Inaba

Title

A Collection of Fun Mechanism to Promote Community Participation of Residents

Abstract

The purpose of this research is to propose a collection of examples of mechanisms that promote interest in the city and promote community participation by utilizing "fun". To this end, I collect precedent cases from Japan and the rest of the world, clarify the relevance of each case through case evaluation, and obtain insights in the analysis process to find applicability to create such cases in various places.

Japan has various regional and social issues, but the lack of citizens' participation in community development will have a particularly serious impact in the future. In this situation, it is important to approach the middle class where community participation is not advanced. This is because we need to build a society which the socially isolated layer does not increase and the socially connected layer does increase.

In previous research, it was important to create opportunities for interest in the city and to establish a methodology to promote participation. Among them, the element of "fun" was the willingness to participate in various activities. That has been paid attention to the effect of raising interest.

Therefore, in this study, I collected cases that encouraged participation in the activities using "fun" as a trigger for interest in the area, and created a "case collection". I also conducted the questionnaire survey to clarify the elements that make up "fun" and conducted case evaluations using them in Keio SDM, Kanagawa Prefectural Office and Maebashi City.

As a result of the case evaluation, it was found that all four factors, "fun", "want to participate", "social significance", and "attachment in the community" are correlated. It was also found that in order to create good practice for social participation, "eco-related initiatives" is effective. Besides, "initiatives that appeal to personal sensitivity", such as art, culture, history, and narrative, was found to be effective to local attachment.

Utilizing the above relationships and insights, I tried to create new example of Kawasaki City where the author of this paper works. As a result of verification and validation, I showed the possibility of future development of this research.

Key Word(5 words)

local community, public participation of residents, amusement, shikakeology, local attachment

目次

第１章　はじめに 1
1.1　背景 1
1.2　先行研究 5
1.2.1　住民の地域参加について 5
1.2.2　楽しさ要因について 7
1.2.2.1　遊び 7
1.2.2.2　面白さ 9
1.2.2.3　楽しさ 9
1.2.3　行動トリガについて 12
1.2.3.1　ナッジ 12
1.2.3.2　仕掛学 13
1.3　先行研究の未踏領域 14
1.4　住民の地域参加を促進する先進的な仕掛け事例 14
1.5　本研究の目的 15
1.6　本論文の構成 16
第２章　事例集の開発 18
2.1　言葉の定義 18
2.2　楽しさ要因の調査・分析 20
2.2.1　目的 20
2.2.2　調査対象 21
2.2.3　調査方法 21
2.2.4　楽しさ要因の調査・分析結果 23
2.3　事例の収集 25
2.3.1　目的 25
2.3.2　対象と基準 25
2.3.3　方法 26
2.3.4　具体的な事例 26
2.4　事例集の作成 30
2.4.1　目的 30
2.4.2　方法 30
2.4.3　作成した事例集 30
2.5　事例評価シートの作成 33
2.5.1　目的 33
2.5.2　形式 33
2.5.3　内容 33

2.5.4　作成した事例評価シート 35
第 3 章　事例集の評価 37
3.1　事例集の評価内容 37
3.1.1　慶應 SDM における評価内容 37
3.1.1.1　概要 37
3.1.1.2　対象 38
3.1.1.3　方法 38
3.1.1.4　結果 39
3.1.2　神奈川県庁における評価内容 46
3.1.2.1　概要 46
3.1.2.2　対象 46
3.1.2.3　方法 46
3.1.2.4　結果 47
3.1.3　前橋市における評価内容 50
3.1.3.1　概要 50
3.1.3.2　対象 51
3.1.3.3　方法 51
3.1.3.4　結果 51
3.2　事例集の評価結果の分析 55
3.2.1　慶應 SDM における評価結果の分析 55
3.2.1.1　相関分析 56
3.2.1.2　2 軸図 57
3.2.1.3　標準偏差と平均 62
3.2.2　神奈川県庁における評価結果の分析 64
3.2.2.1　相関分析 64
3.2.2.2　2 軸図 66
3.2.2.3　標準偏差と平均 69
3.2.3　前橋市における評価結果の分析 72
3.2.3.1　相関分析 72
3.2.3.2　2 軸図 73
3.2.3.3　標準偏差と平均 77
3.2.4　評価結果の分析のまとめ 79
3.3　事例集の評価結果の考察 80
第 4 章　事例集の妥当性確認 87
4.1　妥当性確認の内容 87
4.1.1　慶應 SDM における妥当性確認の内容 87
4.1.1.1　概要 87
4.1.1.2　対象 88

4.1.1.3　方法 88
4.1.1.4　結果 90
4.1.2　神奈川県庁における妥当性確認の内容 92
4.1.2.1　概要 92
4.1.2.2　対象 93
4.1.2.3　方法 93
4.1.2.4　結果 95
4.1.3　前橋市における妥当性確認の内容 96
4.1.3.1　概要 96
4.1.3.2　対象 96
4.1.3.3　方法 96
4.1.3.4　結果 98
4.2　妥当性確認のまとめと考察 99

第 5 章　事例集の応用可能性 101
5.1　ポテンシャル欄付加の可能性検討 101
5.2　応用例の可能性検討 102
5.3　ポテンシャル欄および応用例の検証・妥当性確認 104

第 6 章　おわりに 112
6.1　結論 112
6.2　今後の展望と期待 113

謝辞
参考文献
付録
・事例集（ver.2）
・「楽しさ要因」アンケート調査　素データ
・慶應 SDM　事例評価　集計データ
・神奈川県庁　事例評価　集計データ
・前橋市　事例評価　集計データ
・慶應 SDM　ワークショップにおける創出アイデア
・神奈川県庁　ワークショップにおける創出アイデア
・事例収集用参考資料

図目次

図 1-1　地域参加に関する現状 2
図 1-2　地域参加の必要性 3
図 1-3　自助共助公助のバランス 3
図 1-4　中間層の地域参加の必要性 4
図 1-5　楽しさに注目する理由 6
図 1-6　エンタテインメント性を構成する要因モデル 11
図 1-7　事例① 15
図 1-8　事例② 15
図 1-9　本研究の位置づけ 16
図 1-10　本論文の構成 17
図 2-1　タイトルが表す意味 20
図 2-2　作成した「住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例集」 32
図 3-1　SDM 評価データの２軸図（楽しさ×参加） 58
図 3-2　SDM 評価データの２軸図（楽しさ×社会的意義） 59
図 3-3　SDM 評価データの２軸図（楽しさ×地域への愛着） 60
図 3-4　SDM 評価データの２軸図（参加×社会的意義） 60
図 3-5　SDM 評価データの２軸図（参加×地域への愛着） 61
図 3-6　SDM 評価データの２軸図（社会的意義×地域への愛着） 61
図 3-7　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（楽しさ） 62
図 3-8　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（参加） 63
図 3-9　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（社会的意義） 63
図 3-10　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（地域への愛着） 64
図 3-11　神奈川県庁評価データの２軸図（楽しさ×参加） 66
図 3-12　神奈川県庁評価データの２軸図（楽しさ×社会的意義） 67
図 3-13　神奈川県庁評価データの２軸図（楽しさ×地域への愛着） 67
図 3-14　神奈川県庁評価データの２軸図（参加×社会的意義） 68
図 3-15　神奈川県庁評価データの２軸図（参加×地域への愛着） 68
図 3-16　神奈川県庁評価データの２軸図（社会的意義×地域への愛着） 69
図 3-17　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（楽しさ） 70
図 3-18　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（参加） 70
図 3-19　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（社会的意義） 71
図 3-20　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（地域への愛着） 71
図 3-21　前橋市評価データの２軸図（楽しさ×参加） 74
図 3-22　前橋市評価データの２軸図（楽しさ×社会的意義） 74
図 3-23　前橋市評価データの２軸図（楽しさ×地域への愛着） 75
図 3-24　前橋市評価データの２軸図（参加×社会的意義） 75
図 3-25　前橋市評価データの２軸図（参加×地域への愛着） 76
図 3-26　前橋市評価データの２軸図（社会的意義×地域への愛着） 76
図 3-27　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（楽しさ） 77
図 3-28　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（参加） 78
図 3-29　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（社会的意義） 78
図 3-30　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（地域への愛着） 79
図 3-31　インサイト① 81
図 3-32　インサイト② 82
図 3-33　インサイト③ 83
図 3-34　インサイト④ 84
図 3-35　インサイト⑤ 85
図 3-36　インサイト⑥ 86

図 5-1　ポテンシャル欄 102
図 5-2　川崎市における応用例 103

表目次

表 1-1　16 個の欲求 10
表 2-1　楽しさ要因 22
表 2-2　楽しさ要因予備調査シート 23
表 2-3　楽しさ要因予備調査結果ランキング 24
表 2-4　事例リスト：89 事例 27
表 2-5　事例リスト：選定した 30 事例 29
表 2-6　事例評価シート 36
表 3-1　SDM 評価集計表（この取組を「楽しい」「面白い」と思うか） 40
表 3-2　SDM 評価集計表（この取組に参加してみたいと思うか） 41
表 3-3　SDM 評価集計表（この取組を社会的意義が高いと思うか） 42
表 3-4　SDM 評価集計表（地域への愛着が強くなると思うか） 43
表 3-5　SDM 評価集計表（トータル） 44
表 3-6　SDM 評価集計表（楽しい・面白いと思う理由） 45
表 3-7　神奈川県庁評価集計表（この取組を「楽しい」「面白い」と思うか） 47
表 3-8　神奈川県庁評価集計表（この取組に参加してみたいと思うか） 48
表 3-9　神奈川県庁評価集計表（この取組を社会的意義が高いと思うか） 48
表 3-10　神奈川県庁評価集計表（地域への愛着が強くなると思うか） 49
表 3-11　神奈川県庁評価集計表（トータル） 49
表 3-12　神奈川県庁評価集計表（楽しい・面白いと思う理由） 50
表 3-13　前橋市評価集計表（この取組を「楽しい」「面白い」と思うか） 52
表 3-14　前橋市評価集計表（この取組に参加してみたいと思うか） 52
表 3-15　前橋市評価集計表（この取組を社会的意義が高いと思うか） 53
表 3-16　前橋市評価集計表（地域への愛着が強くなると思うか） 53
表 3-17　前橋市評価集計表（トータル） 54
表 3-18　前橋市評価集計表（楽しい・面白いと思う理由） 55
表 3-19　SDM 評価データの相関係数（４指標） 56
表 3-20　SDM 評価データの相関係数（楽しさ要因） 57
表 3-21　神奈川県庁評価データの相関係数（４指標） 65
表 3-22　神奈川県庁評価データの相関係数（楽しさ要因） 65
表 3-23　前橋市評価データの相関係数（４指標） 72
表 3-24　前橋市評価データの相関係数（楽しさ要因） 73
表 4-1　SDM アンケート表 89
表 4-2　SDM アンケート結果-1 90
表 4-3　SDM アンケート結果-2 91
表 4-4　神奈川県庁アンケート表 94
表 4-5　神奈川県庁アンケート結果 95
表 4-6　前橋市アンケート表 97
表 4-7　前橋市アンケート結果 98

第1章　　はじめに

地域・社会に存在する課題は、人口減少、少子化、高齢化をはじめ、地球温暖化、相対的貧困、差別やいじめ、地域における人間関係やコミュニティの希薄化など枚挙に暇がない。また、地方行政の現場では、住民参加のまちづくりがなかなか進まないという現状があり、住民の街に対する関心をいかに高めていくかについて、全国の地方自治体では日々苦悩しながら現場で試行錯誤を続けている。

本研究では、日本、世界の各地に存在する、街に関心を持ち地域参加を促進させる取組のうち特に「楽しさ」を活用した事例を収集し、分析・分類することにより、地域参加を促進したいと考える人たちにとって役立つ事例集を開発し、その過程でインサイトを得て、新たな事例創出への応用可能性を示すことを目的とする。

第 1 章では、1．1に背景、1．2に先行研究、1．3に先行研究の未踏領域、1．4に地域参加を促進する先進的な取組事例、1．5に本研究の目的、1．6に本論文の構成について述べる。

1.1 背景

地域・社会には様々な課題が存在する。地球温暖化やグローバル化に伴う経済の流動性向上、急激に進む都市化といった世界的な課題から、人口減少、少子化、高齢化、相対的貧困、差別やいじめなど日本が抱えている課題、さらには地域における人間関係やコミュニティの希薄化、過疎化や経済停滞など地域が直面している課題まで、枚挙に暇がない。

一方、地方行政の現場から見た地域社会という視点においては、高度経済成長からバブル崩壊を経た今もなお経済成長や利便性向上を第一目的とする再開発により、全体最適化がされずに人間中心設計がなされにくいハード先行の都市開発、少子化や高齢化を背景として相対的に高齢者が政治や民主主義の中心的な担い手となることにより新陳代謝を阻害するシルバー民主主義、さらには町内会・自治会など昭和時代に作られた地域コミュニティモデルを前提とすることによる地域社会の担い手の高齢化や不足など、深刻な課題が多数存在している。

その中でも特に問題と感じているのは、「住民が地域への参加意欲がない」という点である。国土交通省によれば、「居住者による様々な地域の活動は、地域社会を支える手段として今後重要度が増すと考えられるが、現状では『参加したい』と答える人は約 3 割と高くない。『自分のことだけで精一杯』、『時間に余裕がない』、『経済的な余裕がない』など、地域活動にまで手が回らない状況がうかがえる。」と指摘されている（図 1-1）。

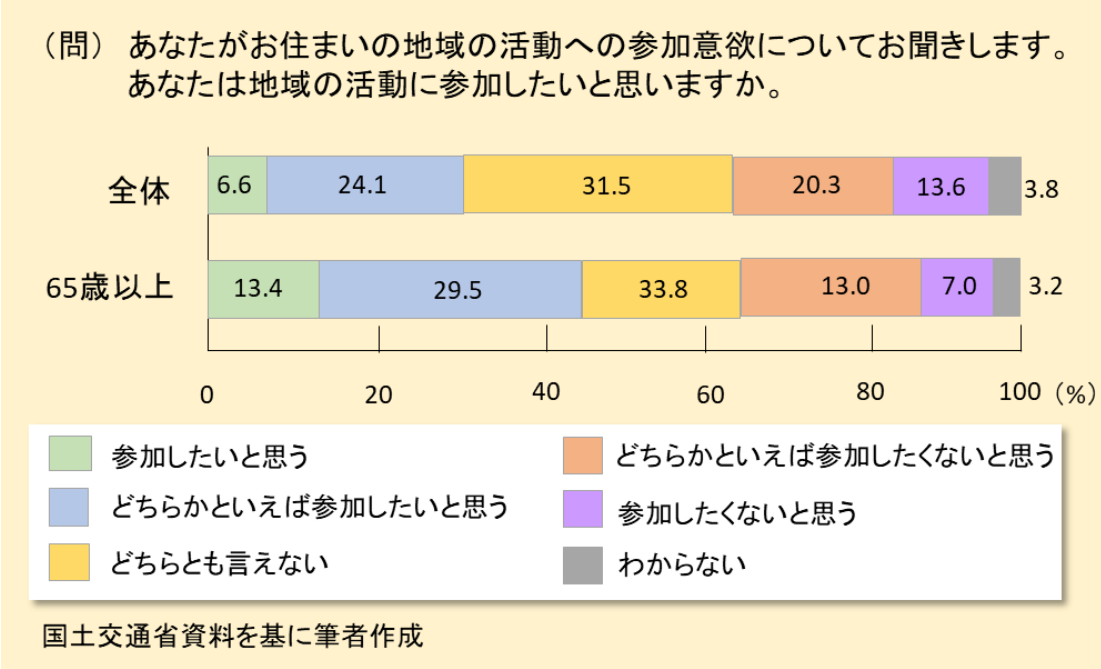


図 1-1　地域参加に関する現状

こうした点は国の委員会でも問題視されており、住民参加のまちづくりがなかなか進まないという課題として、「住民意識が不足している」「人的資源・参加者が固定化している」といったことが指摘されている（国土交通省社会資本整備審議会都市計画・歴史的風土分科会都市計画部会次世代参加型まちづくり方策小委員会）ものの、決定的に有効な対策が打てていない。

現代の日本は自助・共助・公助のバランスが公助に大きく頼っている、と言われている。今後、ライフスタイルの多様化と人口減少に伴い、配分可能な資源すなわち公助が減少していくことは避けられない。その中で地域参加が進まない場合、将来の日本は自助・共助・公助のバランス上、様々な生活を支える資源配分が欠落する状況となる恐れがある。配分可能な資源が減少するのに行政ニーズが増加し、行政は対応する限界を超える。そのしわ寄せは個人と地域に向かう。つまり、生活を支える資源は個人の発展と地域に依存することになるのである。そのため、個人の地域への意識を高め、地域参加を高めることが必要となる（図 1-2）。こうした取り組みにより公助が減少する分を自助と共助により埋めることが今後は求められるのである（図 1-3）。

ライフスタイルの多様化と人口減少

↓

配分可能な資源が減るのに行政ニーズが増加

↓

行政（公助）の対応に限界

↓

しわ寄せは個人（自助）と地域（共助）に

↓

個人の発展（自助）と地域力（共助）に依存

↓

個人の地域への意識を高め地域参加を進める

↓

ライフスタイルの多様化と人口減少に対応できる地域に

図 1-2　地域参加の必要性

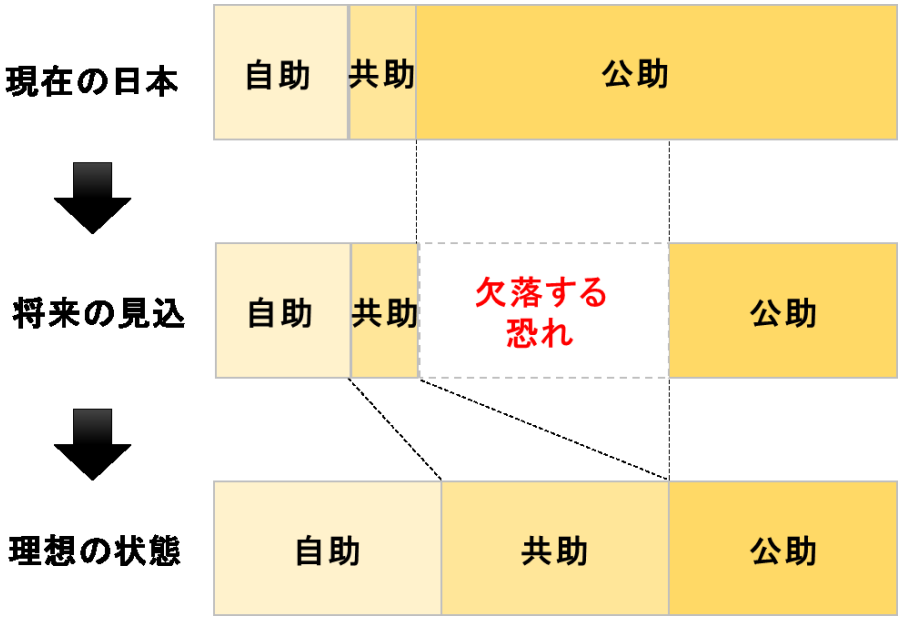


図 1-3　自助共助公助のバランス

一般住民の地域参加が必要な理由は他にもある。住民を「地域活動に積極的な住民」「地域活動を行わない多くの住民」「社会的に孤立した住民」の 3 つの層に分けた場合、「地域活動に積極的な住民」は既に意見が反映され地域とのつながりがある。また、「社会的に孤立した住民」は課題解決の必要性があるものの、既に社会課題として認知され行政が解決に取り組んでいる。一方で「地域活動を行わない多くの住民」は地域とのつながりがなくきっかけもない、さらには社会課題として認知もされていない状況にある。内閣府が 2012 年に「分厚い中間層」という表現を使ったように、この中間層が社会的に孤立した層に落ちず、上位の「地域活動に積極的な住民」となれば、心がつながり助け合える地域の構築につながると言える。その意味で、中間層の厚さが今後の地域社会にとって大きな鍵となる。（図 1-4）

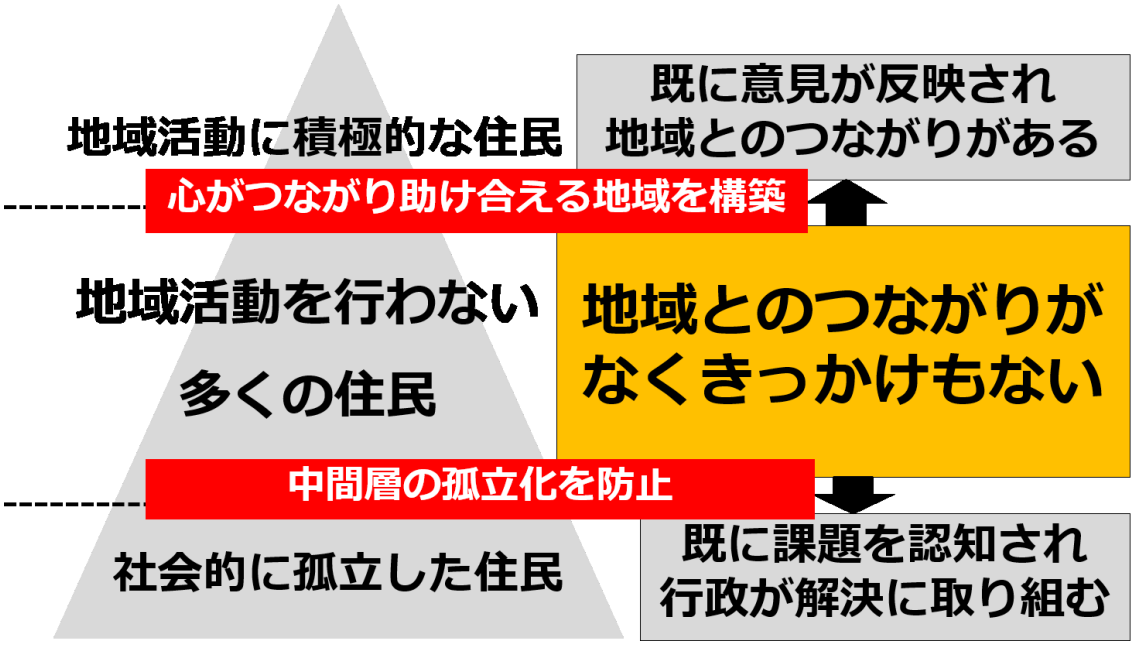


図 1-4　中間層の地域参加の必要性

こうした状況にありながら、全国の地方行政の現場では、いかにして住民の地域参加を促進するか、住民の街に対する関心を向上させるかについては有効な手段が明確にあるわけではないため、日々苦悩しながら試行錯誤を続けているのが現状である。

1.2 先行研究

いかにして住民の地域参加を促進するか、住民の街に対する関心を向上させるかについて、解決策のヒントとなりうる代表的な先行研究について以下に示す。

1.2.1　住民の地域参加について

「住民の地域参加」という観点から、これまでの先行研究を調べると、その必要性については「2つの対極的なとらえ方がある」と松宮朝（2014）は指摘している。1つは、縮小社会化への対応によっては、市民セクターの拡大やコミュニティ形成など地域社会の可能性をひらくというポジティブな展望があり、そこで鍵となるのが、「地域参加」が持つ可能性である。もう1つは、財政規模の縮小によって、事業縮小を地域住民の「自助」、「共助」によって代替する「強いられた地域参加」につながるというネガティブな評価となる、というものである。

一方、住民参加のまちづくりを推進するには、街に関心を持ち、愛着を感じるようなきっかけを作ることが大事である、という点が明らかになっていることが分かる。

例えば、住民参加のまちづくり推進に関する課題を裏付ける研究として、中村昌広(1989)は、「今日課題となっていることは、参加の方法論としての確立、一般市民が街に関心を持ち愛着を感じるようなきっかけを作ること、の2点である。」と指摘している。

また、倉原宗孝ら(1996)は、「子どもたちの体験活動による住民参加のまちづくり促進に関する考察」の中で、「住民参加のまちづくりの大前提となるのは、住民が如何に自らの住環境に対する関心を高めるかである」「住民の我がまちへの関心の高まりは、まちづくりの初動条件であるとともに、その経過の中で取り組まれる活動内容と相互に触発し合いながらまちづくりを進めるものである」としている。

このように、住民の地域参加を促すには、まず街に関心を持ち、愛着を感じるようなきっかけを作ることが大事である、ということがわかる。このとき、従来は社会的意義を訴えて参加を促すという方法を取ってきたが、住民からすれば「忙しい、きっかけがない、つまらない」といった理由から参加が進んでこなかった。その場合、例えば「地域活動には必ず月 1 回は参加する」といったルール（条例など）を作って参加を促すという方法も考えられる。しかし、それでは「強制されたくない」という感情が生まれ、参加が増えたとしても同時に不満も増えてしまう。また、「地域活動に 1 回参加するたびに税金の軽減措置が受けられる」など報酬を払って参加を促すということもできるが、それでは「お金がもらえるから参加しよう」という感情が生まれることとなり、地方自治の本末転倒となる。本来であれば、「参加したいから参加しよう」という感情を生む

ことが重要である。そこで、本研究では「楽しさ」に着目し、「楽しいから参加しよう」という感情を生むことにより参加が増えることを促すことが有効ではないかと考える。（図 1-5）

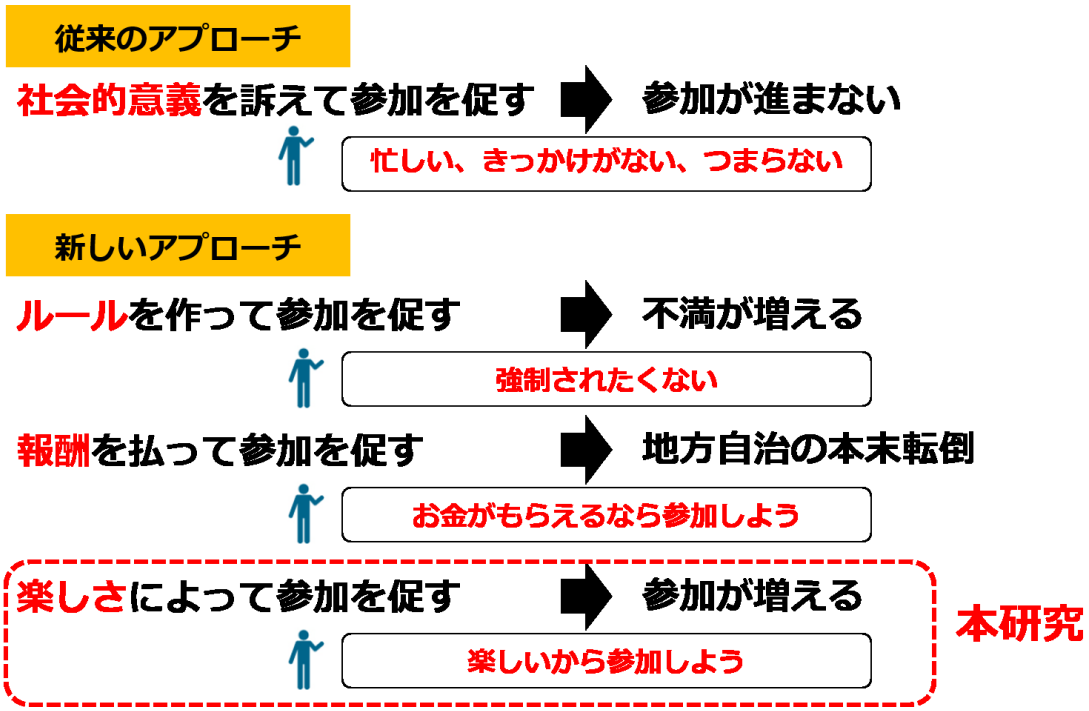


図 1-5　楽しさに注目する理由

実際に、住民の参加促進や街への関心というテーマにおける先行研究では、「楽しさ」に着目したいくつかの研究が行われている。

醍醐孝典ら(2016)は、「住民参加型まちづくりにおける担い手実感としての楽しさは、まちづくり活動の成功に積極的な影響を与えることが明らかとなった」とし、また「まちづくり活動を通じて楽しさが生み出される要因について、フロー理論をベースとした担い手の技能と挑戦のあり方が密接に関係することが示された」としている。また、倉原宗孝ら(1996)は、受動的な楽しさ経験から…能動的楽しさづくりの状況が生まれていった、としている。さらに、蔵治光一郎(2007)は、矢作川森の健康診断の実践を通した研究の中で「参加者の楽しみを追求することにより、これまで関心の薄かった流域圏市民を人工林の現場に誘う機会を提供するという点での意義は大きい」としている。

また、渡辺みどりら（2007）は、健康体操教室に長期参加し続けた地域高齢者を調査し、「参加者たちが、健康体操教室に参加してみて楽しいと感じた効果は、抑うつ気分を軽減し、活気を高めると推察され、その後の教室継続参加意欲に影響をもたらすと考えられる」と述べている。

学術論文では、地域課題の解決策を一般化する研究は進んでいないが、課題解決のプロセス上に、“楽しさ”を見出して提示していくことが、コミュニティデザインのカギになる（山崎, 2016）との指摘もあり、これは、肯定的気分の参加者はより長く課題に従事するといった楽しさがある種の行動や認知を促進することを示す研究（ Martin, L. L., Ward, D. W., Achee, J. W., & Wyer, R. S. , 1993）からも支持されるものといえる。

そして、引地博之ら（2005）は地域への愛着が住民の協力行動を促す効果を持つことに着目し、「地域への愛着は,地域への肯定的な印象から形成されることが分かった」と述べ、のちに「地域への愛着は、単なる居住年数の長さ以上に、地域での経験の質によって強く規定されることが示唆された」としている。

1.2.2 楽しさ要因について

住民の参加促進や街への関心向上に「楽しさ」が一定の効果を持つことが先行研究で示されている一方で、「楽しさ」と一口に言ってもその解釈は多様である。そこで、人間は様々な要素に「楽しさ」を見出す動物であることを踏まえ、「楽しさ」がどのような要因から生み出されているか、すなわち「楽しさの要因」に関する先行研究を調査した。先行研究では、「楽しさ」というキーワードでその要因を調査・分析しているものは希少であり、これまでの学術分野の研究では「遊び」に関する研究が進んでいることがわかる。さらに、近年ではゲーミフィケーションなどの分野が実務的に発展していることを受け、「面白さ」などに関する研究も一部存在している。以下にそれぞれの内容を述べよう。

1.2.2.1 遊び

「楽しさの要因」に関する先行研究として、以前から研究が進んでいる分野は「遊び」である。「遊び」の要素の研究は約 50 年前から進んでおり、小川純生や小原一馬が「遊び」に関する研究成果をまとめている。

小川によれば、歴史家であるヨハン・ホイジンガは、人間の本質を「遊戯」に見出し、「遊びの条件」として以下の項目を挙げている。

(1)一つの自由な行動である（自由）

(2)遊びは必要や欲望の直接的満足という過程の外ある（役に立たない＝無益）

(3)遊びは日常生活から、その場と持続時間とによって区別される（完結性と限定性）

(4)緊張の要素がある（不確実）

(5)固有の規則がある（規則）

同様に、文芸批評家、社会学者、哲学者のカイヨワは、遊びについて以下の6点の特徴を挙げている。

(1)自由な活動（強制されないこと）

(2)隔離された活動（明確な空間と時間の範囲内に制限されていること）

(3)未確定の活動（ゲーム展開や結果が決定されていないこと）

(4)非生産的活動（財産も富も、いかなる種類の新要素も作り出さないこと）

(5)規則のある活動（約束事に従う活動）

(6)虚構の活動（二次的な現実、または非現実であるという意識を伴っていること）

そのうえで、「遊び」については、次の 4 つの要素に分類している。

(1)アゴン（競争）：運動や格闘技、子供のかけっこ、ほか。

(2)アレア（偶然）：くじ（宝くじなど）、じゃんけん、サイコロ遊び、賭博（ルーレット・競馬など）、ほか。

(3)ミミクリ（模倣）：演劇、絵画、カラオケ、物真似、積み木、ごっこ遊び（ままごとなど）、ほか。

(4)イリンクス（めまい）：メリーゴーランド、ジェットコースター、ブランコ、スキー、ほか。

さらにカイヨワはこの四分類とは別の次元として、即興的で気晴らしの遊びのパイディアと、よりまじめで訓練を必要とするようなルドゥスという軸を加えた。

次に、エリスは「遊び」を「覚醒水準を最適状態に向けて高めようとする欲求によって動機づけられている行動である」と定義し、「情報・知識追求」と「能力・効力追求」という2つの視点を加えた。「情報・知識追求」は、覚醒を維持するために、情報と知識の刺激を追い求めることであり、「能力・効力追求」は、環境に対して自身の能力を証明し、効力感を生みだす、すなわち、自身がなしたことが環境に何らかの効果、効力を及ぼすこと、そしてその結果を見ることである。

また、チクセントミハイは、これまでの遊びの理論を発展させ、「フロー理論」を提唱した。これは、「一つの活動に深く没入しているので、他の何ものも問題とならなくなる状態、その経験それ自体が非常に楽しいので、純粋にそれをするということのために多くの時間や労力を費やすような状態」を「フロー」とするものである。彼は、個人の楽しさ、喜びの経験であるフロー状態の特徴として、以下の8つの点を挙げている。

(1) 達成できる見通しのある課題と取り組んでいる時に生じる

(2) 自分のしていることに集中できている

(3) 明確な目標がある

(4) 直接的なフィードバックがある

(5) 意識から日々の生活の気苦労や欲求不満を取り除く、深いけれども無理のない没入状態

(6) 自分の行為を統制している感覚をともなう
(7) 自己についての意識は消失するが、フローの後では自己感覚はより強く現れる
(8) 時間の経過の感覚が変わる

「遊び」と「楽しさ」は異なる概念であるが、その本質は類似している部分があることから、これらの要素を活用して、本研究に適切な「楽しさ」を見出していく。

1.2.2.2 面白さ

次に、「面白さ」というキーワードから先行研究を調べてみる。
前述の「遊び」をモデルにして、遊び以外も含めた一般の相互作用秩序を分析し、人がどのような相互作用秩序を作り上げ、またその秩序に捉えられるのかを説明したのがゴフマンである。ゴフマンは、「ある場で人々が感じる『面白さ』は、人々の捉え方次第で決まるような何者かではなく、あくまで、人々がもともと関心を抱いている重要な『外部に基盤をおく事柄』とし、その後のチクセントミハイにつながる理論を打ち出した。

岡野ら(1992)も、「面白さ」は、ある種の「思いもよらない」発想であり、「ミスマッチ」である、としている。

ホイジンガからチクセントミハイに至る遊びや面白さの研究を踏まえ、小川純生(2003)は「面白さの(成人の)5C」として、面白さの類型化を行っている。小川は、要素として「C」の頭文字で始まるキーワードを5つ挙げ、これら5つの「C」の組み合わせの仕方の違いが、「面白さ」の違い、遊びの種類の違いである説明している。

(1) Catch(Sense) 感知する面白さ:5感
(2) Create 創造する面白さ(秩序)←→破壊する面白さ(イリンクス)
(3) Control コントロールする面白さ:精神・肉体・道具・その他
(4) Communicate コミュニケーションする面白さ:人と人、人とモノ
(5) Comprehend ものごとを理解する、わかる面白さ(あっ、そうか!)

1.2.2.3 楽しさ

次に、「楽しさ」について見てみる。「楽しさ」については、近年では「ゲーミフィケーション」というキーワードが挙げられる。「ゲーミフィケーション」は「ゲームの要素を社会活動や活動を支援するシステムに取り入れることで意欲を高め, 持続させる手法」とされる。ゲームやゲーミフィケーションにおいては、前述の「遊び」の要素に加えて、人間の様々な動機付け、欲求を活用

した設計が行われている。例えば、Steven Reiss(2004)は、「人を動機付ける基本的な 16 個の欲求」を以下のとおり定義している。（表 1-1）

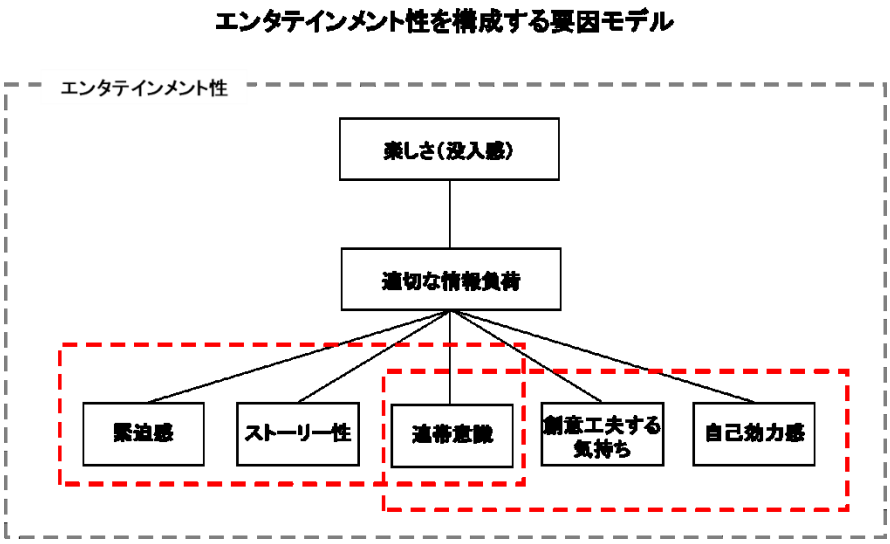
表 1-1　16 個の欲求

16個の欲求

名前	欲求の内容
Power	他者を支配したい
Independence	物事を人に頼らず自力でやりたい
Curiosity	知識を得たい
Acceptance	人に認められたい
Order	物事をきちんとしたい
Saving	物を集めたい
Honor	人としての誇りを求める
Idealism	社会正義を追求したい
Social Contact	人と触れ合いたい
Family	自分の子供を育てたい
Status	名声を得たい
Vengeance	競争や仕返しをしたい
Romance	セックスや美味しいものを求める
Eating	物を食べたい
Physical Activity	体を動かしたい
Tranquility	心穏やかでいたい

「Multifaceted Nature of Intrinsic Motivation: The Theory of 16 Basic Desires」（Steven Reiss, 2004）、「ゲーミフィケーションを構成する要素の違いと作業効率の評価」（一ノ瀬智浩ら, 2016）を参考に筆者作成

また、畑木紀男ら（2004）は、学びにおけるエンタテインメント性要素を構成する要因のモデル化し、楽しさ（没入感）を得るためには「適切な情報負荷」が必要であり、それらを得るためには「緊迫感」「ストーリー性」「連帯意識」「創意工夫する気持ち」「自己効力感」という5つの要素が有効としている（図 1-6）。



「学びにおけるエンタテインメント性要素を構成する要因のモデル化」(畑木紀男ら, 2004)を参考に筆者作成

図 1-6　エンタテインメント性を構成する要因モデル

矢嶋昌英ら(2011)は、地域在住高齢者における「楽しさ」の因子構造を以下のとおり明らかにしている。

第 1 因子:「認知- 課題」(探究・理解・知的創造性・熟達・課題創造性)

第 2 因子:「自己主張的社会関係」(個性・自己決定・優越)

第 3 因子:「情動」(平穏・幸福・身体的健康)

徳久悟ら(2007)は、エンタテイメントシステムにおいて創造、発見、遷移という3つのモデルをすべて有する場合、ユーザが最も楽しさを得ることを明らかにしている。

加藤浩(2007)は、学習をより楽しく、持続可能なものにするためのデザインの方法論を紹介する中で、は学習の動機づけの戦略や戦術を設計する方法の一つである ARCS 動機づけモデルについて述べている。これは、学習意欲の 4 側面である Attention(注意)、Relevance(関連性)、Confidence(自信)、Satisfaction(満足)の頭文字をとったものである。

Attention(注意) ： 面白そうだ、何かありそうだという気持ちにさせること

Relevance(関連性) ：学ぶことが自分にとって価値があり、やりがいがあると感じさせること

Confidence(自信) ： やればなんとかできるという成功への期待感をもたせること

Satisfaction(満足) ： やってよかったと思わせること

「遊び」「面白さ」「楽しさ」については、日本語と外国語のニュアンスが異なるうえに、一部同義として用いられるケースもあることから、本研究における定義についても第 2 章にて示すこととする。

1.2.3　行動トリガについて

「楽しさ」に限らず、何らかのトリガによって行動変容を促す取組についても、研究が進んでいる。

室岡健志（2018）によれば、「行動変容の理論は、健康・医療の分野における生活習慣改善から教育、犯罪心理、マーケティングにいたるまで様々な分野から注目され、体系化が進んでいる。行動変容のアプローチとして強制力の行使や教育、インセンティブの操作などが知られているが、すべての行動を法で強制することはできず、情報を見落としたりバイアスに左右されたり、人々は常に合理的であるとは限らないことから従来のアプローチの限界が指摘されてきた。そのため環境や状況を操作したり行動の文脈を変えたりすることでマインドを変えることなく結果として人々の行動を変える手法が近年探求されてきた。ナッジと仕掛けはこのアプローチに分類できる。」とされている。

ここでは、「ナッジ」「仕掛学」という2つの視点から、それぞれの内容を述べる。

1.2.3.1　ナッジ

ナッジとは、行動経済学者のリチャード・セイラーとキャス・サンスティーンが共同で提唱した言葉で、直訳すると「ひじで軽くつく」という意味であり、「選択の自由を禁じることも、経済的なインセンティブを大きく変えることもなく、人々の行動を予測可能な形で変える」仕組みを提供することであり、すなわち、強制することなく自発的に人々の行動を変容させるアプローチを指す。

板谷祥奈ら（2018）によれば、ナッジは、人間は「ホモ・エコノミクス」のように合理的ではない「ヒューマン」であるという前提に立ち、デフォルトを変更したり手続きを簡素化したりすることで、ヒューマンを無自覚のうちに「正しい」行動を選ぶように誘導する一方で、人によって望ましい選択肢が異なる状況で用いると反感を生む可能性がある、という。ナッジは社会的に合意された「正しい解」が存在するような政府による政策と相性がいいと考えられ、（オプト・イン方式からオプト・アウト方式への変更など）人々の行動変容自体を必要としないナッジは大きな効果をもたらしえる一方で、（節電要請のメッセージにより人々に節電行動を取らせるなど）人々の行動変容を目的とするナッジは効果が小さいことが多い、とされている。

実際のところ、ナッジの概念は、各国の政策立案に大きな影響を与え、2010 年以降、イギリス、アメリカ、オーストラリア、デンマーク、ドイツ、韓国、その他の国の公的私的組織などでナッジ・ユニットと呼ばれる政策形成機関が立ち上げられている。日本でも環境省が 2017 年に、二酸化炭素の排出削減を目的とした行動変容を促すため日本版ナッジ・ユニットを発足させたほか、横浜市や岡山県など地方自治体においてもナッジ・ユニットを発足させている。

室岡によれば、近年の経済学研究により、ナッジを用いることによる留意点および限界に対する知見が蓄積されてきており、ナッジの概念は近年ますます広まっている一方で、特に公共分野においては代替効果・均衡効果・長期効果をはじめとする留意点や限界も存在することから、「ナッジのみに頼りすぎることなく、消費者保護などの伝統的な規制もしくは税金・補助金などの伝統的な経済政策とナッジとの間の補完性を考慮し、より効果的な政策形成を進めることが望まれる。」としている。

1.2.3.2　仕掛学

「仕掛学」という言葉は松村真宏（2011）の造語であり、「仕掛け」により人の意識や行動を変える方法論を指している。日常の生活空間を対象とし、人の意識や行動をさりげなく変える「仕掛け」の体系的な理解とその応用を目指している。

「仕掛学」における「仕掛け」は、以下の 3 つの要件を満たすトリガとして定義づけられている。

(1) 具現化したトリガ（物理的トリガ、心理的トリガ）である
(2) 特定の行動を引き起こす
(3) 引き起こされた行動が課題を解決する

松村によれば、仕掛けが主問題（トップダウン的視点＝工学的装置で課題解決）ではなく双対問題（ボトムアップ的視点＝人の行動を変えることで課題解決）に着目していることも重要であり、従来のアプローチが主問題に対して主作用から解決策を考えるのに対して、仕掛学のアプローチでは双対問題に対して仕掛けの副作用性を利用して解決策を考えるということになる、という。

また、仕掛けを用いたアプローチでは、思わずそそられてしまうような「トリガ」によって、子供のような遊び心を持つ「ホモ・ルーデンス」がオルタナティブな（もう一つの）選択肢があることに気づき、自覚的に行動を変える。人々は自覚的に行動を変えるため、社会的に合意された「正しい解」が存在しないような問題でも反感を生むことなく、仕掛ける側の個人的な「望ましい解」へ誘引することができる。仕掛けは、行動の選択肢を意識していないホモ・ルーデンスがオルタナティブな選択肢に気づき、自覚的に行動を変えたくなるように「そそる」アプローチであると特徴づけることができる。すなわち、仕掛けは誰も不利益を被らない範囲で仕掛ける個人にとって「望ましい」方向へ誘導するものである、という。

さらに、山根承子（2013）は『ナッジする仕掛け』の中で、「ごみや資源の節約などの環境問題、交通問題、貯蓄率の低下や年金未払いなどの社会問題などに対して、リバタリアン・パターナリズムの考え方は有効」とし、「仕掛けという選択アーキテクチャは人々を望ましい方向にナッジすることができる」「仕掛けは単純で小さいものだが、人々がより良い暮らしを行う助けと

なることができる」としている。

1.3 先行研究の未踏領域

このように、住民の地域参加、楽しさ要因、行動トリガのそれぞれの側面から研究が進められている。
しかしながら、どのような楽しさ要因が住民の地域参加の行動トリガとなるのか、という観点から住民の地域参加と楽しさ要因、あるいは行動トリガを結び付けた研究は行われていない。住民の地域参加においても参加の方法論、つまり一般市民にどのような仕掛けが地域参加を促進することができるのか、どのような方法・取組・仕掛けで一般市民が街に関心を持ち愛着を感じるようなきっかけを作ることができるのか、という点については未踏の領域となっている。

1.4 住民の地域参加を促進する先進的な仕掛け事例

どのように住民の地域参加を促進することができるのか、どのような方法で一般市民が街に関心を持ち愛着を感じるようなきっかけを作ることができるのか、については従来の研究が行われていないという一方で、実際の社会においては、街に関心を持ち住民の地域参加を促進させる可能性を持ったイノベーティブな取組が各地で行われている実態がある。

例えば、愛媛県の松山空港では、蛇口をひねると水の代わりにポンジュースが出るというユニークな取組がある（図 1-7）。これは、ポンジュースの製造元である（株）えひめ飲料が空港に設置したポンジュース型の蛇口で、蛇口といえば通常は水が出てくるものという先入観を逆手に取り、ポンジュースという魅力のあるコンテンツを水の代わりに使用したことで、興味・関心と利用促進を図るものである。また、仕掛ける側の狙いとしては、愛媛ブランドの確立、愛媛県の関係人口の増加、国産みかんの消費といったことが考えられる。結果としてこの取組は大きな話題となり、「愛媛と言えばみかん、ポンジュース」というブランディングとシビックプライドの醸成。国産ミカンの有効活用につながったと考えられる。

図 1-7　事例①

海外の事例もある。アメリカのポートランドでは、地域住民がご近所同士の交流の場を創出しようと、近所の交差点を住民が一緒にペイントをするという取組が行われた（図 1-8）。そこでは「Welcome friend」などペイントに参加した住人たちのメッセージも描かれ、これをきっかけとしてご近所同士の会話が生まれ、ベンチなどにもペイントが波及したという。

図 1-8　事例②

1.5 本研究の目的

先行研究から「楽しさ」が住民の地域参加の促進に効果があることが示されている一方で、どのような「楽しさ」が効果的であるのかは明らかになっていないながらも、各地に効果を上げている事例がある。

前述のとおり、これからの社会は住民の地域参加が不可欠である。そして、住民が地域に参加し、街に関心を持つきっかけを作るような契機を全国各地に生み出す必要がある。ナッジ、仕掛けなどの行動トリガと「楽しさ要因」を組み合わせ、「住民の地域参加の促進」という目的を

達成するヒントが得られれば、地域に対する愛着作りを通じた関係人口の増加、地域一体となったまちづくりの促進という地域づくりを行う人にとっての要請に応えることができると考える。

以上のことから、本研究の目的は、「楽しさ」の活用により、住民が街に関心を持ち、地域への参加を促進させる仕掛けの事例集を提案し、新たな仕掛けの創出に向けたインサイトを得ることを目的とする。この目的を達成するため、日本、世界各地の先行事例を収集し、事例評価を通じて各事例の関連性を明らかにし、その分析過程において各地でこのような仕掛けを生み出す際の道標となるようなインサイトを得て、考察としてまとめる。なお、本研究では、付加的に研究の応用可能性についても述べることとする。

以上を図にすると以下のとおりとなる（図 1-9）。

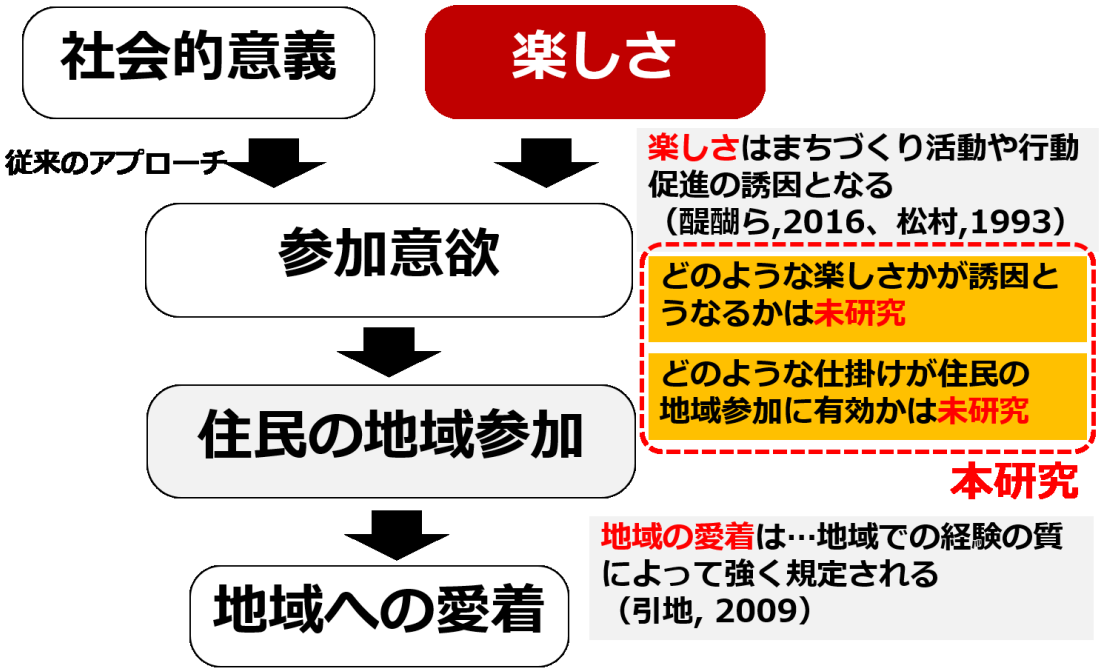


図 1-9　本研究の位置づけ

1.6 本論文の構成

本論文は以下のように構成する。まず、先行研究を基にアンケート調査により「楽しさ」の要因を明らかにするとともに、街に関心を持ち地域参加を促進させる日本、世界の各地の先行事例を調査・収集したうえで、事例集の開発を行う（2 章）。次に、事例集の評価を行い、分析過程で得られた各事例の関係性やインサイトをまとめる（3 章）。これがいわゆる「検証

（verification）」である。さらに、事例集が地域に役立つものになっているかという妥当性について確認する（4 章）。これがいわゆる「妥当性確認（validation）」である。最後に、研究の応用例として本研究の社会実装に向けた事例集の応用可能性についても付加的に述べる（5 章）。以上についてまとめると、以下のとおりとなる（図 1-10）。

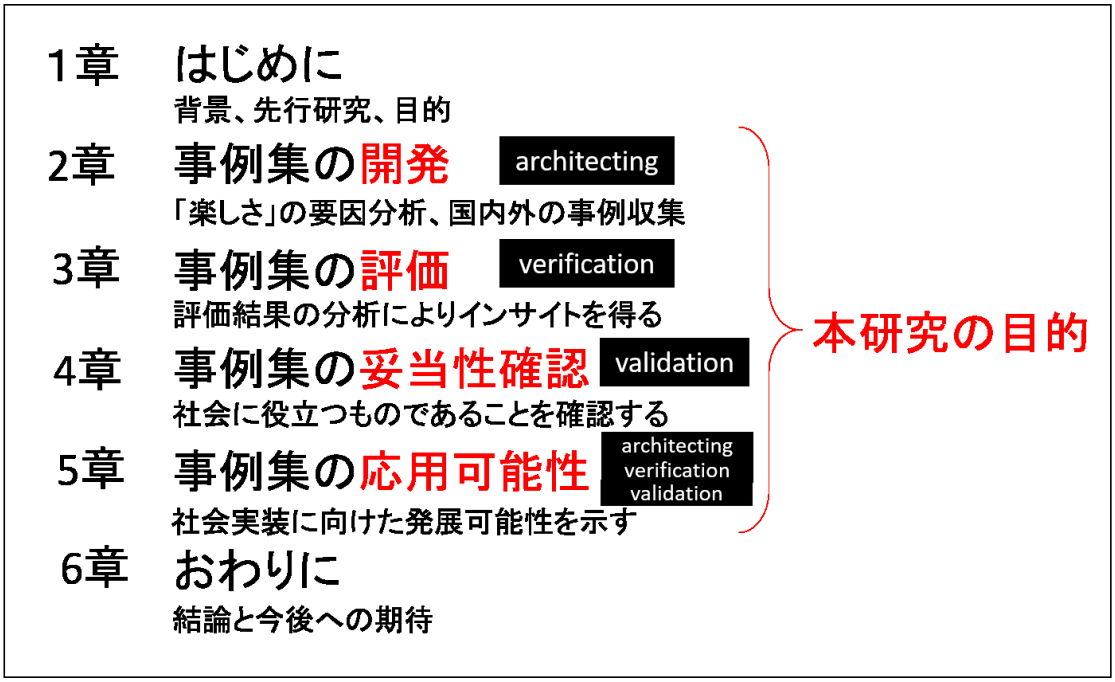


図 1-10　本論文の構成

第2章　　事例集の開発

本研究では、「楽しさ」の活用により、街に関心を持ち地域参加を促進させる仕掛けの事例集を提案し、インサイトを得ることを目的としている。

第 2 章では、「楽しさ」の活用により、街に関心を持ち地域参加を促進させる日本、世界の各地の先行事例を調査・収集し、まとめる。また、様々な「楽しさ」に関する先行研究があることを踏まえ、本研究においてどのような「楽しさ」を活用するのか、日本、世界の各地の先行事例とはどのようなものなのかを中心に記す。

２．１に言葉の定義、２．２に楽しさ要因の分析、２．３に世界の楽しい地域参加の仕掛け事例、２．４に事例集の作成、２．５に事例評価シートの作成について述べる。

2.1 言葉の定義

事例集を開発するにあたり、言葉の定義づけを行う。本研究は「住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例集」としている。それぞれを分解し、「住民の地域参加を促進する」「楽しい」「仕掛け」「事例集」を定義づけ、本研究のスコープを明らかにする。

「住民の地域参加を促進する」について、まず「地域」については、自らが居住している地域（小学校区くらいの生活圏）から、いわゆる社会まで幅広いニュアンスがある。また、「参加」についても、関心を抱くということから町内会などの担い手となるまで様々な段階が考えられる。これを「促進する」と言った場合に、町内会などの地域活動に住民が積極的に参加、完よ、場合によっては担い手になるといった意味から、単に関心を抱くという意味まで幅広く考えることができる。この点について、本研究における本質的な目的は、地域参加の第一歩として、まず「一般市民が街に関心を持ち愛着を感じるようなきっかけを作ること」であることから、「一般市民が、自らが居住する生活圏としての街に関心を持ち、愛着を感じるきっかけを持つ」と定義する。

「楽しい」については、非常に複雑な定義づけを必要とする。「楽しい」は「三省堂　大辞林第三版」によれば「心が満ち足りて，うきうきするような明るく愉快な気分である。」とされている。しかしながら、先行研究で「楽しい」の他に使用されている「遊び」「面白い」といった言葉はこうしたニュアンスを伴う言葉である。白井暁彦（2004）の分析が詳しいが、特にホイジンガが使用したラテン語の「遊ぶ」である「ludos」は原義的多義性を持つ言葉であり、また「面白さ」を示す

オランダ語の「aardigheid」、ドイツ語の「Art」は「あり方，本質，天性」を意味しており、日本語の「面白い」が「楽しい。愉快だ」「興味をそそる。興味深い」を表すほか、原義の「面白し」が示す「目の前がぱっと明るくなる感じを表す」とは異なるニュアンスを持っている。一方、英語の「面白い」は、愉快を示す「fun」と、知的な興味についての「interesting」、他にも「amusement」は「楽しみごと，楽しんでいる状態」であり、「entertainment」は「娯楽，楽しませるもの」となっていることから、言語によって非常に多義的と言わざるを得ない。日本語の「遊び」については、「遊ぶこと」「賭(か)け事や酒色にふけること。遊興。」「仕事がないこと。暇なこと」ことから、やはりラテン語等が持つニュアンスとは大きく異なる。
本研究において本質的に明らかにしたいことは、愉快、知的に興味深い、など何らかの誘因により、気分が明るく高揚し、行動に結びつくための原動力となる感情が生まれることであることを考えると、ここでは「気分が明るく高揚し、行動に結びつくための原動力となる感情が生まれる」を意味するものとし、様々にある手段の中から特にこの「楽しさ」に着目していることから、「その手段として『楽しさ』を用いた」と定義する。

「仕掛け」については、1.2.3.2 で示した「仕掛学」における「仕掛け」を準用し、「以下の 3 つの要件を満たすトリガ」として「特定の行動を引き起こし、引き起こされた行動が課題を解決するよう具現化されたトリガ」と定義づけることとする。

(1) 具現化したトリガ(物理的トリガ、心理的トリガ)である
(2) 特定の行動を引き起こす
(3) 引き起こされた行動が課題を解決する

「事例集」について、世間に数多ある事例集は、地域性に依拠したもののみが収集されており、他地域への応用展開(いわゆる「横展開」)がしづらいという声を現場で耳にする。そのことから、事例を一定の基準で収集し、さらにその中からインサイトを見出しカテゴライズすることにより、横展開を可能なものとすることが本研究のポイントである。以上から、「他地域に横展開できるようインサイトを見出しカテゴライズされた事例集の提案」と定義する。

最後に、本研究では、上記のインサイトを生かした事例集の応用可能性についても付加的に述べていることから、「とその応用可能性」を付加することとする。

これをまとめると、以下のとおりとなる(図 2-1)。

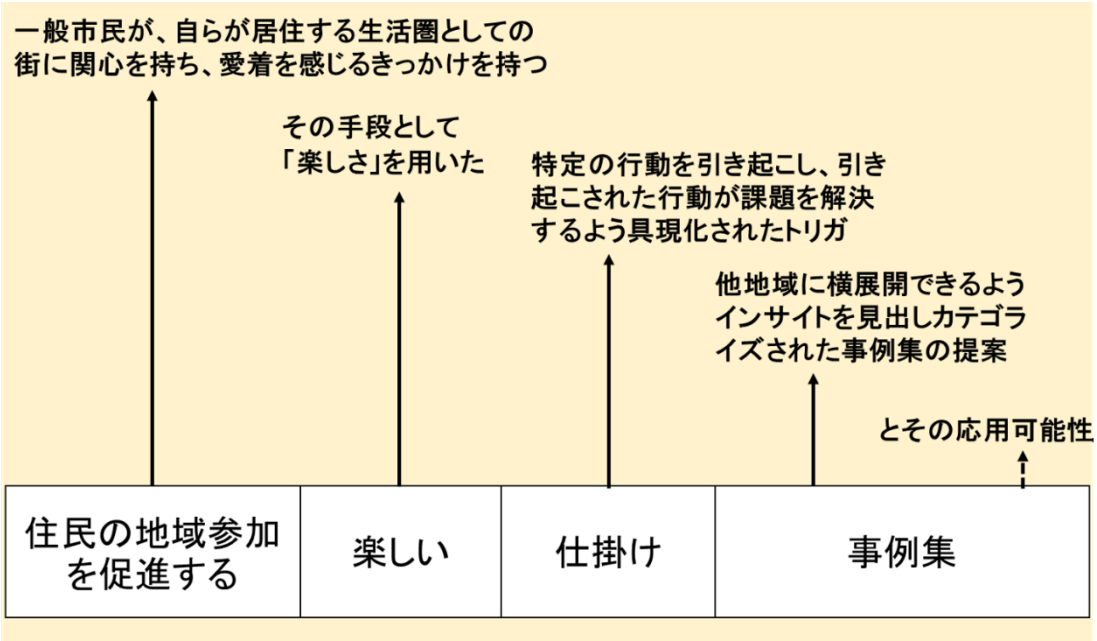


図 2-1　タイトルが表す意味

2.2 楽しさ要因の調査・分析

2.1 の定義に基づき、世界の楽しい地域参加の仕掛け事例を収集するにあたり、「楽しさ」という要素については言葉の定義に曖昧さが残っている。2.2 では、「楽しさ」の定義をより明確化するため、楽しさ要因の分析を行った。以下、分析の目的、対象と基準、方法、および本研究の予備調査として行った「楽しさ要因の分析」結果について述べる。

2.2.1　目的

楽しさ要因の分析を行う目的は、「楽しさ」の定義をより明確化するためである。2.1 でも述べたように、「楽しさ」という言葉が持つ意味は非常に多義的であり、また言語によって異なるニュアンスを持つ言葉である。今回、国外の事例からも収集する上で、さらには日本で地域参加を促進させたいという人に役立つものにするためには、言語の壁を超え、また過去に蓄積された研究成果を踏まえ、現代の日本に合う形に「楽しさ」をアップデートする必要がある。これが、「楽しさ」要因を抽出・分析する目的である。

2.2.2　調査対象

次に、「楽しさ」要因を抽出・分析するにあたっての調査対象について述べる。
現代の日本に合う形にアップデートすることを考え、年代、属性、性別など可能な限り多様なサンプルを抽出することを目指し、次のような対象に調査を行う。

【時期】 2019 年 5 月から 9 月
【年代】 10 代～60 代
【属性】 学生、会社員、経営者、公務員、主婦、シニア等
【性別】 男女限らず
【サンプル数】 延べ 220 件

2.2.3　調査方法

次に、「楽しさ」要因を抽出・分析するにあたっての調査方法について述べる。
調査にあたり、まず調査項目のリストアップを行う。調査項目は「楽しさ」を生み出す要因であることから、先行研究に含まれる「遊び」「楽しさ」「面白さ」「フロー」「欲求」などの構成要素から現代日本に当てはめた時に違和感のないものをリストアップすることにより行う。
抽出した項目は以下のとおりである（表 2-1）。

表 2-1　楽しさ要因

・競争が楽しかった
・気晴らしができた
・達成感があった・笑えた
・美意識を喚起された
・わからなかったものがわかった
・新たな情報を得た
・自分が受け入れられた
・自分が参加できた
・集めているものが増えた
・誰かと空間を共有できた
・誰かと時間を共有できた
・体が動かせた
・自然と一体化できた
・自分が成長した
・夢中になれた(時間を忘れた)
・自分が評価された
・社会のためになると思った
・創意工夫できた
・反応が返ってきた
・リズムに乗れた
・スリルがあった
・予想外だった
・自分がコントロールされている感覚
・非日常だった
・自分の能力を活かせた
・物が得られた
・変化があった
・真似した(された)
・ラッキーだった
・真面目さと不真面目さが共存していた
・困難を克服できた
・物語性があった

次に、これらの項目を選択肢とする調査票を作成する（表 2-2）。調査票は左側に「楽しかった・面白かったこと」と記載し、記入欄を設けた。右側には「その理由・要因（該当するもの全てに○をつけてください）」と記載し、選択肢に○をつけてもらう形式とする。そして、2.2.2 の調査対象にアンケート形式で、直近1年程度の間に心から「楽しい」「面白い」と感じた事柄を書き出してもらい、その要因として考えられる項目すべてに○をつけてもらう、という形式で調査を行う。

表 2-2　楽しさ要因予備調査シート

調査シート

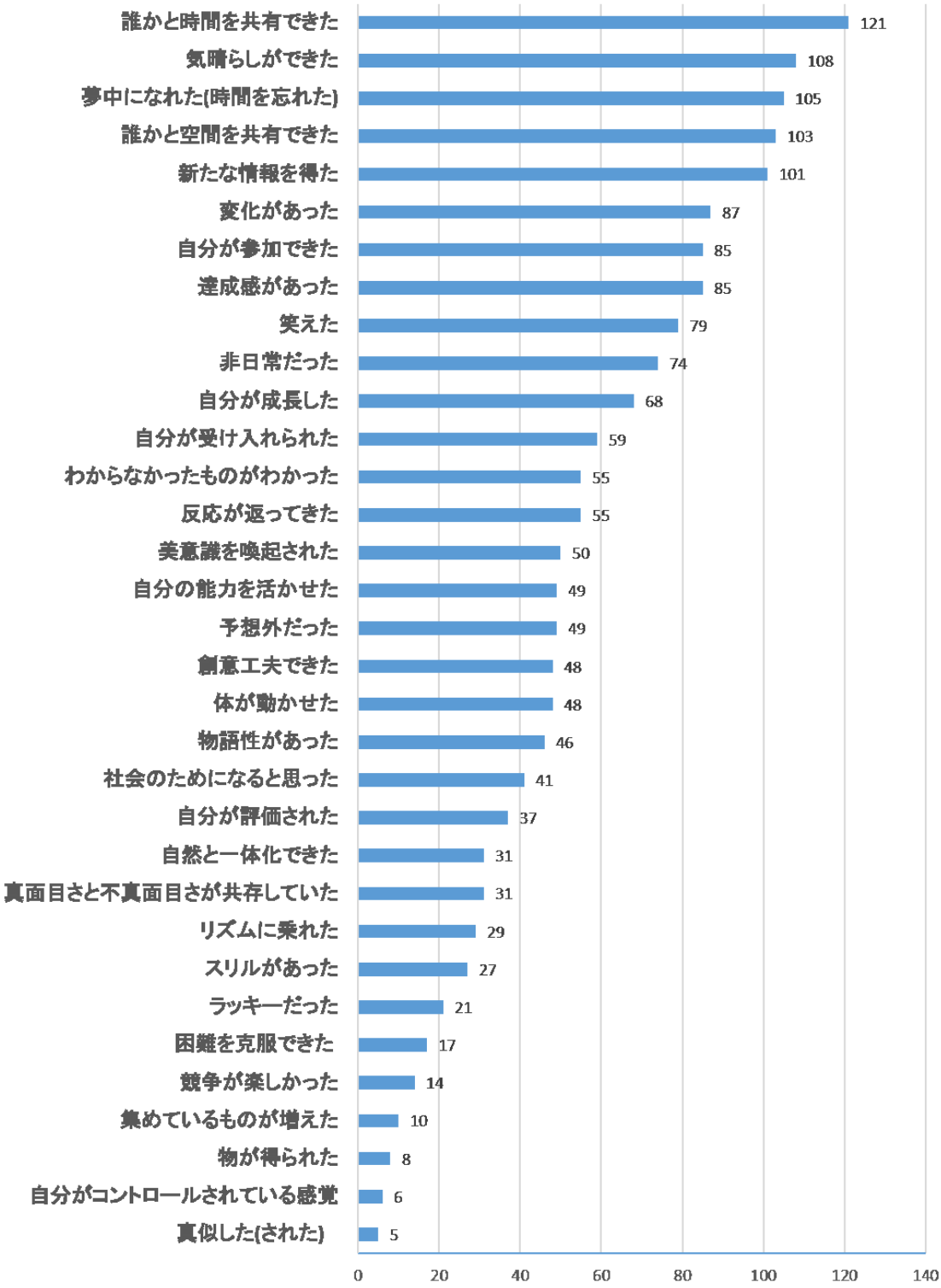
慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科　修士2年　稲葉 理一郎
※本シートは調査以外には使用せず、匿名による統計処理を行った後、適切に処分いたします。

楽しかった・面白かったこと	その理由・要因（該当するもの全てに○をつけてください）
	・競争が楽しかった　・気晴らしができた　・達成感があった　・笑えた ・美意識を喚起された　・わからなかったものがわかった　・新たな情報を得た ・自分が受け入れられた　・自分が参加できた　・集めているものが増えた ・誰かと空間を共有できた　・誰かと時間を共有できた　・体が動かせた ・自然と一体化できた　・自分が成長した　・夢中になれた(時間を忘れた) ・自分が評価された　・社会のためになると思った　・創意工夫できた ・反応が返ってきた　・リズムに乗れた　・スリルがあった　・予想外だった ・自分がコントロールされている感覚　・非日常だった　・自分の能力を活かせた ・物が得られた　・変化があった　・真似した(された)　・ラッキーだった ・真面目さと不真面目さが共存していた　・困難を克服できた　・物語性があった
	・競争が楽しかった　・気晴らしができた　・達成感があった　・笑えた ・美意識を喚起された　・わからなかったものがわかった　・新たな情報を得た ・自分が受け入れられた　・自分が参加できた　・集めているものが増えた ・誰かと空間を共有できた　・誰かと時間を共有できた　・体が動かせた ・自然と一体化できた　・自分が成長した　・夢中になれた(時間を忘れた) ・自分が評価された　・社会のためになると思った　・創意工夫できた ・反応が返ってきた　・リズムに乗れた　・スリルがあった　・予想外だった ・自分がコントロールされている感覚　・非日常だった　・自分の能力を活かせた ・物が得られた　・変化があった　・真似した(された)　・ラッキーだった ・真面目さと不真面目さが共存していた　・困難を克服できた　・物語性があった
	・競争が楽しかった　・気晴らしができた　・達成感があった　・笑えた ・美意識を喚起された　・わからなかったものがわかった　・新たな情報を得た ・自分が受け入れられた　・自分が参加できた　・集めているものが増えた ・誰かと空間を共有できた　・誰かと時間を共有できた　・体が動かせた ・自然と一体化できた　・自分が成長した　・夢中になれた(時間を忘れた) ・自分が評価された　・社会のためになると思った　・創意工夫できた ・反応が返ってきた　・リズムに乗れた　・スリルがあった　・予想外だった ・自分がコントロールされている感覚　・非日常だった　・自分の能力を活かせた ・物が得られた　・変化があった　・真似した(された)　・ラッキーだった ・真面目さと不真面目さが共存していた　・困難を克服できた　・物語性があった

2.2.4　楽しさ要因の調査・分析結果

調査は 2.2.2 のとおり行い、延べ 220 件の回答を得た。結果について、選択肢に○がついた項目順に並べたものが次のとおりである（表 2-3）。

表 2-3　楽しさ要因予備調査結果ランキング



最も多く○がついた選択肢は「誰かと時間を共有できた」であり、これは 220 件中 121 件と実に半数以上に選ばれる項目となった。続いて、「気晴らしができた」「夢中になれた」「誰かと空間を共有できた」「新たな情報を得た」が 100 件を超える項目となった。

現代人が「楽しさ」を感じる要因として、時間や空間の共有、気晴らし、没頭、情報獲得が特に挙げられることが分かった。

2.3 事例の収集

2.1 の定義及び 2.2 の予備調査結果に基づき、2.3 では、住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例を収集する。以下、事例の収集目的、収集対象と収集基準、収集方法、および収集した具体的な事例について述べる。

2.3.1 目的

収集目的は、本研究の目的である「住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例集」の開発を行うためである。

2.3.2 対象と基準

収集対象は、以下の基準に当てはまるものとした。

【収集対象】
下記基準に該当する事例

【収集基準】
(1)一般市民が参加できるもの
(2) 取組への参加が誘われるもの
(3) 楽しさと社会的意義の二重性を持つもの
(4) 地域への愛着を高めると考えられるもの

まず、本研究により最終的に目指すのは一般市民による地域参加の促進であることから、(1)一般市民が参加できるもの、を入れた。次に、事例集にまとめるものは「仕掛け」であること

から、(2)取組への参加が誘われるもの　を含めるとともに、「仕掛学」を準用し、(3) 楽しさと社会的意義という目的の二重性を持つもの　を加えた。目的の二重性とは『「仕掛ける側」と「仕掛けられる側」で目的が異なること』とされ（松村, 1993）、本研究においては「地域・社会の課題解決を目的とするなど社会的意義がある取組へ参加すること」と『「楽しさ」に誘われ取組へ参加すること」という二重性とする。さらに、「地域の愛着は…地域での経験の質によって強く規定される」（引地, 2009）ことから、(4) 地域への愛着を高めると考えられるもの　を加えた。

2.3.3　方法

以上の基準を全て満たすと考えられる国内外の事例について、書籍や雑誌、インターネットなどから 89 事例を抽出した。その中から類似のもの、地域性に依拠するものを除外し、30 事例を選定した。

2.3.4　具体的な事例

最初に抽出した 89 事例は、次のとおりである（表 2-5）。

表 2-4　事例リスト：89 事例

	事例	地域	国名
1	蛇口からミカンジュース	愛媛県松山空港	日本
2	東京シャボン玉クラブ	東京丸の内ほか	日本
3	佐賀ワイワイコンテナ	佐賀県佐賀市	日本
4	Tシャツアート展	鳥取県砂丘美術館	日本
5	ストリートピアノ	バーミンガムほか	イギリス
6	階段をピアノの鍵盤に	パリほか	フランス
7	世界一深いゴミ箱	ストックホルム	スウェーデン
8	ゴミ拾いを称えるフラッシュモブ	都市不明	カナダ
9	シャッターアート	春日部市ほか	日本
10	交差点をペイント	ポートランド	アメリカ
11	デザインゴミ置き場	川崎市多摩区	日本
12	街中フラッシュモブ	横浜市たまプラーザ	日本
13	かわさき色輪っかつなぎ	川崎市多摩川河川敷	日本
14	鉢植えストリートプロジェクト	壺徳寺	日本
15	地蔵が見守るストリートプロジェクト	小豆島	日本
16	川に鯉のぼり	五反田川	日本
17	街の笑顔指数を表示する塔	ベルリン	ドイツ
18	三角おむすびギネス認定	川崎市	日本
19	バスケットゴールゴミ箱	大阪大学	日本
20	神戸アーバンピクニック	神戸市	日本
21	まえばしシャッタークエスト	前橋市	日本
22	ミニミュンヘンほか	ミュンヘンほか	ドイツ
23	こどもレモネードスタンド	デトロイトほか	アメリカ
24	舟橋村園むすびプロジェクト	富山オレンジパーク	日本
25	迷路のまち	小豆島	日本
26	いえつく	西荻窪	日本
27	ポケモンGOでウォーキング	座間市	日本
28	放課後NPO	港区	日本
29	ふじさわ発電ゲート	藤沢市	日本
30	八戸のうわさ	青森県八戸市	日本
31	一口城主制度	熊本城	日本
32	投票感い蔵入れ	ロンドン	イギリス
33	バス停ひとかき運動	新潟市	日本
34	回転遊具型発電機	都市不明	ガーナ
35	校境なき文化祭	八王子市ほか	日本
36	スポーツGOMI拾い	渋谷ほか	日本
37	大地の芸術祭	新潟県十日町市	日本
38	メロディロード	長野県茅野市	日本
39	安全運転宝くじ	ストックホルム	スウェーデン
40	カケアガレ！日本	宮城県岩沼市	日本
41	自転車自家発電でビール	ポートランド	アメリカ
42	おばあちゃんのニット編み	フランス全体	フランス
43	1枚のチラシで28人にPR	ブダペスト	ハンガリー
44	シビックパワーバトル	流山市ほか	日本
45	フロンターレ防災かるた	川崎市	日本

	事例	地域	国名
46	グリーンバード	表参道ほか	日本
47	ドコモのシェアサイクルSTAMP BIKE	東京都	日本
48	スーパーのバナナ包装紙	チェンマイ	タイ
49	象と泊まれるAirbnb	チェンマイ	タイ
50	Rags2Riches	マニラ	フィリピン
51	ほしぞらディスコ	川崎市	日本
52	にいがたクエスト	新潟市	日本
53	豫園(Yu Yuan)ストリート電話ボックス	上海	中国
54	ペットボトル　バスの乗車券交換システム	スラバヤ	インドネシア
55	駅でスマホ充電ブランコ	ユトレヒト	オランダ
56	クレジットカードでパンをスライス(効果のわかる寄付)	都市不明	ドイツ
57	水を使わないバケツチャレンジ	都市不明	ブラジル
58	蛇口からうどんだし汁	高松空港	日本
59	高校生レストラン	三重県立相可(おうか)高等学校	日本
60	イザ！カエルキャラバン！	神戸市ほか	日本
61	商店街人生ゲーム	島根県出雲市平田本町商店街	日本
62	まちづくりシムシティ	小林市シムシティ課	日本
63	fast lane	ストックホルム	スウェーデン
64	Bottle Bank Arcade Machine	ストックホルム	スウェーデン
65	The Play Belt	都市不明	セルビア
66	婚活ゴミ拾い	豊橋ほか	日本
67	オールナイトゴミ拾い	大阪ほか	日本
68	ゴミ拾い駅伝	東京-箱根間	日本
69	真実の口型消毒液	大阪大学医学部付属病院	日本
70	脱税防止にレシートが宝くじに	台湾全体	台湾
71	信号の待ち時間のイライラを解消するSTREETPONG	ヒルデスハイム	ドイツ
72	自転車で発電	アムステルダム	オランダ
73	ダンシング赤信号	リスボン	ポルトガル
74	待ち時間にゲームをプレイするとお金が寄付される	ストックホルムの空港	スウェーデン
75	メキシコ肥満改善策	メキシコ市	メキシコ
76	イングレス	サンフランシスコほか	アメリカ
77	Coffee BIN	都市不明	国不明
78	The Shopping cart	ストックホルム	スウェーデン
79	Doodle jump stairs	都市不明	国不明
80	Take a seat	都市不明	国不明
81	Bottle tree	都市不明	国不明
82	Clour clean	都市不明	国不明
83	Pedestrian crossing	ニューカッスル	イギリス
84	Puzzle It	都市不明	国不明
85	Funny bridge	モンテレー	メキシコ
86	Drinko	都市不明	国不明
87	Scratch mat	都市不明	国不明
88	Whack-A-Can Recycle Machine	イーシャン	マレーシア
89	Creatividad	都市不明	国不明

その中から類似のもの、地域性に依拠するものを除外し、選定した 30 事例は、次のとおりである。(表 2-5)

表 2-5　事例リスト：選定した 30 事例

	事例	地域
1	蛇口からポンジュース	日本／愛媛県
2	空き地に謎のコンテナ	日本／佐賀県
3	砂浜美術館	日本／鳥取県
4	交差点を地元民がペイント	アメリカ／ポートランド
5	地元名産品でギネス認定	日本／宮城県
6	空き地の公園化“アーバンピクニック”	日本／兵庫県
7	熊本城の一口城主	日本／熊本県
8	高校生レストラン	日本／三重県
9	ゴミ置き場をアートに	日本／山梨県
10	空き家を迷路に	日本／香川県
11	ポケモンGOで健康ウォーキング	日本／神奈川県
12	スポーツGOMI拾い	日本／東京都
13	プラスチックに代わるバナナ包装紙	タイ／チェンマイ
14	現代版ストリート電話ボックス	中国／上海
15	たばこの代わりにシャボン玉で一服	日本／東京都
16	街中にピアノ	イギリス／バーミンガム
17	ピアノ鍵盤型の階段	スウェーデン／ストックホルム
18	世界一深いゴミ箱	スウェーデン／ストックホルム
19	バスケットゴール型ゴミ箱	日本／大阪府
20	タバコの吸い殻投票箱	イギリス／ロンドン
21	安全運転宝くじ	スウェーデン／ストックホルム
22	1枚で28万人にPR	ハンガリー／ブタペスト
23	こいで充電ブランコ発電機	オランダ／ユトレヒト
24	クレジットカードをスライスして募金	ドイツ／都市不明
25	瓶入れアーケードゲーム	スウェーデン／ストックホルム
26	“真実の口”型アルコール消毒液	日本／大阪府
27	おもちゃ交換会で防災訓練	日本／兵庫県
28	ペットボトルツリー	リトアニア／カウナス
29	愉快な歩道橋	メキシコ／モンテレー
30	信号待ちイライラ解消ゲーム	ドイツ／ヒルデスハイム

2.4 事例集の作成

2.4 では、2.3 で収集した仕掛け事例を、「事例集」という形でまとめる。以下、作成の目的、方法および作成した事例集について述べる。

2.4.1 目的

本研究の最終的な目的は、「楽しさ」の活用により、住民が街に関心を持ち地域参加が促進させる仕掛けの事例集を提案し、インサイトを得ることである。この目的を達成するため、日本、世界各地の先行事例を収集するだけでなく、事例集を評価者にとって評価しやすいような形式にまとめることを目的とする。

2.4.2 方法

次に、事例集の作成方法である。これは、2.3 で収集した事例を見やすく、また評価しやすくするため、電子媒体及び冊子形式の紙により、1 ページにつき 1 つの事例を配置し、それぞれの概要等がわかりやすく閲覧可能なものとした。また、各事例について、事例を表す名称、実施された都市名、事例に関する画像およびキャプション、事例の概要、事例の狙い、事例の効果を記載した。

2.4.3 作成した事例集

以上を踏まえ、「住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例集」を開発した（図 2-2）。

新しい地域参加の仕掛けを考えるワークショップ

日本・世界の事例集

2019.09.29

奥多摩町大学大学院
システムデザイン・マネジメント研究科
修士2年　藤原 瑠一郎

1　蛇口からポンジュース　秋田県

概要　ポンジュースの加工元である（株）丸ひや秋田が山王地域に設置したポンジュース蛇口

狙い　産地ブランドの確立、観光人口の増加、国産みかんの消費

効果　「見続ると貰えるみかん、ポンジュース」というブランディングとシビックプライドの醸成。国産ミカンの有効活用

2　空き地に謎のコンテナ　佐賀県

概要　楽しみ自体に楽しむことができる無料の「空き地リビング」。観劇や絵本、マンガが自由に閲覧できる「移動図書コンテナ」、住民が集える「交流コンテナ」、ショップが利用できる「チャレンジコンテナ」を開園

狙い　人口減少に伴う空き地の有効活用、中心市街地の駐車場化による街の賑わい活性化の期待

効果　社会実験を実施したところ大変好評で、第2弾につながった。コンテナの商店への出店希望が商店街に届いたり生まれた

3　砂浜美術館　高知県

概要　自分たちの町に美術館がないことから、建物をたてずに、幅2キロメートルの砂浜そのものを美術館として考え、今迄で何度となく民進にしてきた一つ一つを「作品」として捉えなおしたプロジェクト

狙い　自分の町に美術館をお金をかけずにつくる

効果　Tシャツアート祭は今年で31回を迎え、毎回1,000人が参加する程の人気となった。高校生火大会や交流会など地元の人が集まる取組が誕生した

4　交差点を地元民がペイント　ポートランド

概要　住民が交差点をペイントした取組で、「Welcome friend」などペイントに参加した住人たちのメッセージを描かれた

狙い　ご近所同士の交流の場の創出

効果　ご近所同士の交流の場の創出、車が交差点をゆっくりとまるようになり安全性が向上、ベンチや交流スペースのペイントにも発展

5　地元名産品でギネス認定　宮城県

概要　東日本大震災により、9割以上のいちご農家が被災したことを受け、1000人で一番おいしいちごを選ぶギネス世界記録にチャレンジした

狙い　被災による元り上げの巻き込んだいちご農家の復興、オリジナル品種「もういっこ」のPR

効果　地元民11人人の参加により「同時にいちごに刈りもした最多の人数」として「ギネス世界記録」を達成。今後は観光客の誘致にも目指

6　空き地の公園化"アーバンピクニック"　兵庫県

概要　神戸市役所前の公園で、人がほとんど寄り付かないグラウンド部分を芝生化し、芝生広場を活用した公園の魅力を高めるプログラムを展開

狙い　神戸の街への魅力向上や賑わいにつながる恒常づくり。公園の日常的な有効活用

効果　来場者の増加と取組の拡散により6年経ち拡大、継続中。ファーマーズマーケットとの連携などへ発展し、飲食店の誘致などに目安

7　熊本城の一口城主　熊本県

概要　熊本市が1998年に市民に先駆けて始めた制度で、1万円以上の寄付をすると熊本城の「一口城主」として「城主証」「城主手形」が発行され、天守に芳名板が掲示される

狙い　熊本城の魅（やぐら）などの復元設備事業の不足が顕著で、税金では十分な復元設備ができないことの補填

効果　1998年の開始以来、約18億円を集めた。現在の寄付「熊本城災害復旧支援金」は今年の1月末現在、21,74件、20億円以上を記録

8　高校生レストラン　三重県

概要　県可高校の調理クラブに所属する生徒たちが自分たちを切り盛りし、授業の合い土曜・日曜・祝日だけ運営するレストラン「まごの店」

狙い　地元食材の地産地消、人口減少、人口高齢化に伴う地域の活性化策の人材育成と観光客増加

効果　営業日に約200人以上が来店。国土交通省大臣表彰などで受賞多数、テレビドラマ化や伊勢志摩サミットでの料理提供などでも話題となった

9　ゴミ置き場をアートに　出雲崎町

概要　「ゴミのネガティブなイメージがなくなれば、ゴミに関心をもってくれる人が増えるのではないか」という思いからゴミ捨てデザインし、廃棄所をアートに変えるプロジェクト

狙い　ゴミ置き場所の景観の改善、ゴミ問題への関心向上、ゴミ捨しを楽しくする

効果　景観の向上、ゴミ問題への関心向上（持ち帰りの増加）、こどもによるゴミ捨しの増加

10　空き家を迷路に　佐賀県

概要　小豆島生まれ本町の一角で展開された空き家活用アートプロジェクト。空き家となったタバコ屋さんと民家をリノベーションし、迷路のアトラクションに仕立てた

狙い　地域に眠ける空き家の有効活用、人口減少する中での地域の活性化

効果　瀬戸内国際芸術祭の作品として展示し好評を博したため、続く2019年には拡大し出展

11　ポケモンGOで健康ウォーキング　静岡県

概要　位置情報ゲームアプリ「Pokémon GO」とコラボしたウォーキングイベント。ポケストップやジムの位置とともに、中町おすすめスポットが掲載されたマップを配布し、ウォーキングをしてもらう

狙い　商業面に与え機会を提出し、フレイル（虚弱化）を予防。県内の地域資源のPR

効果　ゲーム利用者の行動パターンや健康状態などに応じた様々な研究を鹿屋大学医学部の専門教授が行うことが検討されている

12　スポーツGOMI拾い　東京都（JAL）

概要　企業や団体が取り組む社会貢献のごみ拾いに、「スポーツ」のエッセンスを加え、今までの社会奉仕活動を「続ける」ハードルを高めさせた日本発祥の中く新しいスポーツ

狙い　"ゴミ収集と試合の交換。「時代」に合わせ「チームでカを合わせる」「地域愛」「貢献感」などスポーツの力により「ゴミ拾いの動機を変革

効果　海外まで取組が拡大し、「第1回 内閣官房ムーブメント・ジャパン・マッチングアワード」未来発展特別賞を受賞。東京2020大会でも実現決定

13　プラスチックに代わるバナナ包装紙　チェンマイ

概要　タイのスーパーマーケットが行った実験で、今迄ではビニール袋で包装していた野菜を、バナナの葉で包む方法に切り替えたもの

狙い　プラスチック包装紙の減少と将来への食用戦略。タイに大量にあるバナナの葉の有効利用

効果　プラスチック包装紙の廃棄。ベトナムやフィリピンのスーパーにも拡大。バナナの葉づくりの新たな地域雇用も期待されている

14　現代版ストリート電話ボックス　上海

概要　使われなくなった公衆電話を生まれ変わらせ、「Orange Phone Booths」。LEDライトが輝き、表も全体が光る。フリーwi-fi、携帯充電器、腰掛スペース、照明ラック、コーヒーテーブルが完備された

狙い　携帯電話の普及で使われなくなった公衆電話が、廃棄されずに行き、用を足すなどの本来の使われ方が忘れていなかったことへの再活動、効果予防

効果　電話ボックスがパブリックスペースの「家具」のようになり、オシャレな休憩スポットとして利用されるようになった

15　たばこの代わりにシャボン玉で一服　東京都（JAL）

概要　タバコ代わりに、シャボン玉のあるライフスタイルを提案する「プロジェクト。喫煙所では、民間ではなく、シャボン玉の入ったシャボン玉スタンドを設置し一服する

狙い　屋外喫煙所の廃止対策「ポスの設置所」、非喫煙者の吸い中間の解決

効果　喫煙率の減少、煙で目を刺激で洗ったり当が付けた中間の解決。会話に有のないコミュニケーションの場の創出

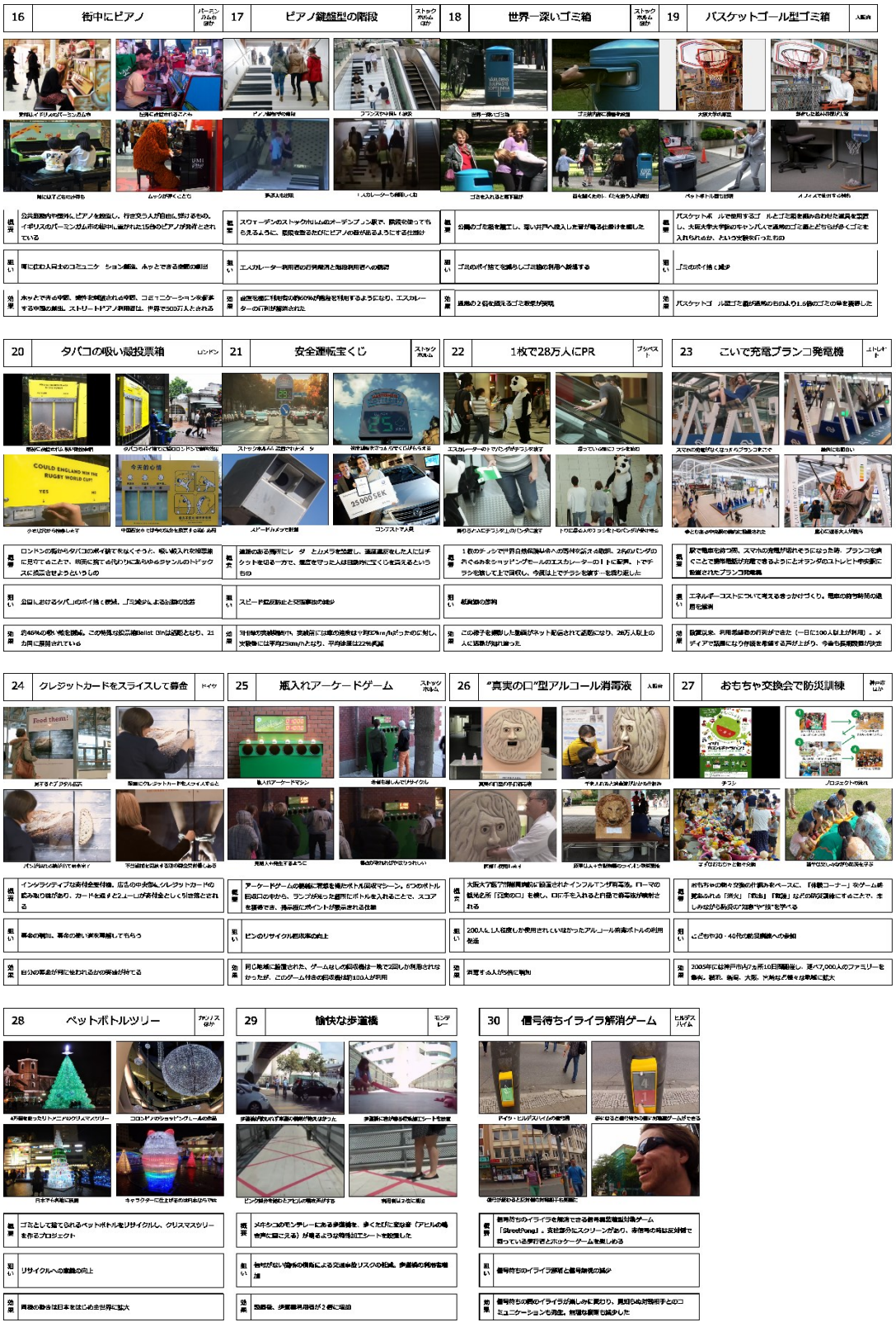


図 2-2　作成した「住民の地域参加を促進する楽しい仕掛け事例集」

2.5 事例評価シートの作成

2.5 では、2.4 でまとめた「事例集」に合わせて、各事例を評価する「事例評価シート」を作成する。以下、作成の目的、形式、および作成した事例評価シートについて述べる。

2.5.1 目的

2.4 で開発した事例集を、第 3 章で評価・検証するためには、各事例を評価しやすいような工夫が必要である。そのため、事例評価シートは、限られた時間や制約条件の中で、より客観的かつ公平、適正に評価を行うため、各事例をわかりやすく評価しやすいような形式にまとめることを目的とする。また、①「楽しさ」の活用により、街に関心を持ち地域参加を促進させることができること、②「楽しさ」要因のうち、時間や空間の共有、気晴らし、没頭、情報獲得といった要素が街に関心を持ち地域参加の促進に影響を及ぼす、という 2 つを基本的視点として評価することを目的とする。

2.5.2 形式

事例評価シートの作成形式については、2.5.1 の目的のとおり、わかりやすさと評価のしやすさを重視したデザインとし、各事例について1ページ分の評価項目を配列した。

また、7 件法による評価を行う項目については、ボックスに直接点数を書き入れる形式とし、また選択式の項目については、最大 3 つまでボックスに✔を入れてもらう形式とした。

なお、各ワークショップにおいては評価シートの構成や評価方法について必ず事前に説明をするパートを設定しているが、点数の基準を失念した場合に備え、各ページの上段に 7 件法の基準に関するガイダンスを記載し、誤って点数をつけられることを防止した。

2.5.3 内容

事例評価シートの内容は、①「楽しさ」の活用により、街に関心を持ち地域参加を促進させることができること、②「楽しさ」要因のうち、時間や空間の共有、気晴らし、没頭、情報獲得といった要素が街に関心を持ち地域参加の促進に影響を及ぼす、という 2 つを基本的視点として評価するため、各取組について「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的

意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の各項目を 7 件法にて点数をつけることと、「楽しい・面白いと思う理由」について 3-2 の結果を踏まえて作成した選択肢の中から該当するものを最大 3 つまで選択してもらうという形式で行った。

次に、各評価項目の設定理由の詳細について述べる。

① あなたはこの取組を「楽しい」「面白い」と思いますか

2.1 で述べたように、「楽しい」と「面白い」という言葉は、非常に複雑で多義的な要素を持っている。2.1 では「気分が明るく高揚し、行動に結びつくための原動力となる感情が生まれる」という定義づけを行っているが、「面白い」の意味が「楽しい。愉快だ」を意味すること、英語の「面白い」は、愉快を示す「fun」や、「娯楽, 楽しませるもの」を意味する「entertainment」と訳されることがあり、国外の事例では「fun theory」といった表現で呼ばれることもある。個人的な感性により区別されることもあろうが、多くの場合は同義として人の行動に起こすためのポジティブな感情として発動されることを考慮し、今回の調査においてもあえて区別を設けず、「楽しい・面白いと思うか」という質問項目を入れた。

② あなたならこの取組に参加してみたいと思いますか

本研究の目的が「住民の地域参加を促進させる」ということを考慮し、また今後同様の仕掛けを生み出したい人に役立つ事例集を開発することを目的としていることを鑑み、「参加してみたいと思うか」という質問項目を入れた。

③ あなたはこの取組を社会的意義が高いと思いますか

本研究で扱う事例は、楽しさと社会的意義という「目的の二重性」を兼ね備えたものを収集基準としている。本研究の目的は、今後、様々な地域で地域・社会の課題解決を行うにあたり、「楽しさ」により取組への参加を誘導し、地域・社会の課題解決の原動力を強化していくことに本質があることから、「社会的意義が高いと思うか」という質問項目を入れた。

④ あなたはこの取組があなたの地域で行われていたら、自分の地域への愛着が強くなると思いますか？

本研究の狙いとしていることは「住民の地域参加を促進させる」ことであり、2.1 においては「地域参加」を「一般市民が、自らが居住する生活圏としての街に関心を持ち、愛着を感じるきっかけを持つ」ことと定義づけた。事例評価シートにおいて②の質問項目は「取組への参加が誘われるか」ということを意味する項目になっていることから、「地域への愛着が高まると思うか」という質問項目を入れた。

⑤ 「その理由のうち、近いものを最大3つまで選んで☑をしてください」（楽しい・面白いと思う理由）

2.2 において「楽しさ要因の分析」を行った。本来であればすべての要因を候補として事例評価シートにも組み込むことが最善であることは間違いないが、限られた時間の中で評価者に評価してもらうことや、事例評価シート自体をわかりやすく評価しやすいような形式とすることが必要であることを考慮し、2.2.2 で列挙した中から 2.2.4 の結果を踏まえ、さらに各事例が持つ特徴を総合的に考慮し、9 つの選択肢とした。また、類似の項目をカッコ内に記載することにより、近い項目までカバーできるような工夫をした。そして、この 9 つの選択肢に、事例を調査する中で度々目にした「インターネットで話題を呼び」「SNS で噂が広まり」などという表現を捉え、現代人の「楽しさ・面白さ」の理由を表す 1 つの選択肢として「SNS 等で会話のネタになるから」を加えた。先行研究からも、SNS の利用目的として「仲間とのやり取りが楽しい」ことが挙げられている（川浦ら, 2005）ことから、選択肢に含めることが妥当と判断した。以上により設けた選択肢が以下 10 項目である。

- ☐ 気晴らしになるから（気分転換になる、スカッとする、気持ちがいい）
- ☐ 誰かと一緒に楽しめるから（同じ時間や空間を共有できる）
- ☐ 熱中できるから（夢中になれる、我を忘れて集中できる）
- ☐ 自分でも参加できるから（自分でやってみるのが楽しい、自分を受け入れてもらえる）
- ☐ 予想外だから（使い道や展開が意外、第一印象と結果が異なる）
- ☐ 達成感があるから（なし遂げた）
- ☐ スリルがあったから（ドキドキする、自分がコントロールされている感覚）
- ☐ 自分がしたことに対して反応が返ってくるから
- ☐ 物語性を感じられるから（ドラマを感じる、裏で支える人や努力に共感できる）
- ☐ SNS 等で会話のネタになるから

2.5.4 作成した事例評価シート

以上を踏まえ、作成した「事例評価シート」は以下のとおりである（表 2-6）。慶應 SDM のワークショップにおいては 30 事例分の事例評価シートを、神奈川県庁及び前橋市でのワークショップにおいては 7 事例分の事例評価シートを作成した。

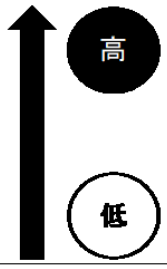
表 2-6　事例評価シート

【日本・世界の事例評価シート】

新しい地域参加の仕掛けを考えるワークショップ

ワークショップ内で事例をお聞きいただき、各事例についてあてはまる数字を記入してください。

7	とてもあてはまる、とてもそう思う
6	かなりあてはまる、かなりそう思う
5	ややあてはまる、ややそう思う
4	どちらとも言えない
3	あまりあてはまらない、あまりそう思わない
2	ほとんどあてはまらない、ほとんどそう思わない
1	全くあてはまらない、全くそう思わない



==========

1．蛇口からみかんジュース

・あなたはこの取組を「楽しい」「面白い」と思いますか　□

・その理由のうち、近いものを最大３つまで選んで☑をしてください

- □ 気晴らしになるから（気分転換になる、スカッとする、気持ちがいい）
- □ 誰かと一緒に楽しめるから（同じ時間や空間を共有できる）
- □ 熱中できるから（夢中になれる、我を忘れて集中できる）
- □ 自分でも参加できるから（自分でやってみるのが楽しい、自分を受け入れてもらえる）
- □ 予想外だから（使い道や展開が意外、第一印象と結果が異なる）
- □ 達成感があるから（なし遂げた）
- □ スリルがあったから（ドキドキする、自分がコントロールされている感覚）
- □ 自分がしたことに対して反応が返ってくるから
- □ 物語性を感じられるから（ドラマを感じる、裏で支える人や努力に共感できる）
- □ SNS 等で会話のネタになるから

・あなたならこの取組に参加してみたいと思いますか　□

・あなたはこの取組を社会的意義が高いと思いますか　□

・この取組があなたの地域で行われていたら、
あなたは自分の地域への愛着が強くなると思いますか？　□

第3章　事例集の評価

第 3 章では、第 2 章で開発した事例集を活用し、「楽しさ」の活用により、街に関心を持ち住民の地域参加を促進させることができるかどうか、「楽しさ」要因のうち、時間や空間の共有、気晴らし、没頭、情報獲得といった要素が、住民による街への関心向上や地域参加の促進に影響を及ぼすかどうか等について評価を行う。また、評価結果の分析過程を通じて各事例の関連性を明らかにし、各地でこのような仕掛けを生み出す際の道標となるようなインサイトを得て、考察としてまとめる。

３．１に事例集の評価内容、３．２に事例集の評価結果の分析、３．３に事例集の分析結果の考察について述べる。

3.1 事例集の評価内容

第 2 章で開発した事例集でまとめた各事例について、「楽しさ」の活用により、住民による街への関心向上や地域参加の促進に影響を及ぼすかどうか、「楽しさ」要因のうち、どのような要素が関連するのか等について確認するため、評価を行う。

評価は、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科（慶應 SDM）において実施した一般市民向けワークショップ、神奈川県庁において実施した職員向けワークショップ、前橋市において実施した前橋市民向けワークショップの 3 か所にて量的評価及び質的評価を行う。

3.1.1　慶應 SDM における評価内容

1 か所目の評価内容として、慶應 SDM において実施した評価の概要、対象、方法、結果を以下に述べる。

3.1.1.1　概要

慶應 SDM においては、慶應 SDM ヒューマンラボ公開講座「新しい地域参加の仕掛けを考えるワークショップ」と名打ったワークショップを 2019 年 9 月 29 日（日）13:00-16:00 に慶應義塾大学日吉キャンパス来往舎 1 階シンポジウムスペースにて実施し、このワークショップの

中で評価を行った。

このワークショップは主に三部構成をとっており、以下のような流れで行った。

第一部　新しい地域参加の仕掛けを考える　アイデア創出ワークショップ①
（「役人モード」という設定を与え、あえて制限された環境下でアイデア創出を実施）

第二部　新しい地域参加の仕掛けを考えるための　日本・世界の事例紹介・評価
（試作品の事例集を活用し、各取組の評価を実施）

第三部　新しい地域参加の仕掛けを考える　アイデア創出ワークショップ②
（「デザイナーモード」という設定を与え、創造性が発揮されやすい環境下でアイデア創出を実施）

最後にアンケートを実施

3.1.1.2　対象

本評価の対象は、本ワークショップ第二部の参加者とした。

合計で 36 名。慶應 SDM のホームページにて募集を行い、ホームページ内の参加フォームにて申し込みを行った方が参加しており、会社員、経営者、公務員、団体職員、フリーなど幅広い属性が集まった。属性の構成は以下のとおりである。

・経営者　2 名
・会社員　11 名
・フリーランス、士業　3 名
・NPO、市民活動団体　2 名
・公益社団法人、公益財団法人、一般社団法人、一般財団法人　4 名
・官公庁　6 名
・その他　8 名

3.1.1.3　方法

評価方法は、本ワークショップの第二部に組み込む形で行った。

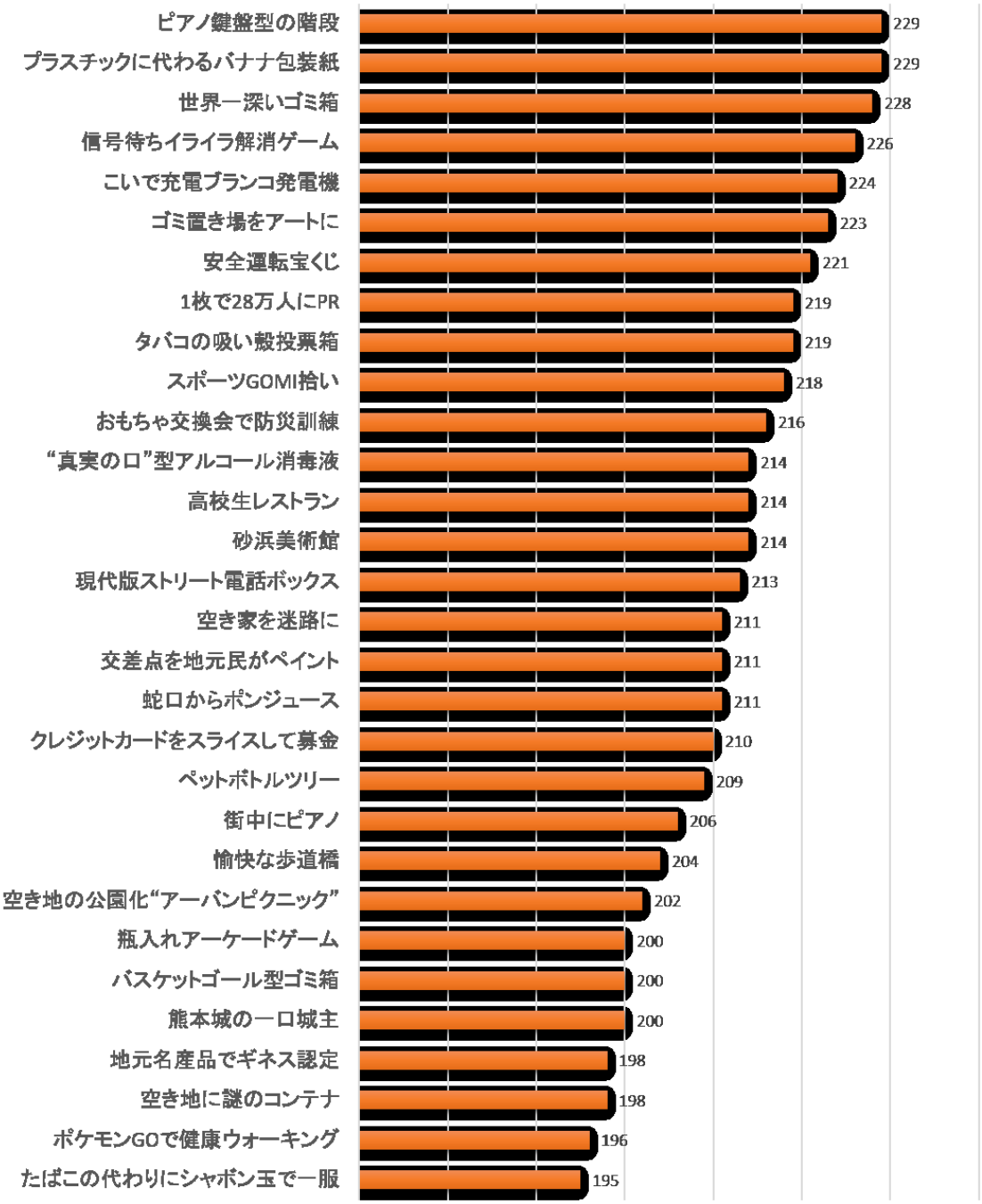
評価者には「事例集」及び「事例評価シート」を配布し、シートに記載することにより各事例の評価項目の点数評価及び楽しさ要因の選択評価を行う形式である。

まず、筆者が事例集に掲載してある各事例についてスライドを使用し 1 分程度で紹介する。次に、評価者が「事例評価シート」の各欄を 30 秒から 1 分程度で記載する。これを事例ごとに繰り返す、という方法で実施した。

3.1.1.4　結果

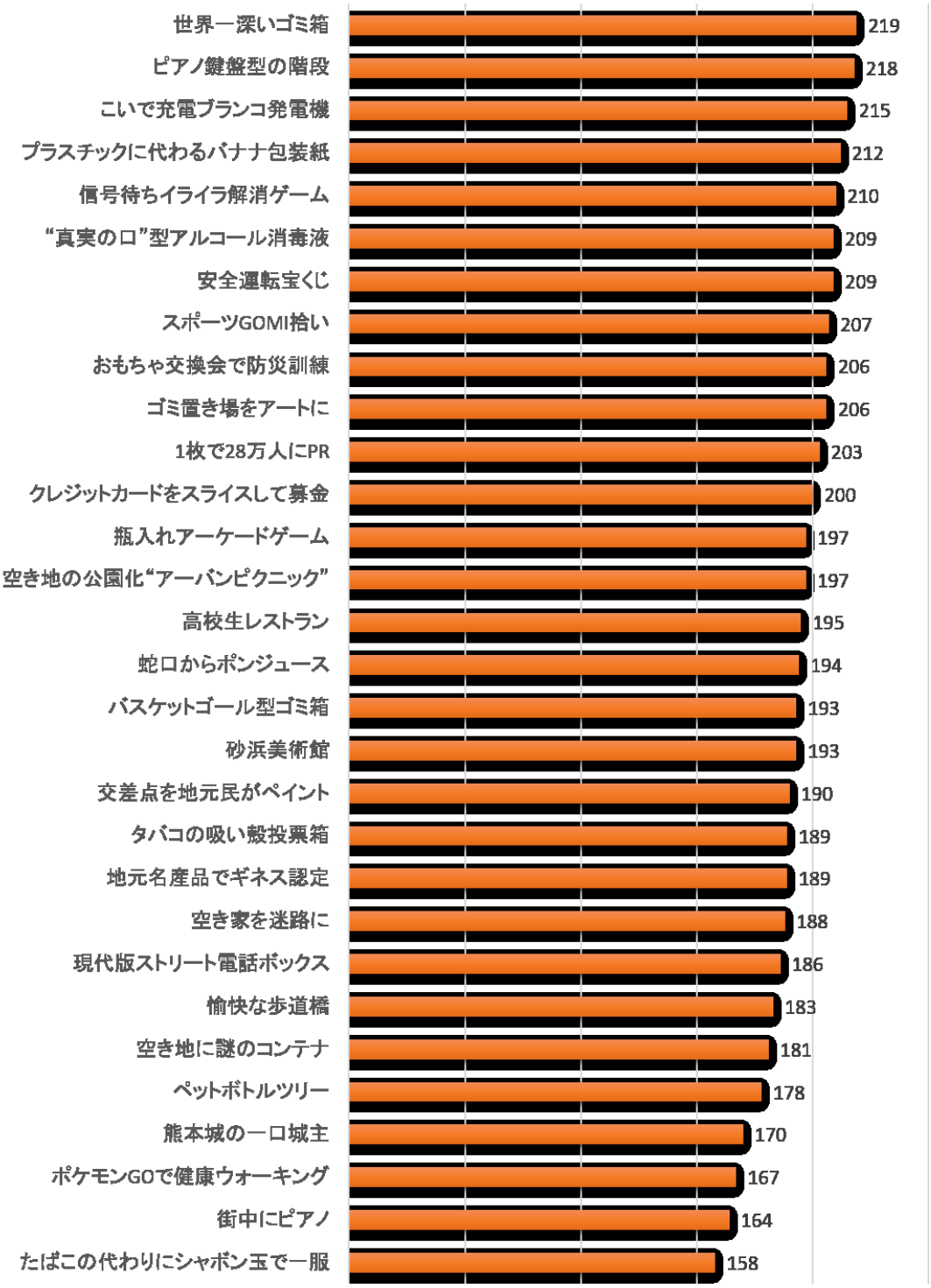
評価の結果、36 枚の「事例評価シート」が作成された。各シートを集計し、以下にその内容をまとめる。

表 3-1　SDM 評価集計表（この取組を「楽しい」「面白い」と思うか）



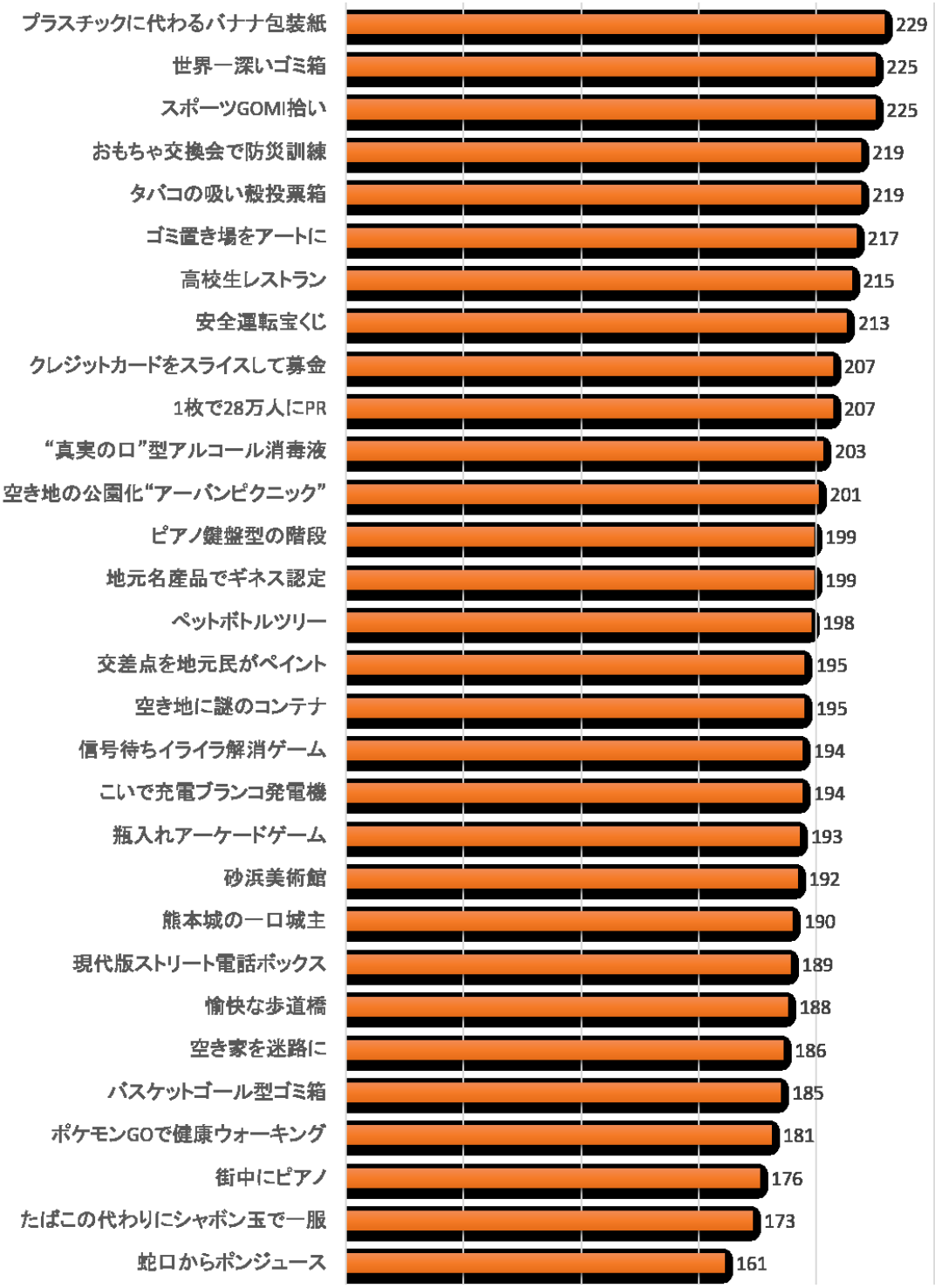
まず、「楽しい・面白いと思う」取組としては、「ピアノ鍵盤型の階段」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「世界一深いゴミ箱」が上位 3 事例だった（表 3-1）。

表 3-2　SDM 評価集計表（この取組に参加してみたいと思うか）



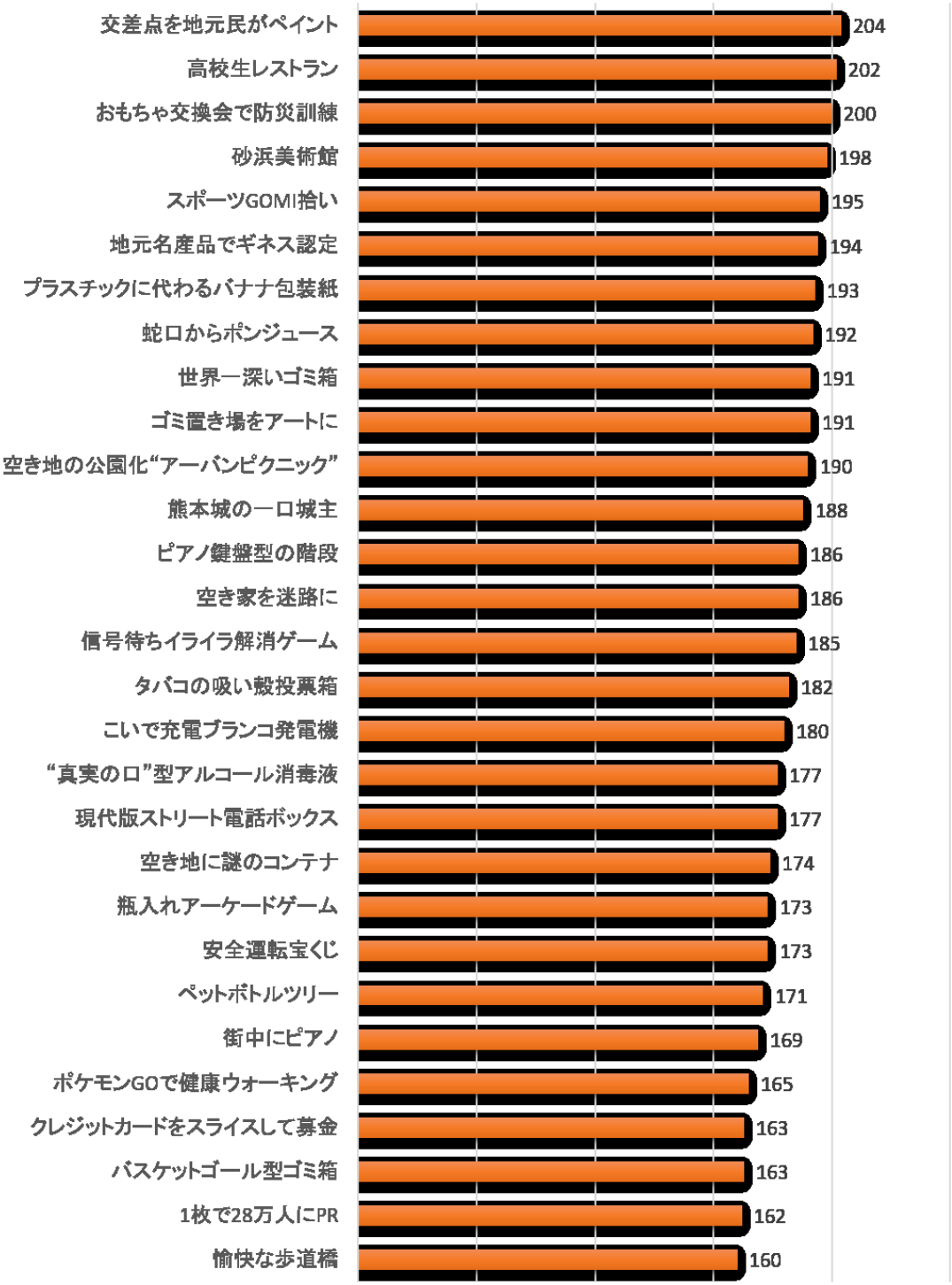
次に、「参加したいと思う」取組としては、「世界一深いゴミ箱」「ピアノ鍵盤型の階段」「こいで充電ブランコ発電機」が上位 3 事例だった（表 3-2）。

表 3-3　SDM 評価集計表（この取組を社会的意義が高いと思うか）



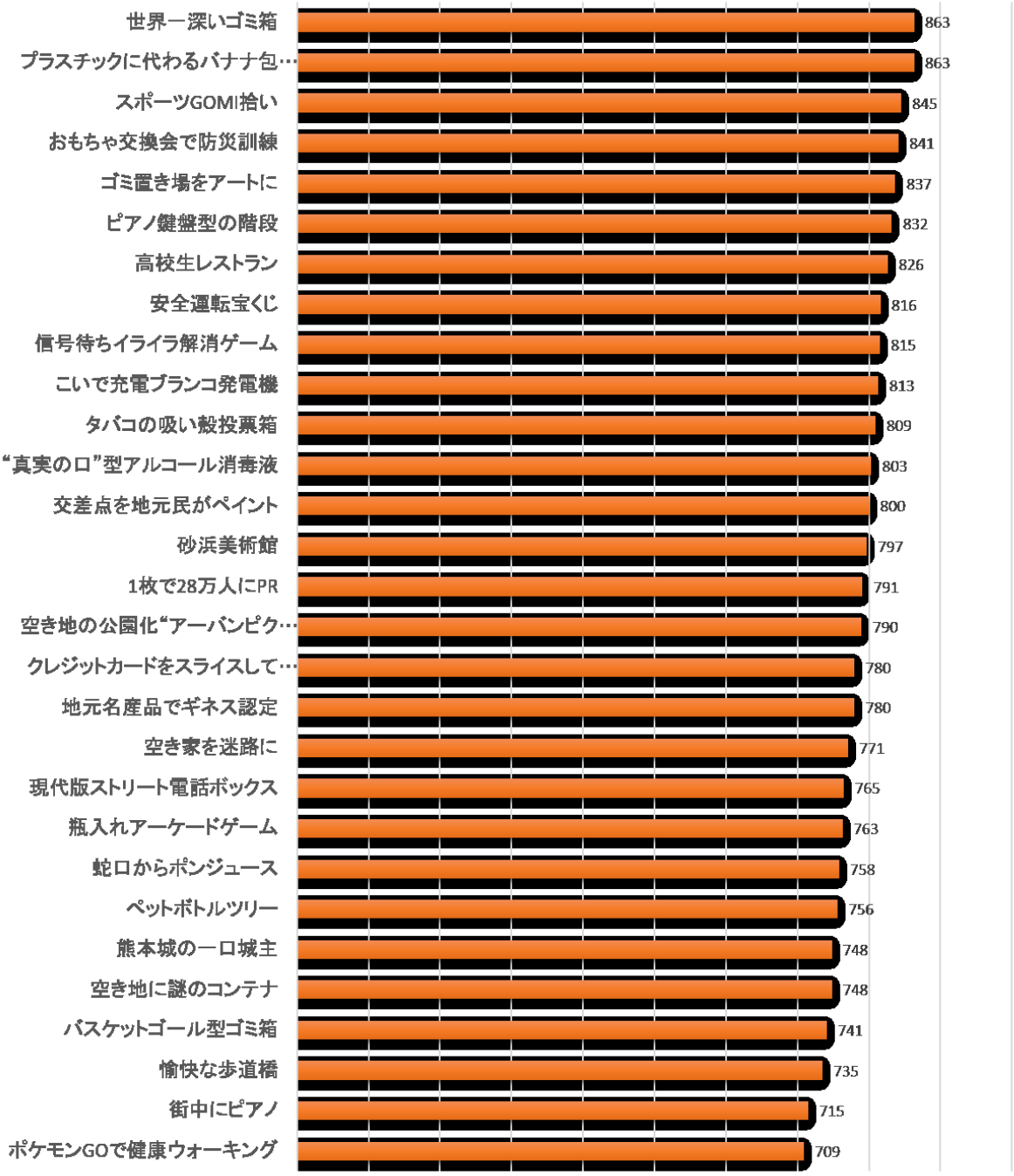
次に、「社会的意義があると思う」取組としては、「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「世界一深いゴミ箱」「スポーツ GOMI 拾い」が上位 3 事例だった（表 3-3）。

表 3-4　SDM 評価集計表（地域への愛着が強くなると思うか）



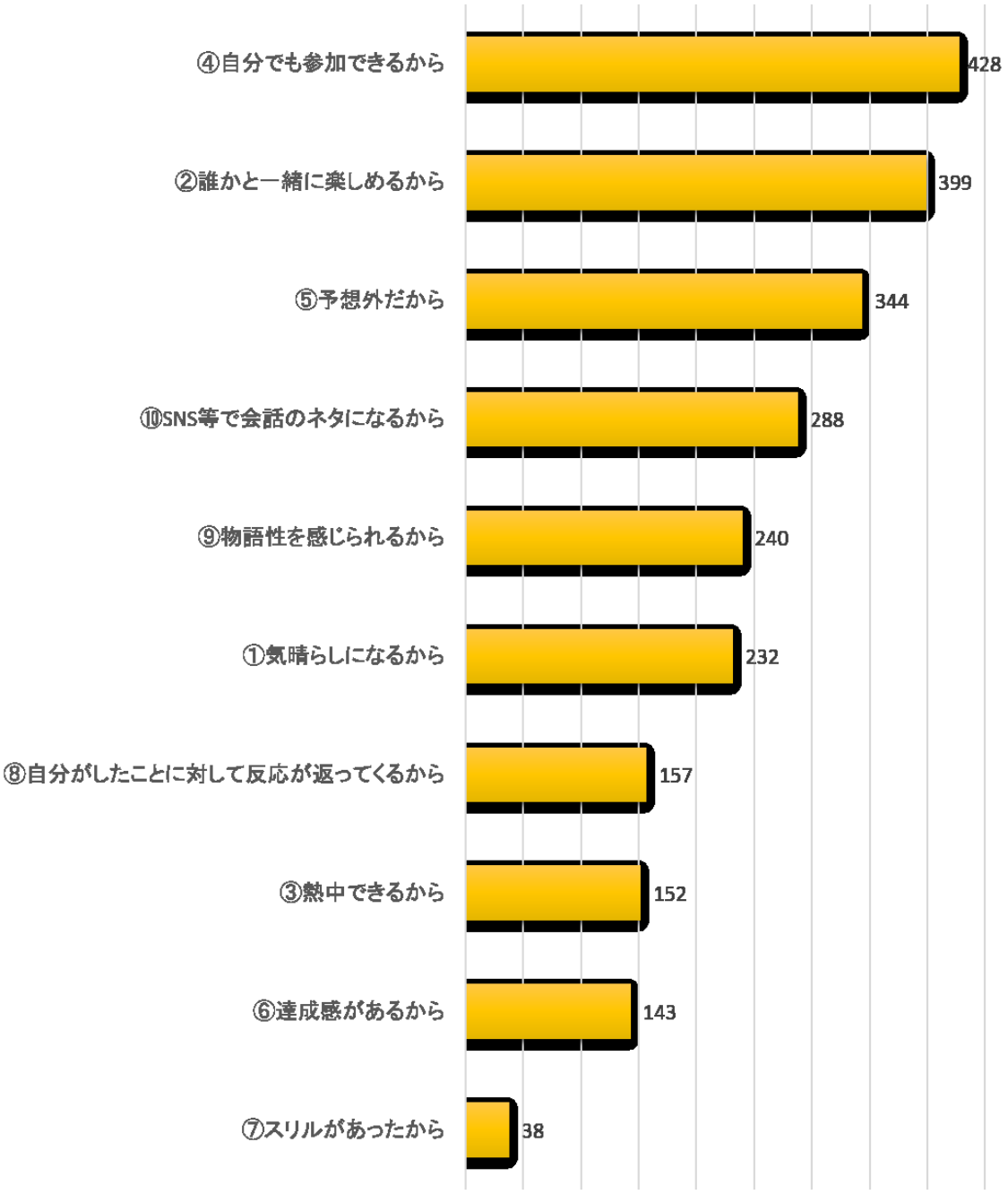
次に、「地域への愛着が高まると思う」取組としては、「交差点を地元民がペイント」「高校生レストラン」「おもちゃ交換会で防災訓練」が上位 3 事例だった（表 3-4）。

表 3-5　SDM 評価集計表（トータル）



トータルとしては、「世界一深いゴミ箱」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「スポーツ GOMI 拾い」が上位 3 事例だった（表 3-5）。

表 3-6　SDM 評価集計表（楽しい・面白いと思う理由）



さらに、「楽しい・面白いと思う理由」として選択された項目の上位は「自分でも参加できるから」「誰かと一緒に楽しめるから」「予想外だから」など、以上のとおりとなった（表 3-6）。

3.1.2　神奈川県庁における評価内容

2 か所目の評価内容として、神奈川県庁において実施した評価の概要、対象、方法、結果を以下に述べる。

3.1.2.1　概要

神奈川県庁においては、神奈川県庁の職員勉強会のグループであるコミュニケーション技術研究会主催の「地域版ナッジ実践法ワークショップ」と名打ったワークショップを 2019 年 12 月 6 日（金）18:00-19:30 に神奈川県庁新庁舎 12 階会議室にて実施し、このワークショップの中で評価を行った。

このワークショップは主に四部構成をとっており、以下のような流れで行った。

第一部　地域版ナッジとは？（地域版ナッジに関するレクチャー）

第二部　日本・世界の事例紹介・評価

第三部　SDM 流！　アイデア創出のコツ

第四部　地域版ナッジを創ってみよう【体験版】 テーマ「自治会の加入率向上」

最後にアンケートを実施

3.1.2.2　対象

本評価の対象は、本ワークショップ第二部の参加者とした。

合計で 49 名。神奈川県庁のイントラネットシステムにて募集を行い、事務局に申し込みを行った方が参加しており、神奈川県庁の職員を中心に、勉強会のネットワークを通じて参加した横浜市職員、藤沢市職員、民間企業社員、大学生など幅広い属性が集まった。その多くは自治体職員であった。

3.1.2.3　方法

評価方法は、本ワークショップの第二部に組み込む形で行った。

慶應 SDM で実施した形式と同様に、評価者には「事例集」及び「事例評価シート」を配布し、シートに記載することにより各事例の評価項目の点数評価及び楽しさ要因の選択評価を行うものである。

まず、筆者が事例集に掲載してある各事例についてスライドを使用し 1 分程度で紹介する。次に、評価者が「事例評価シート」の各欄を 30 秒から 1 分程度で記載する。これを事例ごとに

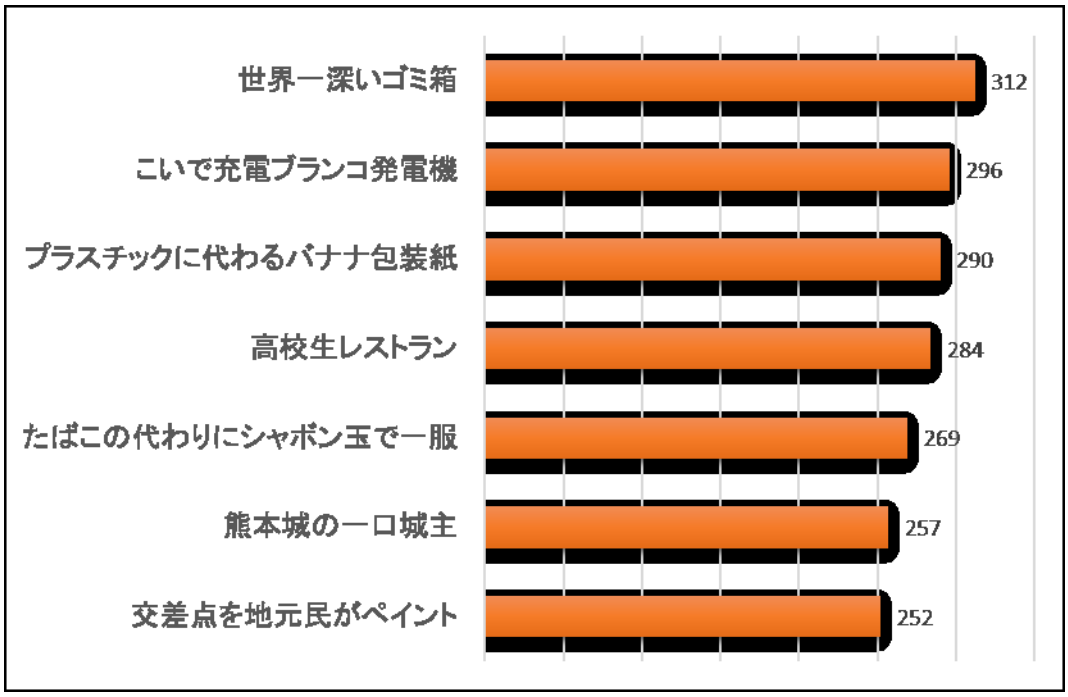
繰り返す、という方法で実施した。

神奈川県庁におけるワークショップでは、時間的制約から、事例は 30 件ではなく、7 件のみをピックアップし、実施した。

3.1.2.4　結果

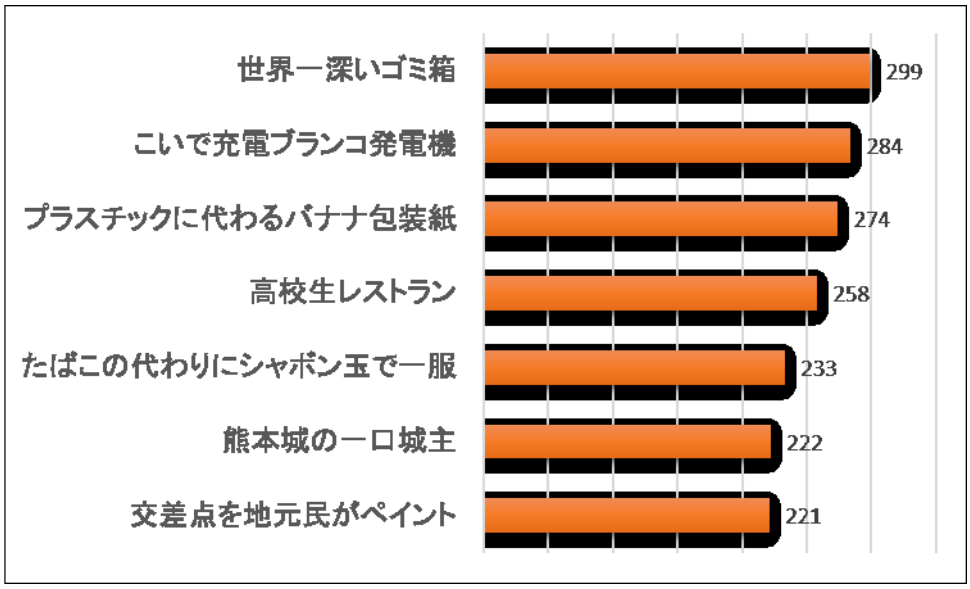
評価の結果、49 枚の「事例評価シート」が作成された。各シートを集計し、以下にその内容をまとめる。

表 3-7　神奈川県庁評価集計表（この取組を「楽しい」「面白い」と思うか）



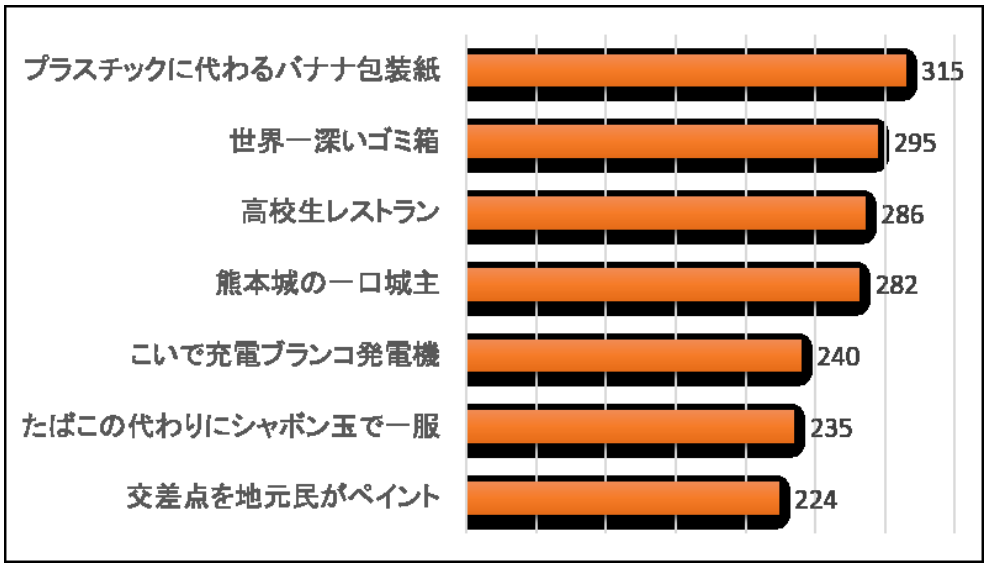
まず、「楽しい・面白いと思う」取組としては、「世界一深いゴミ箱」「こいで充電ブランコ発電機」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」が上位 3 事例だった（表 3-7）。

表 3-8　神奈川県庁評価集計表（この取組に参加してみたいと思うか）



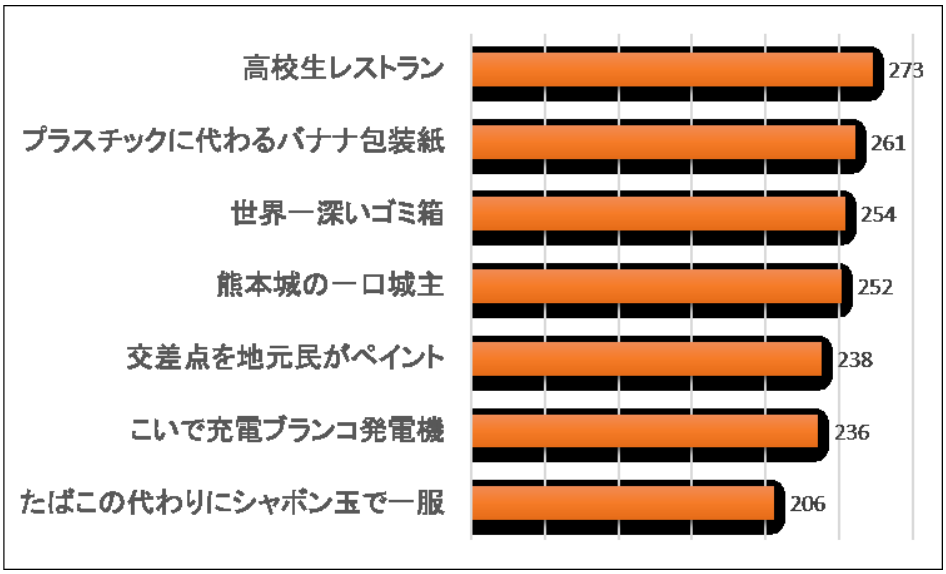
次に、「参加したいと思う」取組としては、「世界一深いゴミ箱」「こいで充電ブランコ発電機」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」が上位 3 事例だった（表 3-8）。

表 3-9　神奈川県庁評価集計表（この取組を社会的意義が高いと思うか）



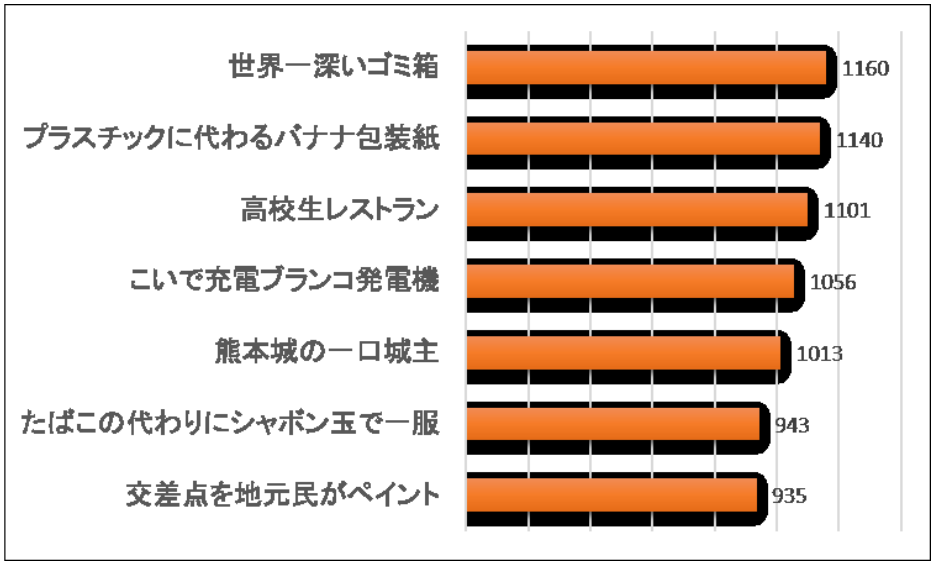
次に、「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「世界一深いゴミ箱」「高校生レストラン」が上位 3 事例だった（表 3-9）。

表 3-10　神奈川県庁評価集計表（地域への愛着が強くなると思うか）



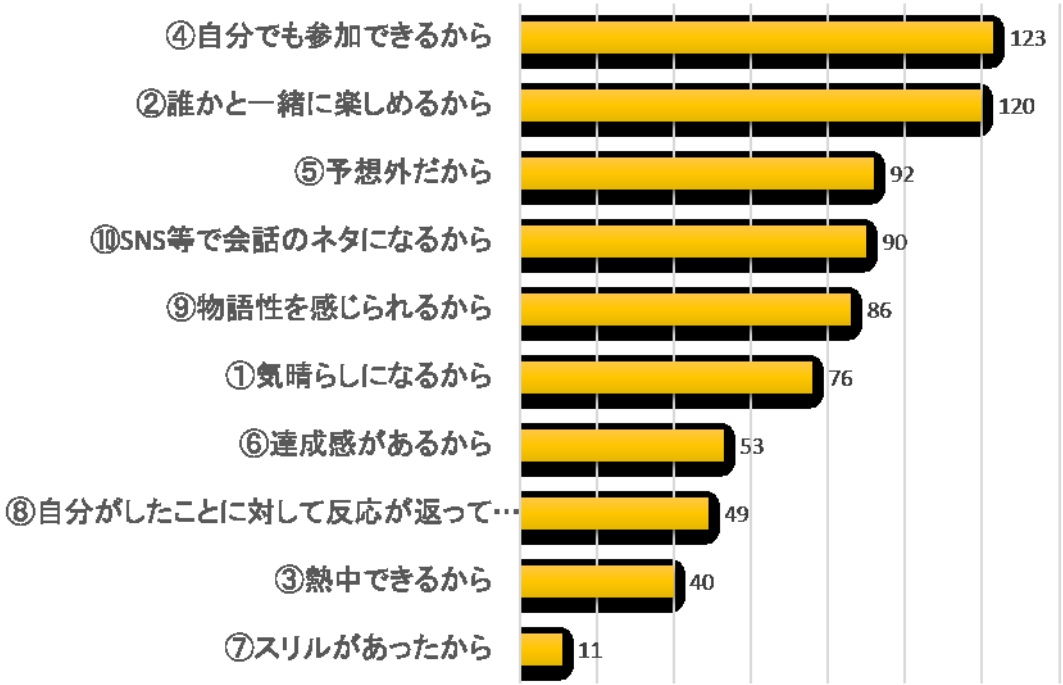
次に、「地域への愛着が高まると思う」取組としては、「高校生レストラン」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「世界一深いゴミ箱」が上位 3 事例だった（表 3-10）。

表 3-11　神奈川県庁評価集計表（トータル）



トータルとしては、「世界一深いゴミ箱」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「高校生レストラン」が上位 3 事例だった（表 3-11）。

表 3-12　神奈川県庁評価集計表（楽しい・面白いと思う理由）



さらに、「楽しい・面白いと思う理由」として選択された項目の上位は「自分でも参加できるから」「誰かと一緒に楽しめるから」「予想外だから」など、以下のとおりとなった（表 3-12）。

3.1.3　前橋市における評価内容

3 か所目の評価内容として、前橋市において実施した評価の概要、対象、方法、結果を以下に述べる。

3.1.3.1　概要

前橋市においては、前橋市役所主催の「前橋市シティプロモーション戦略の検討に係る市民ワークショップ」が 2019 年 12 月 12 日（日）13:00-16:30 に前橋市中央公民館 5 階会議室にて開催されたことに伴い、このワークショップの中で評価を行った。

本ワークショップは、前橋市のシティプロモーション戦略を市民創発で検討するにあたり、シ

ステム思考やデザイン思考を活用しながら問題定義を行うという流れで進められており、市民自らが設定した問題定義に従って解決策を考えるうえでの参考事例を知る、という位置づけで本研究にて扱っている事例の紹介および評価を行った。

3.1.3.2　対象

本評価の対象は、本ワークショップの参加者とした。

合計で 34 名。前橋市未来の芽創造課が募集を行い、事務局に申し込みを行った方が参加しており、前橋市の一般市民である民間企業社員、金融機関行員、地域活動を行う市民団体スタッフを中心に、大学生や前橋市職員を含む幅広い属性が集まった。

3.1.3.3　方法

評価方法は、本ワークショップの最後に次回ワークショップの参考事例紹介という形で行った。

慶應 SDM、神奈川県庁で実施した形式と同様に、評価者には「事例集」及び「事例評価シート」を配布し、シートに記載することにより各事例の評価項目の点数評価及び楽しさ要因の選択評価を行うものである。

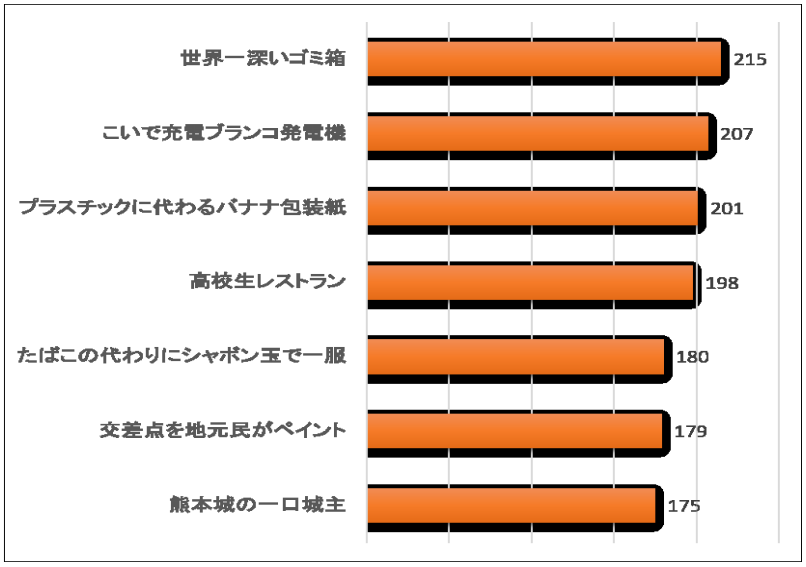
まず、筆者が事例集に掲載してある各事例についてスライドを使用し 1 分程度で紹介する。次に、評価者が「事例評価シート」の各欄を 30 秒から 1 分程度で記載する。これを事例ごとに繰り返す、という方法で実施した。

前橋市におけるワークショップでは、神奈川県庁と同様に時間的制約があることから、事例は 30 件ではなく、7 件のみをピックアップし、実施した。

3.1.3.4　結果

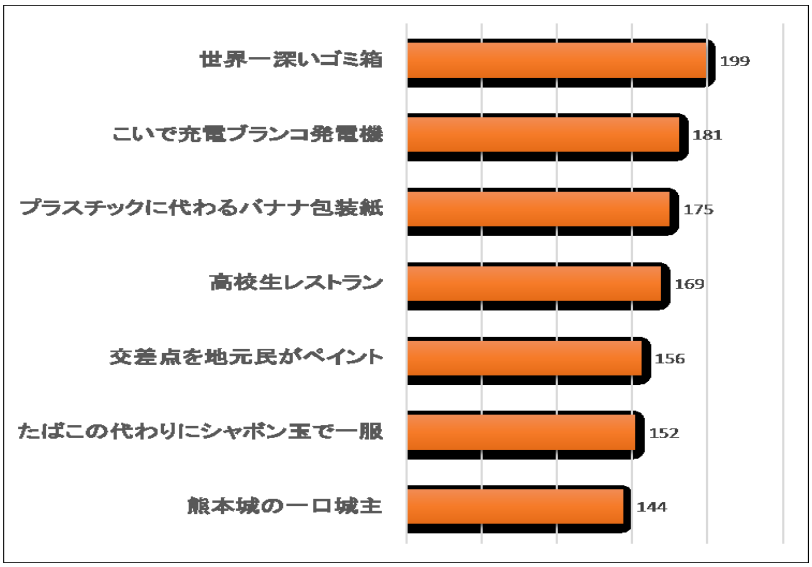
評価の結果、34 枚の「事例評価シート」が作成された。各シートを集計し、以下にその内容をまとめる。

表 3-13　前橋市評価集計表（この取組を「楽しい」「面白い」と思うか）



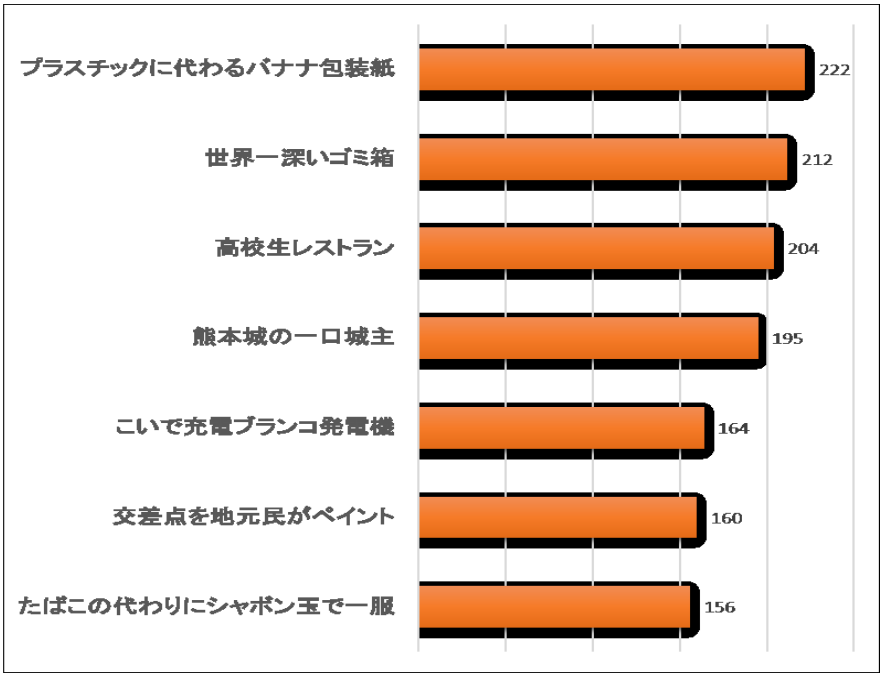
まず、「楽しい・面白いと思う」取組としては、「世界一深いゴミ箱」「こいで充電ブランコ発電機」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」が上位 3 事例だった（表 3-13）。

表 3-14　前橋市評価集計表（この取組に参加してみたいと思うか）



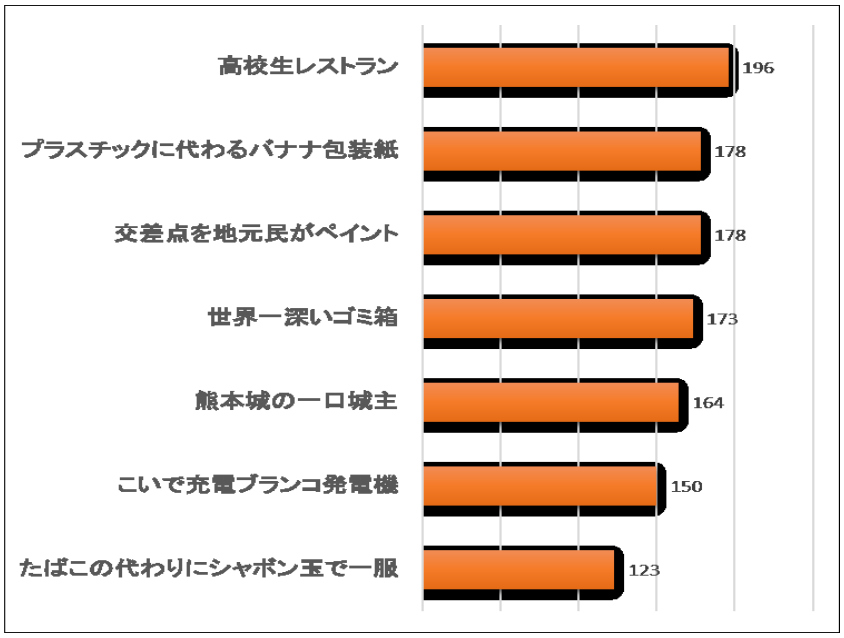
次に、「参加したいと思う」取組としては、「世界一深いゴミ箱」「こいで充電ブランコ発電機」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」が上位 3 事例だった（表 3-14）。

表 3-15　前橋市評価集計表（この取組を社会的意義が高いと思うか）



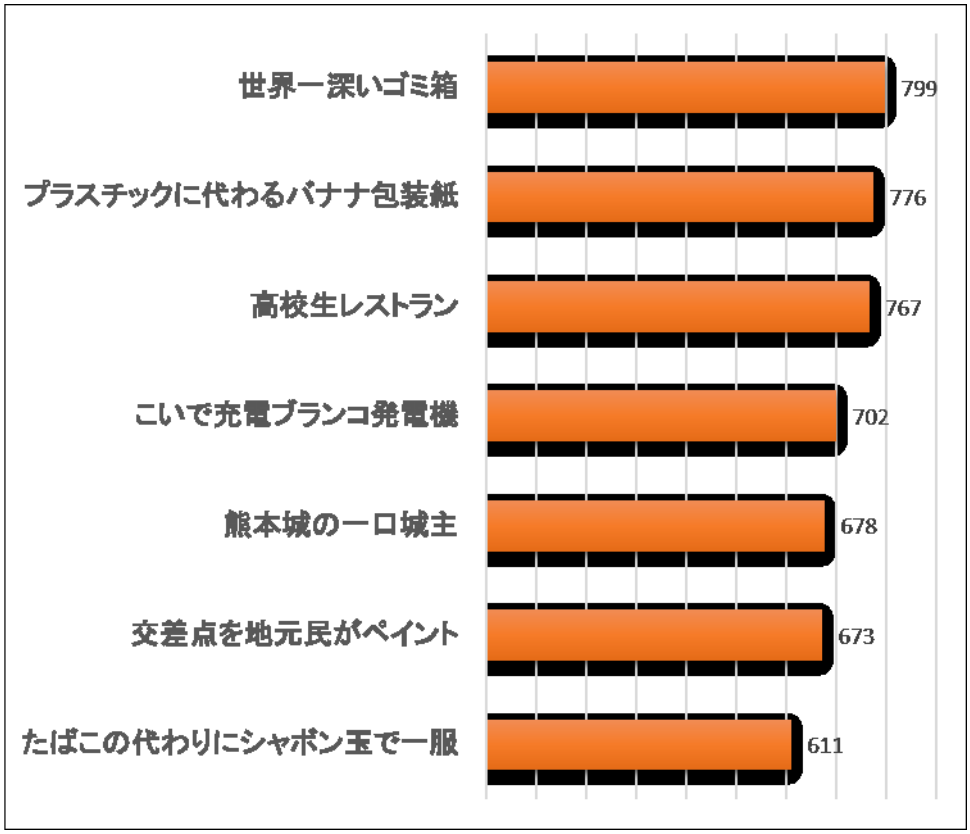
次に、「社会的意義があると思う」取組としては、「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「世界一深いゴミ箱」「高校生レストラン」が上位 3 事例だった（表 3-15）。

表 3-16　前橋市評価集計表（地域への愛着が強くなると思うか）



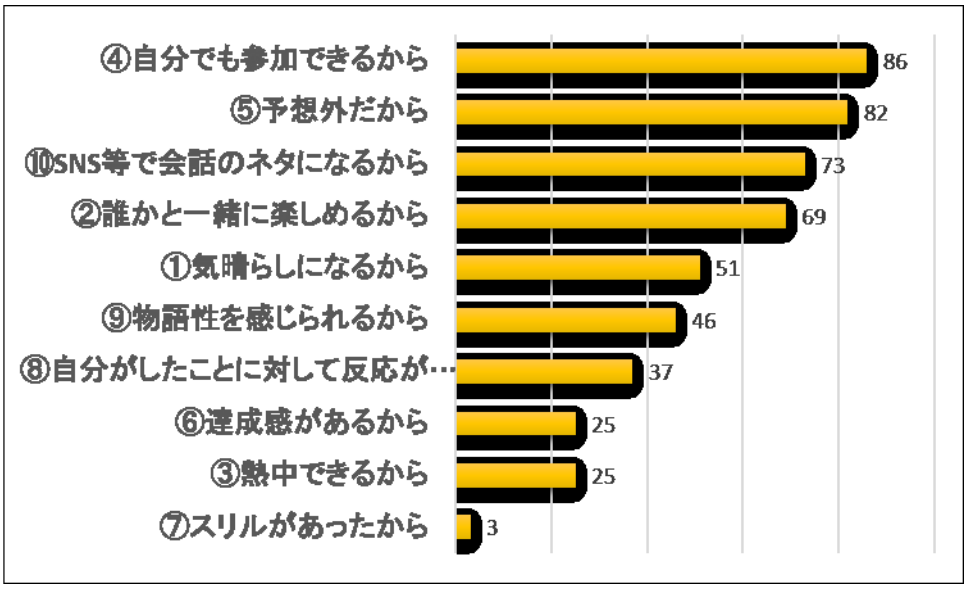
次に、「地域への愛着が高まると思う」取組としては、「高校生レストラン」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「交差点を地元民がペイント」が上位3事例だった（表 3-16）。

表 3-17　前橋市評価集計表（トータル）



トータルとしては、「世界一深いゴミ箱」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「高校生レストラン」が上位 3 事例だった（表 3-17）。

表 3-18　前橋市評価集計表（楽しい・面白いと思う理由）



さらに、「楽しい・面白いと思う理由」として選択された項目の上位は「自分でも参加できるから」「予想外だから」「SNS 等で会話のネタになるから」など、以上のとおりとなった（表 3-18）。

3.2 事例集の評価結果の分析

次に、事例集の評価結果について分析を行う。3.1 において述べた慶應 SDM、神奈川県庁、前橋市の 3 か所で実施した評価結果に基づき、相関分析や 2 軸図、標準偏差と平均などを用いて、それぞれ特徴的な傾向を明らかにする。

3.2.1　慶應 SDM における評価結果の分析

最初に、慶應 SDM において実施した評価結果に関する分析・考察を行う。慶應 SDM においては、36 名の評価者に対し、事例集に掲載した 30 事例全ての評価を得た。評価結果を基に、相関分析や 2 軸図、標準偏差と平均などを用いて分析を行う。

3.2.1.1　相関分析

まず、評価軸とした各項目の相関性を明らかにし、「楽しい地域参加」が成立する可能性を確認するために、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の各項目について、相関係数を抽出する（表 3-19）。

表 3-19　SDM 評価データの相関係数（４指標）

	この取組を「楽しい」「面白い」と思うか	この取組に参加してみたいと思うか	この取組を社会的意義が高いと思うか	地域への愛着が強くなると思うか
この取組を「楽しい」「面白い」と思うか	1.00			
この取組に参加してみたいと思うか	0.80	1.00		
この取組を社会的意義が高いと思うか	0.60	0.63	1.00	
地域への愛着が強くなると思うか	0.40	0.40	0.39	1.00

この結果、「楽しい・面白いと思うか」と「参加してみたいと思うか」は強い相関が、「楽しい・面白いと思うか」と「社会的意義が高いと思うか」、「参加してみたいと思うか」と「社会的意義が高いと思うか」、「参加してみたいと思うか」と「地域への愛着が強くなると思うか」は相関が、その他の数値も弱い相関があることがわかり、各項目に概ね相関が認められた。

次に、「楽しさ要因」の 10 項目についても相関係数を抽出する（表 3-20）。

表 3-20　SDM 評価データの相関係数（楽しさ要因）

	気晴らしになるから	誰かと一緒に楽しめるから	熱中できるから	自分でも参加できるから	予想外だから	達成感があるから	スリルがあったから	自分がしたことに対して反応が返ってくるから	物語性を感じられるから	SNS等で会話のネタになるから
気晴らしになるから	1.00									
誰かと一緒に楽しめるから	0.02	1.00								
熱中できるから	0.56	0.13	1.00							
自分でも参加できるから	0.12	0.23	0.26	1.00						
予想外だから	−0.31	−0.46	−0.43	−0.40	1.00					
達成感があるから	0.02	0.08	0.38	0.19	−0.49	1.00				
スリルがあったから	0.17	−0.25	0.36	0.00	0.08	0.08	1.00			
自分がしたことに対して反応が返ってくるから	0.08	−0.31	0.15	0.40	−0.21	0.18	0.11	1.00		
物語性を感じられるから	−0.56	0.15	−0.55	−0.19	−0.03	−0.08	−0.30	−0.19	1.00	
SNS等で会話のネタになるから	−0.38	−0.23	−0.44	−0.22	0.59	−0.37	−0.36	−0.36	0.16	1.00

「気晴らしになるから」と「熱中できるから」、「自分でも参加できるから」と「自分がしたことに対して反応が返ってくるから」、「予想外だから」と「SNS 等で会話のネタになるから」に相関がみられ、「誰かと一緒に楽しめるから」と「自分でも参加できるから」、「熱中できるから」と「自分でも参加できるから」、「熱中できるから」と「達成感があるから」、「熱中できるから」と「スリルがあったから」に弱い相関がみられた。

3.2.1.2　2 軸図

次に、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の各項目の中でどのような個別の事例が高く相関しているのかを明らかにするため、2 つの項目を座標軸とする 2 軸図を作成する。4 つの要素について全ての組み合わせを作成し、合計 6 種類の図を作成する。（図 3-1）（図 3-2）（図 3-3）（図 3-4）（図 3-5）（図 3-6）

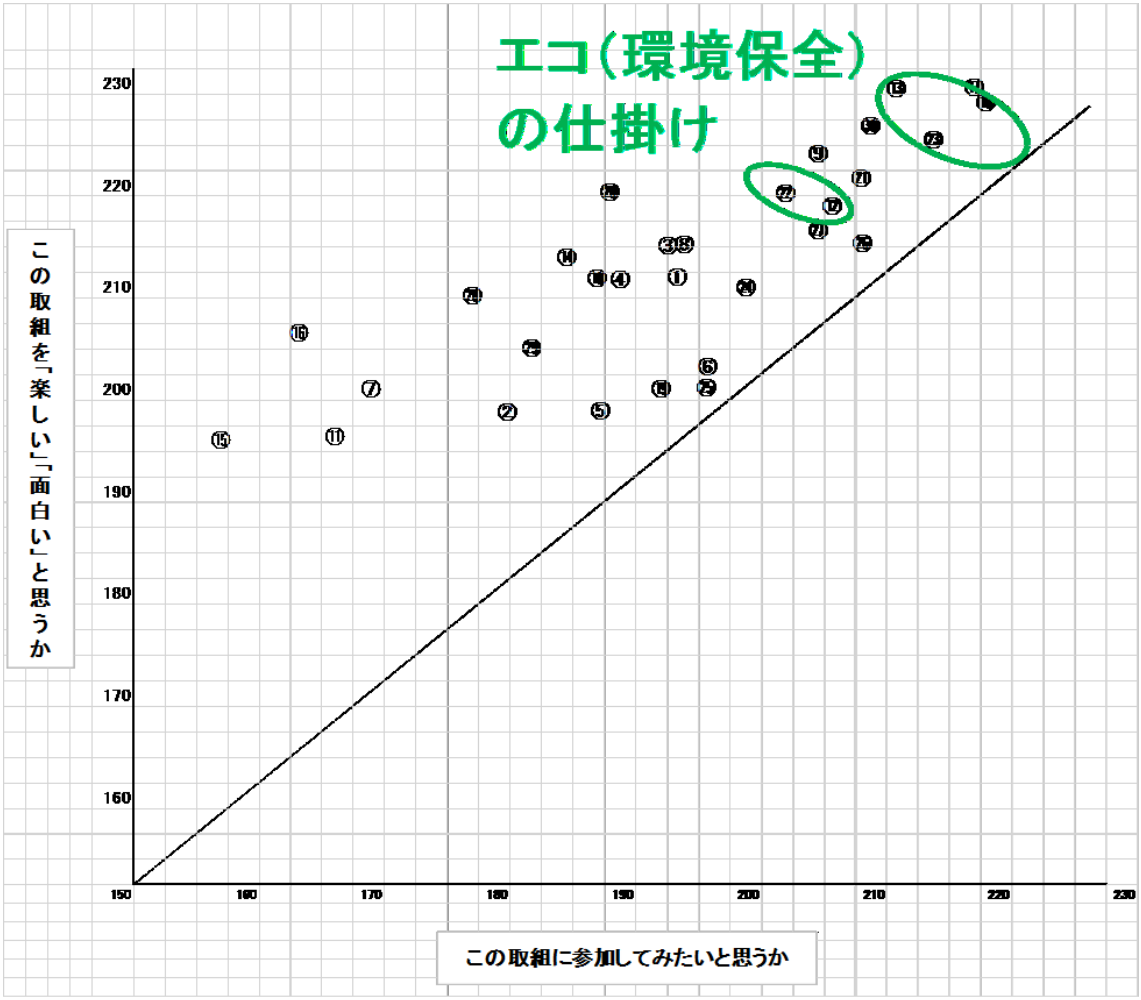


図 3-1　SDM 評価データの２軸図（楽しさ×参加）

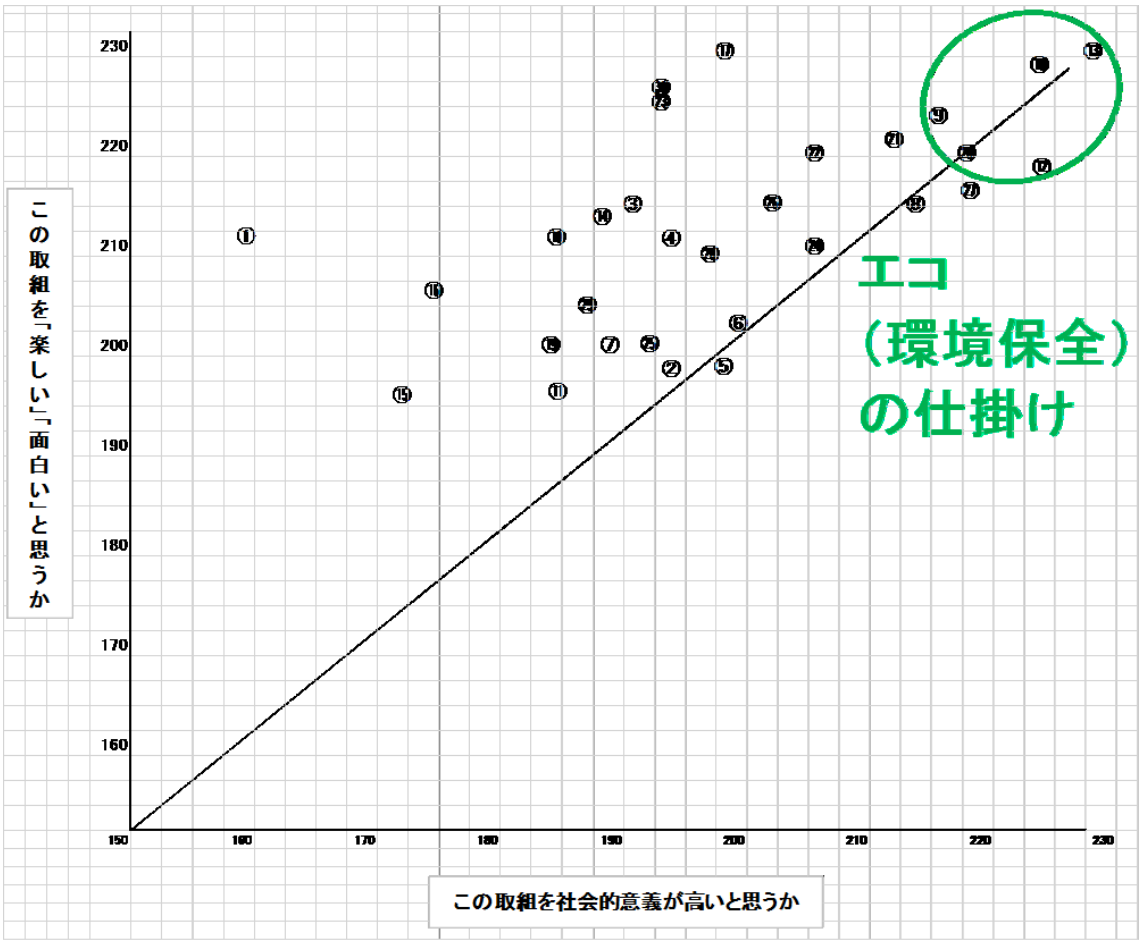


図 3-2　SDM 評価データの２軸図（楽しさ×社会的意義）

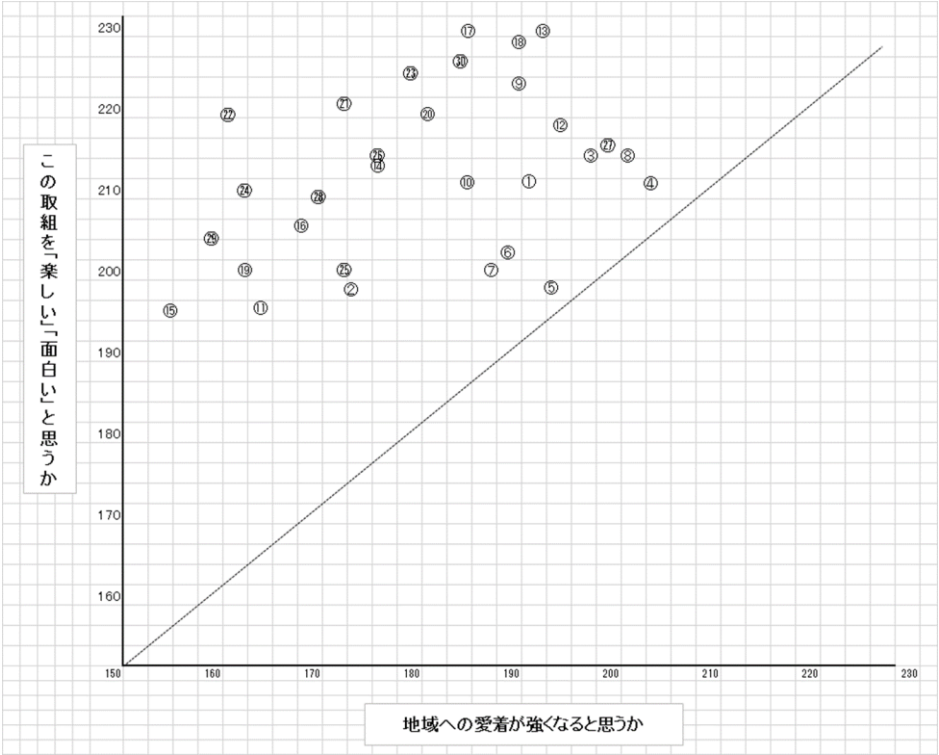


図 3-3　SDM 評価データの２軸図（楽しさ×地域への愛着）

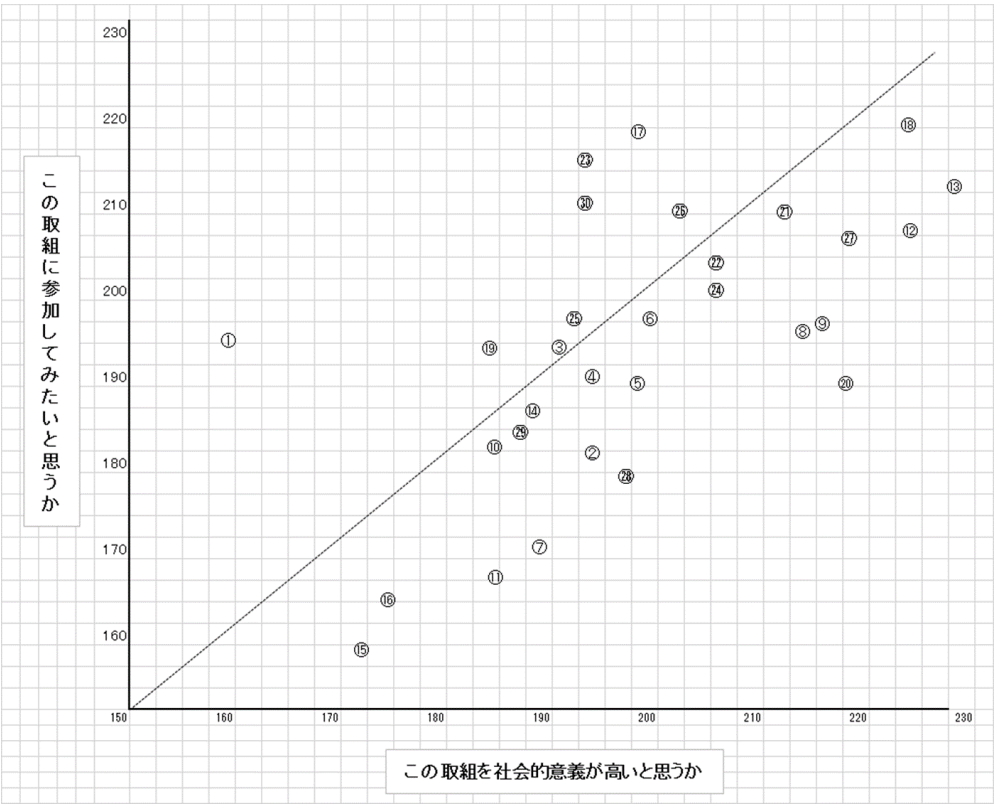


図 3-4　SDM 評価データの２軸図（参加×社会的意義）

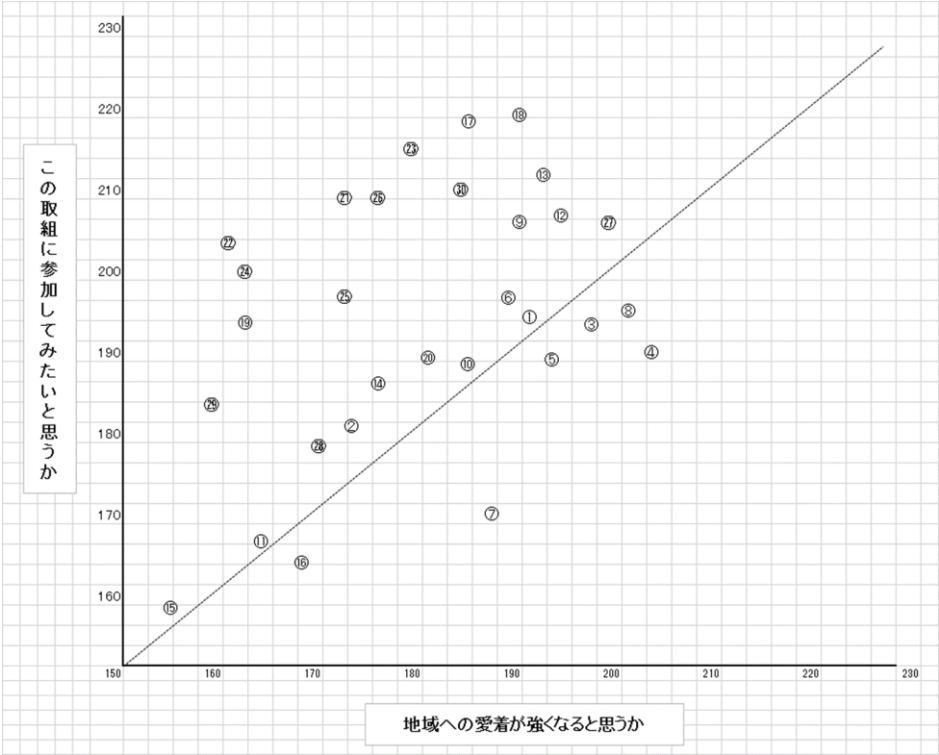


図 3-5　SDM 評価データの２軸図（参加×地域への愛着）

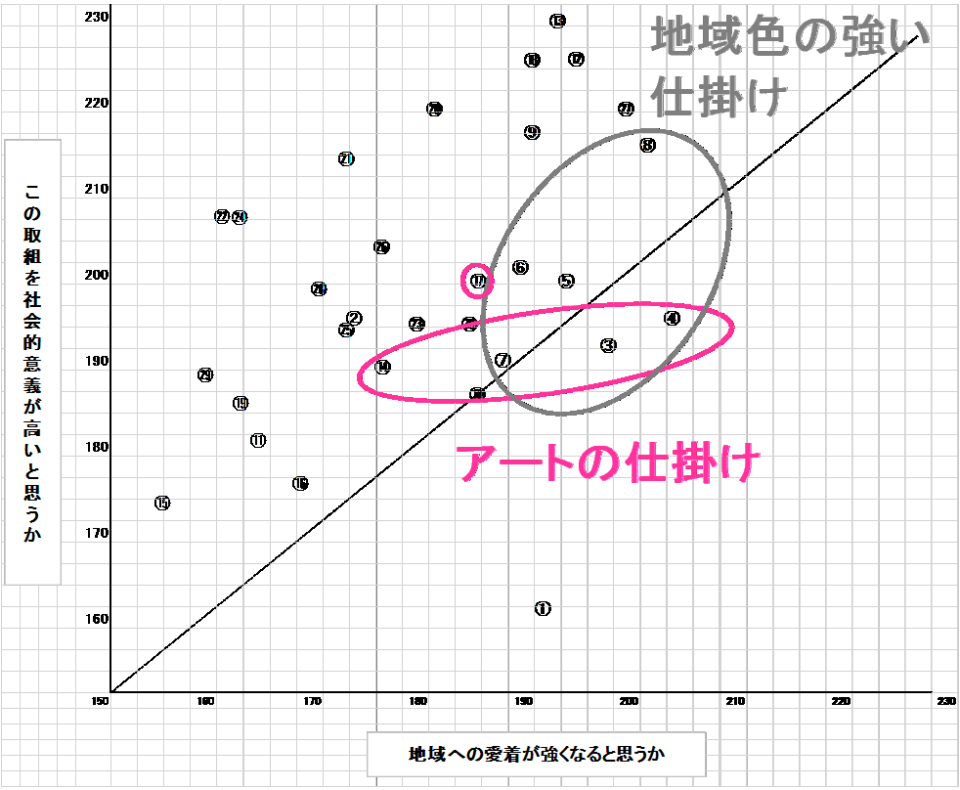


図 3-6　SDM 評価データの２軸図（社会的意義×地域への愛着）

図 4-1、図 4-2を見ると、「エコ（環境保全）」の仕掛けが「楽しい・面白い」「参加してみたい」、「楽しい・面白い」「社会的意義が高い」を両立しやすいという傾向がわかる。

また、図 4-6「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の2軸図を見ると、地域に根差した仕掛けが多いのと同時に、アートという要素を用いた仕掛けであることがわかる。

3.2.1.3　標準偏差と平均

最後に、各事例の特徴をより明らかにするため、事例別、評価項目別に標準偏差と平均値を抽出し、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の評価項目ごとに各事例をマッピングする。（図 3-7）（図 3-8）（図 3-9）（図 3-10）

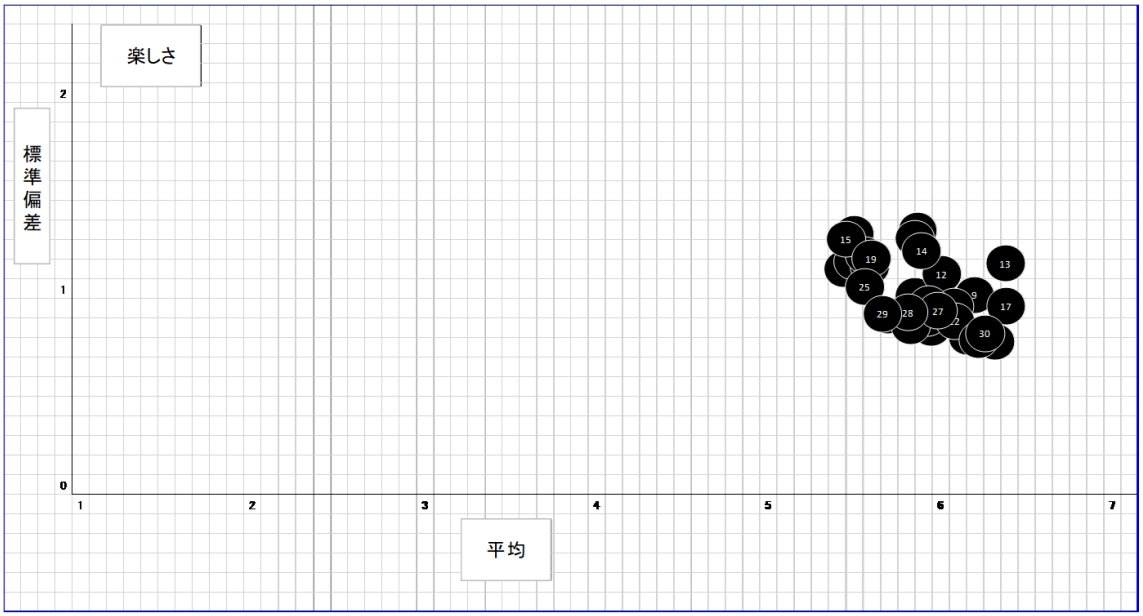


図 3-7　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（楽しさ）

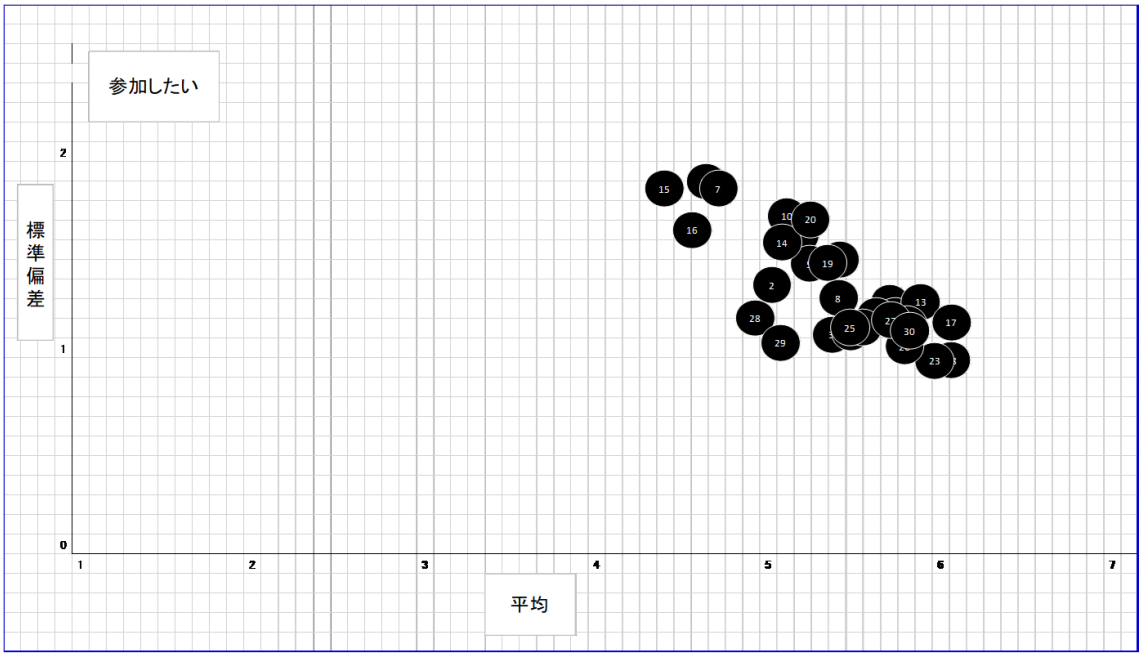


図 3-8　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（参加）

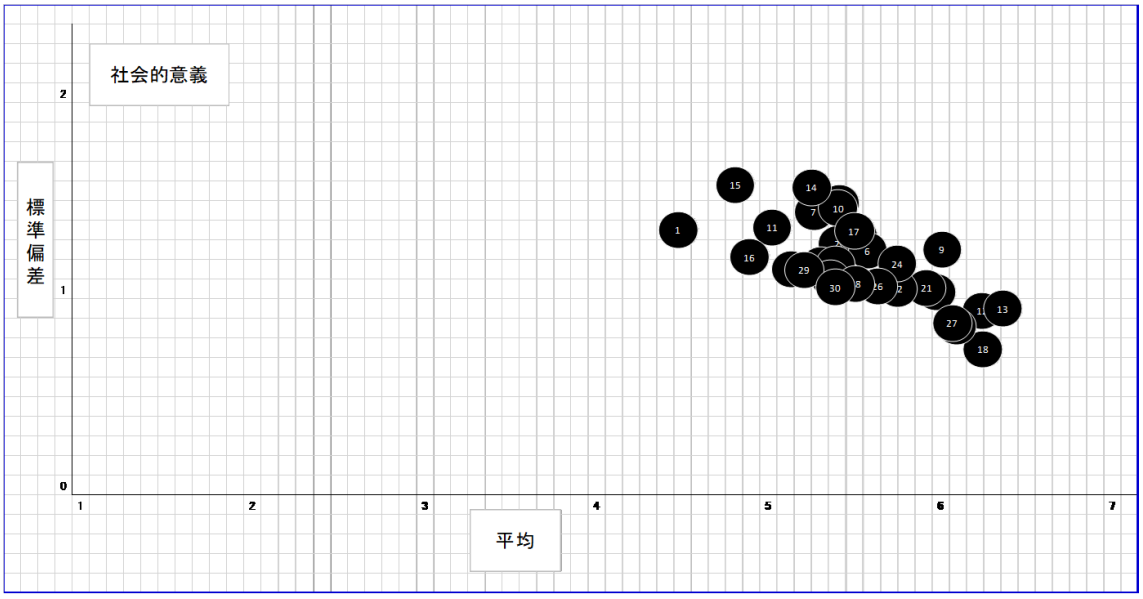


図 3-9　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（社会的意義）

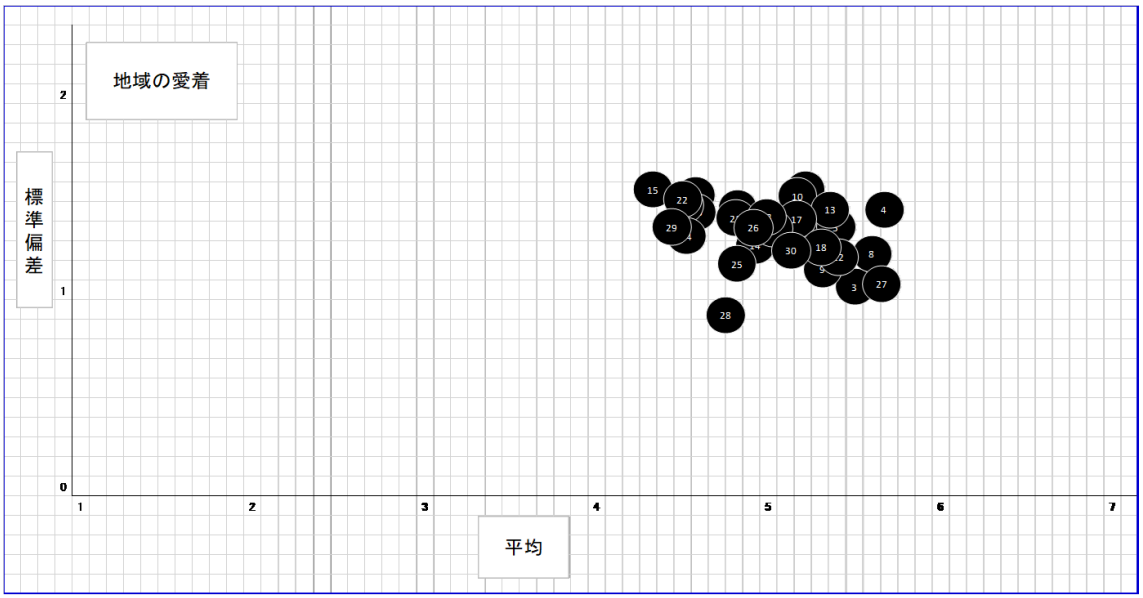


図 3-10　SDM 評価データの標準偏差と平均値の分布図（地域への愛着）

標準偏差を見てみると、概ね標準偏差 1 に近づくほど平均値が高くマッピングされているのが分かる。

3.2.2　神奈川県庁における評価結果の分析

次に、神奈川県庁において実施した評価結果に関する分析・考察を行う。神奈川県庁においては、49 名の評価者に対し、事例集に掲載した 30 事例のうち SDM で実施した評価において特徴的な傾向を示した 7 事例について評価を得た。評価結果を基に、相関分析や 2 軸図、標準偏差と平均などを用いて分析を行う。

3.2.2.1　相関分析

まず、慶應 SDM と同様、評価軸とした各項目の相関性を明らかにし、「楽しい地域参加」が成立する可能性を確認するために、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の各項目について、相関係数を抽出する。（表 3-21）

表 3-21　神奈川県庁評価データの相関係数（４指標）

	この取組を「楽しい」「面白い」と思うか	この取組に参加してみたいと思うか	この取組を社会的意義が高いと思うか	地域への愛着が強くなると思うか
この取組を「楽しい」「面白い」と思うか	1.00			
この取組に参加してみたいと思うか	0.99	1.00		
この取組を社会的意義が高いと思うか	0.49	0.47	1.00	
地域への愛着が強くなると思うか	0.31	0.34	0.76	1.00

「楽しい・面白いと思うか」と「参加してみたいと思うか」、「社会的意義が高いと思うか」と「地域への愛着が強くなると思うか」は強い相関が、「楽しい・面白いと思うか」と「社会的意義が高いと思うか」、「参加してみたいと思うか」と「社会的意義が高いと思うか」は相関が、その他の数値も弱い相関があることがわかり、各項目に概ね相関が認められた。

次に、「楽しさ要因」の 10 項目についても相関係数を抽出する（表 3-22）。

表 3-22　神奈川県庁評価データの相関係数（楽しさ要因）

	気晴らしになるから	誰かと一緒に楽しめるから	熱中できるから	自分でも参加できるから	予想外だから	達成感があるから	スリルがあったから	自分がしたことに対して反応が返ってくるから	物語性を感じられるから	SNS等で会話のネタになるから
気晴らしになるから	1.00									
誰かと一緒に楽しめるから	0.25	1.00								
熱中できるから	0.78	0.38	1.00							
自分でも参加できるから	0.27	−0.33	0.23	1.00						
予想外だから	0.16	−0.18	−0.07	−0.39	1.00					
達成感があるから	−0.26	−0.39	0.24	0.41	−0.42	1.00				
スリルがあったから	0.34	−0.11	0.34	0.10	0.49	0.17	1.00			
自分がしたことに対して反応が返ってくるから	−0.16	−0.63	−0.17	0.72	−0.06	0.53	0.46	1.00		
物語性を感じられるから	−0.73	−0.15	−0.74	−0.48	−0.31	−0.06	−0.50	−0.19	1.00	
SNS等で会話のネタになるから	−0.56	−0.46	−0.58	−0.48	0.66	−0.08	−0.01	0.01	0.27	1.00

「気晴らしになるから」と「熱中できるから」、「自分でも参加できるから」と「自分がしたことに対し

て反応が返ってくるから」に強い相関がみられたほか、「予想外だから」と「スリルがあったから」、「予想外だから」と「SNS 等で会話のネタになるから」、「達成感があるから」と「自分がしたことに対して反応が返ってくるから」、「スリルがあったから」と「自分がしたことに対して反応が返ってくるから」には相関が、「気晴らしになるから」と「誰かと一緒に楽しめるから」、「気晴らしになるから」と「自分でも参加できるから」、「誰かと一緒に楽しめるから」と「熱中できるから」、「熱中できるから」と「自分でも参加できるから」、「熱中できるから」と「達成感があるから」、「熱中できるから」と「スリルがあったから」、「物語性を感じられるから」と「SNS 等で会話のネタになるから」に弱い相関がみられた。

3.2.2.2　2 軸図

次に、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の各項目の中でどのような個別の事例が高く相関しているのかを明らかにするため、2 つの項目を座標軸とする 2 軸図を作成した。4 つの要素について全ての組み合わせを作成し、合計 6 種類の図を作成する。（図 3-11）（図 3-12）（図 3-13）（図 3-14）（図 3-15）（図 3-16）

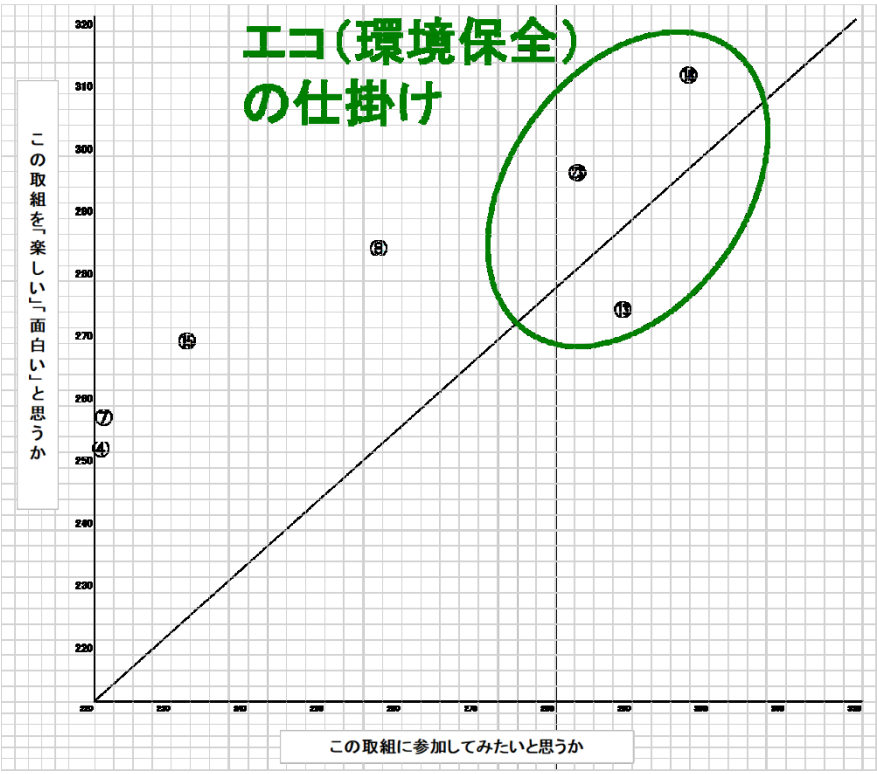


図 3-11　神奈川県庁評価データの２軸図（楽しさ×参加）

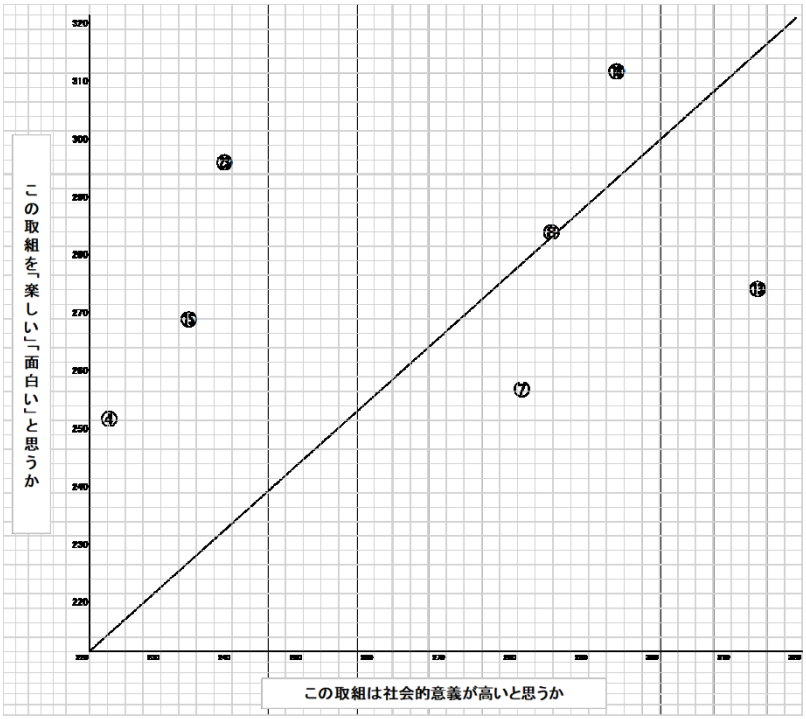


図 3-12　神奈川県庁評価データの２軸図（楽しさ×社会的意義）

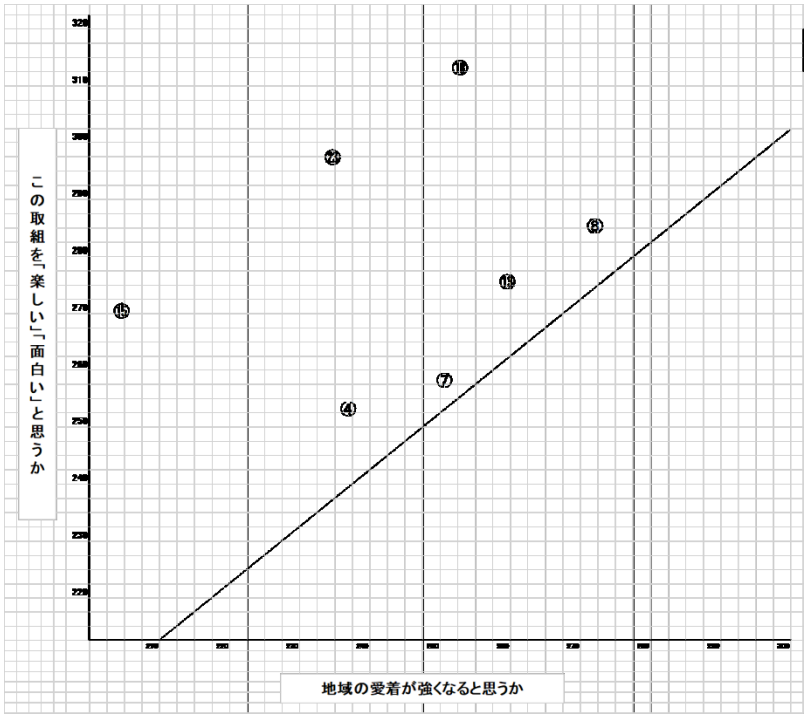


図 3-13　神奈川県庁評価データの２軸図（楽しさ×地域への愛着）

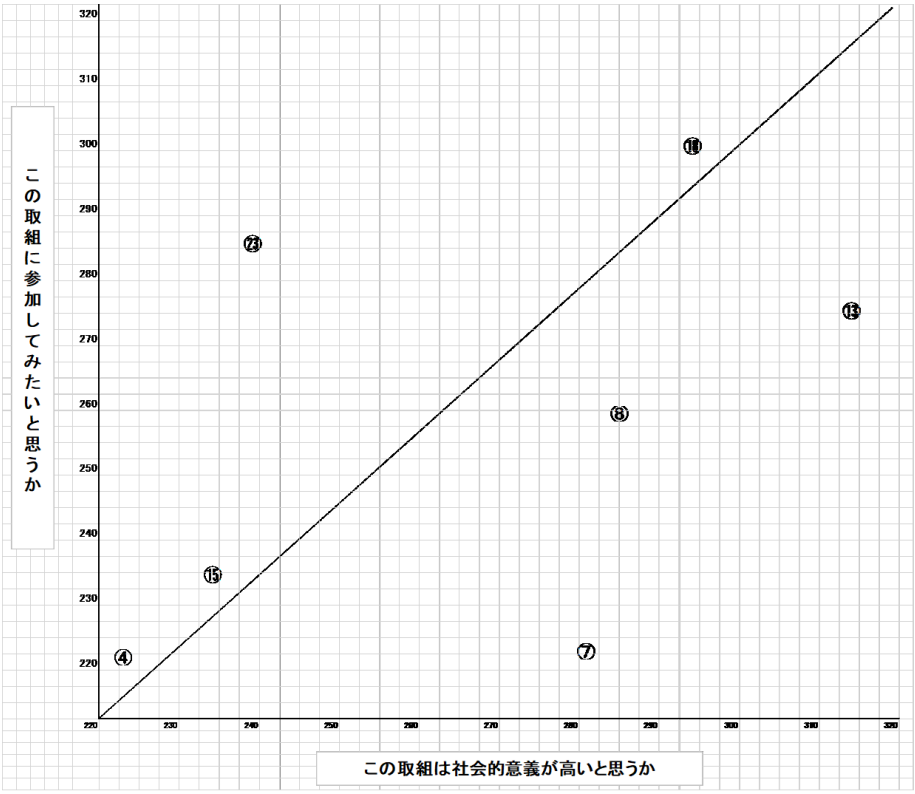


図 3-14　神奈川県庁評価データの２軸図（参加×社会的意義）

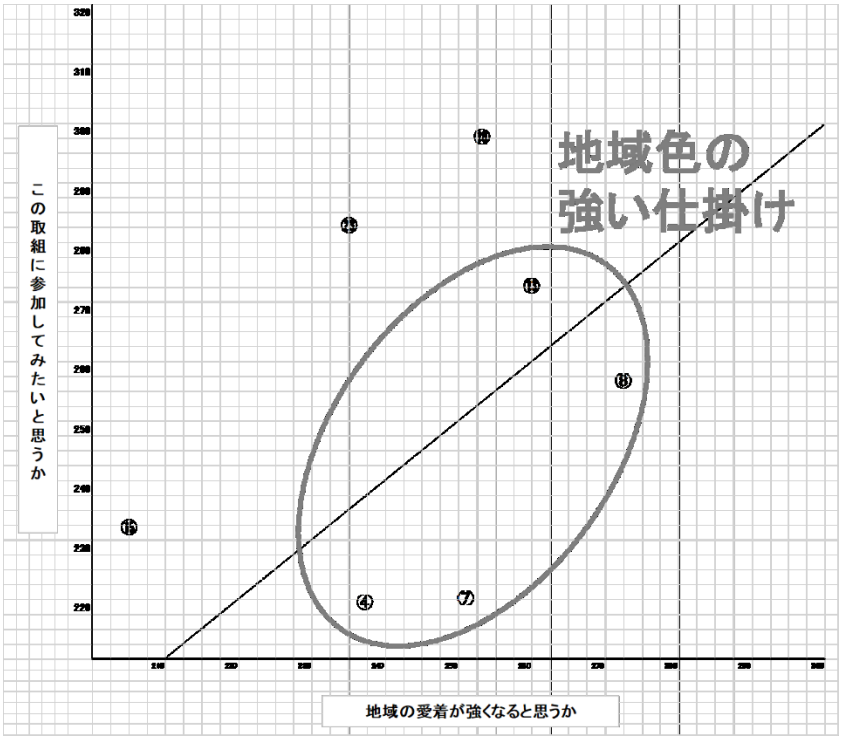


図 3-15　神奈川県庁評価データの２軸図（参加×地域への愛着）

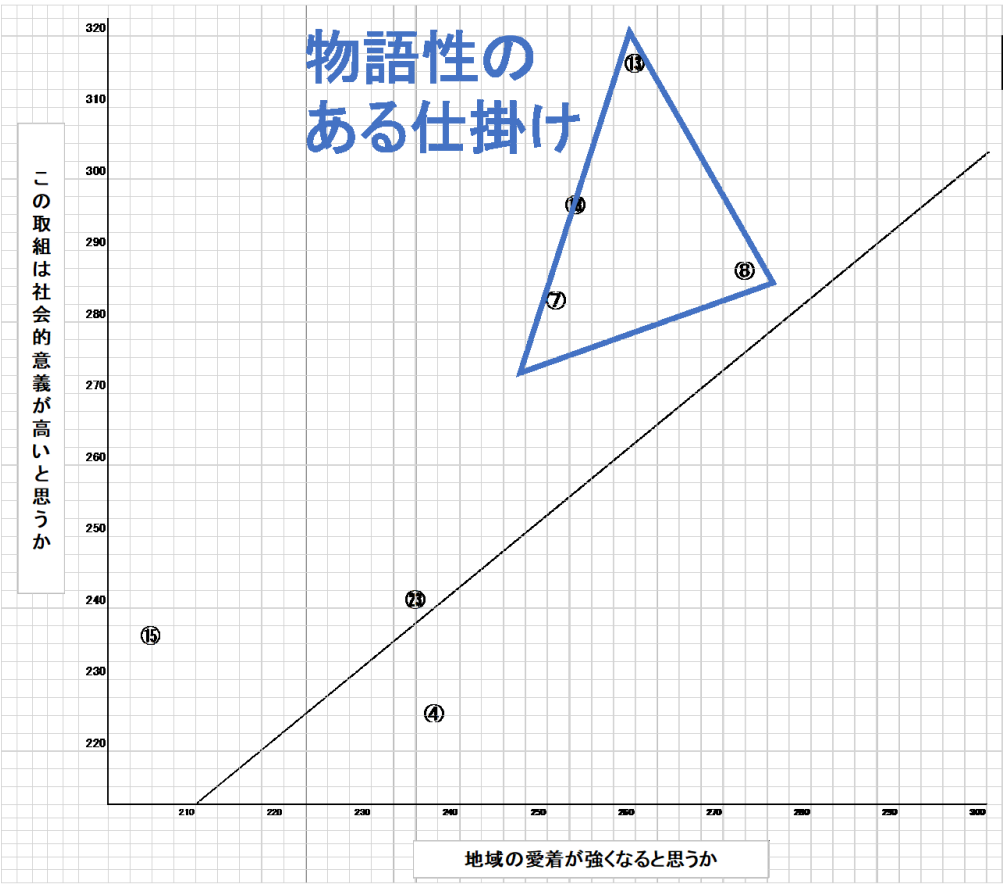


図 3-16　神奈川県庁評価データの２軸図（社会的意義×地域への愛着）

SDM の傾向と同様に、「エコ（環境保全）」に関する仕掛けが「楽しい・面白い」「参加してみたい」、「楽しい・面白い」「社会的意義が高い」要素を両立しやすいことがわかる。

また、「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の2軸については、やはり SDM と同様に地域色の強い仕掛けや物語性のある仕掛けがマッピングされているのがわかる。

3.2.2.3　標準偏差と平均

最後に、各事例の特徴をより明らかにするため、事例別、評価項目別に標準偏差と平均値を抽出し、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の項目ことに各事例をマッピングする図を作成する。（図 3-17）（図 3-18）（図 3-19）（図 3-20）

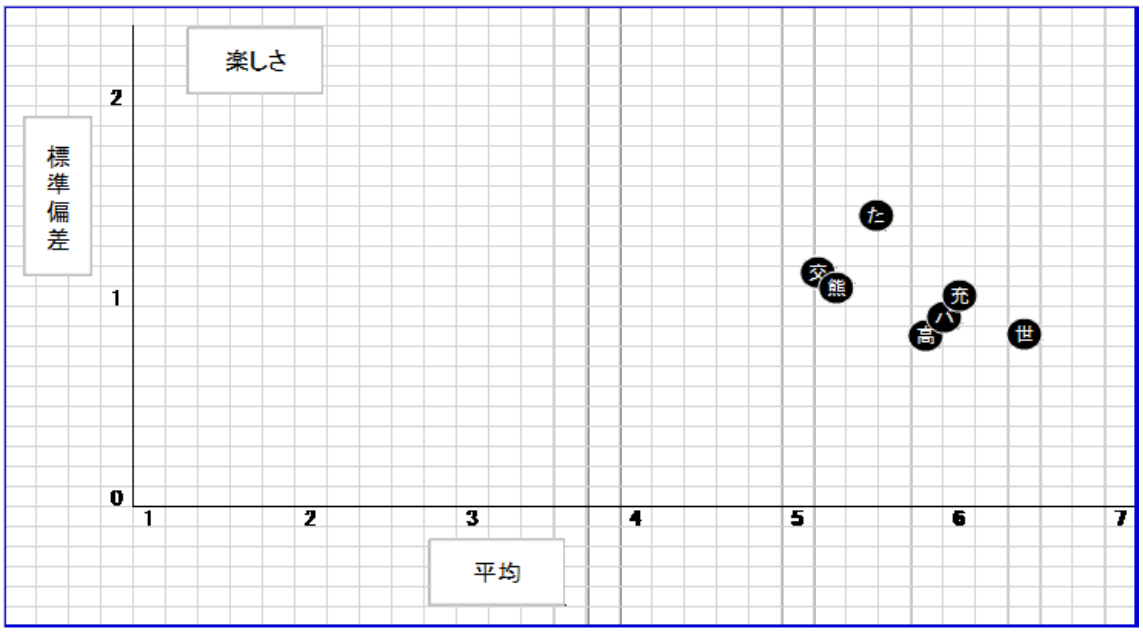


図 3-17　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（楽しさ）

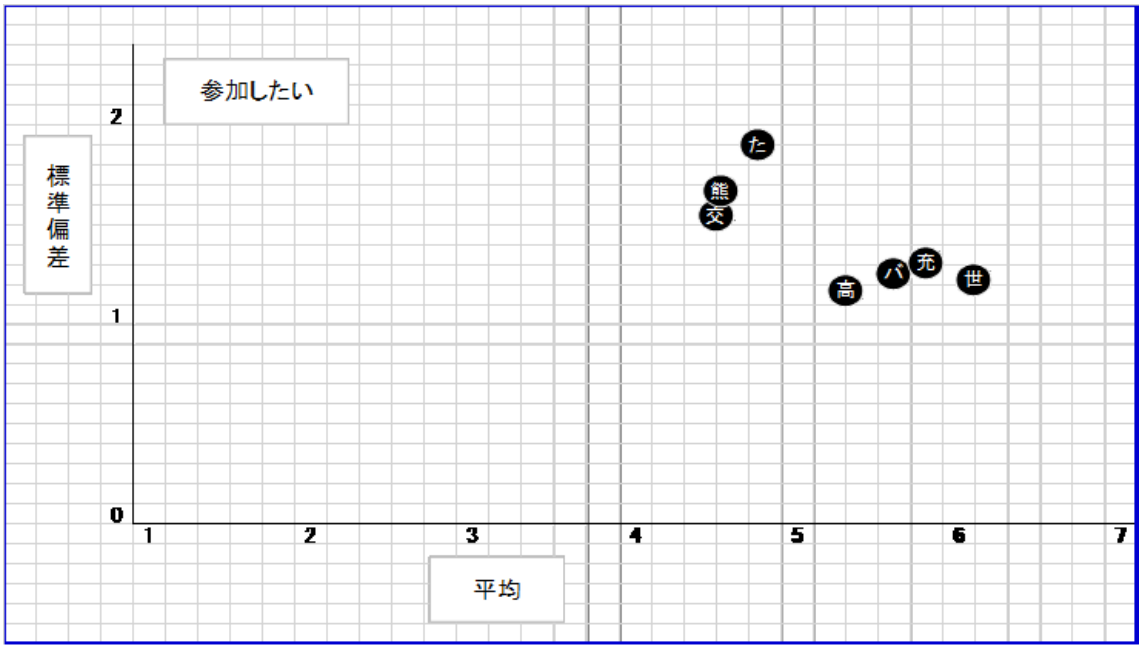


図 3-18　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（参加）

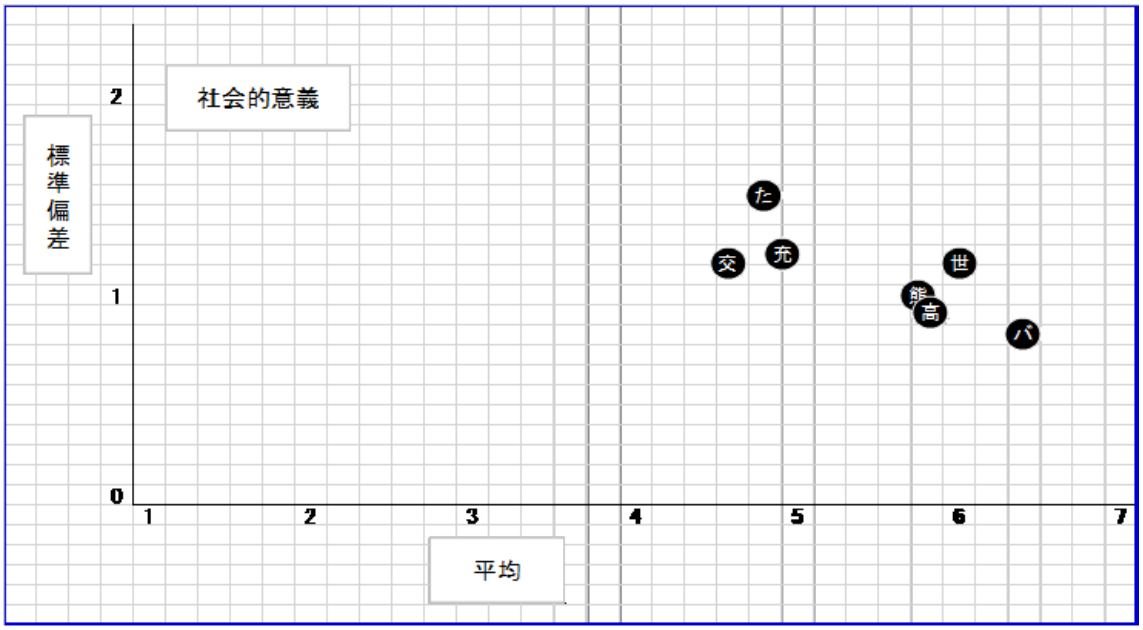


図 3-19　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（社会的意義）

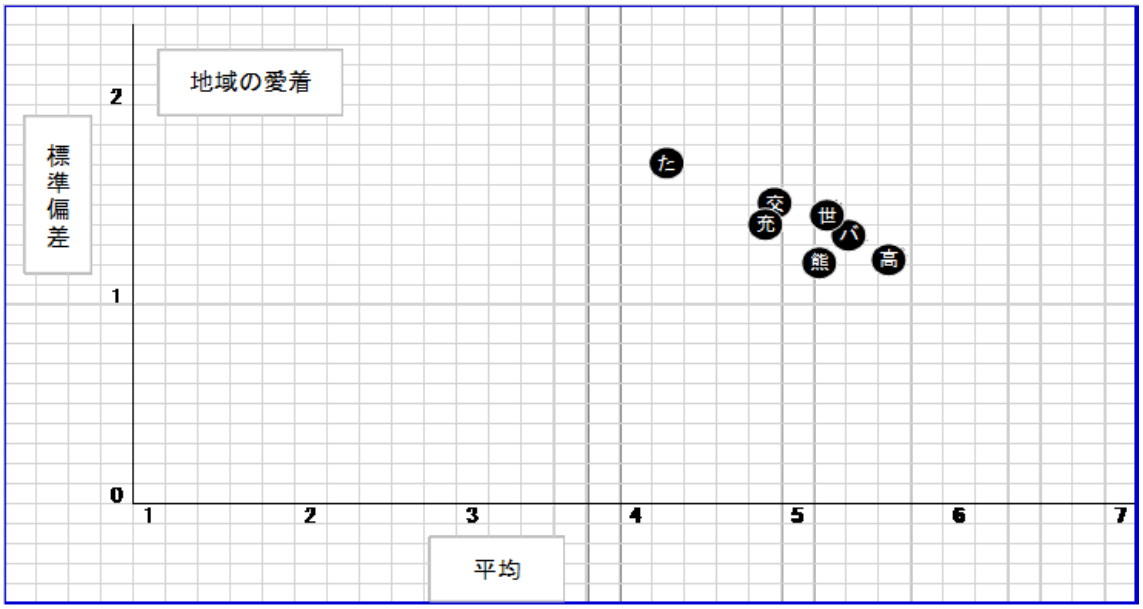


図 3-20　神奈川県庁評価データの標準偏差と平均値の分布図（地域への愛着）

標準偏差を見てみると、SDM と同様に、概ね標準偏差 1 に近づくほど平均値が高くマッピングされているのが分かる。

3.2.3　前橋市における評価結果の分析

前橋市において実施した評価結果に関する分析・考察を行う。前橋市においては、34 名の評価者に対し、事例集に掲載した 30 事例のうち神奈川県庁での評価と同じ 7 事例について評価を得た。評価結果を基に、相関分析や 2 軸図、標準偏差と平均などを用いて分析を行う。

3.2.3.1　相関分析

まず、慶應 SDM や神奈川県庁と同様、評価軸とした各項目の相関性を明らかにし、「楽しい地域参加」が成立する可能性を確認するために、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の各項目について、相関係数を抽出する。（表 3-23）

表 3-23　前橋市評価データの相関係数（4 指標）

	この取組を「楽しい」「面白い」と思うか	この取組に参加してみたいと思うか	この取組を社会的意義が高いと思うか	地域への愛着が強くなると思うか
この取組を「楽しい」「面白い」と思うか	1.00			
この取組に参加してみたいと思うか	0.98	1.00		
この取組を社会的意義が高いと思うか	0.48	0.44	1.00	
地域への愛着が強くなると思うか	0.27	0.27	0.64	1.00

「楽しい・面白いと思うか」と「参加してみたいと思うか」は強い相関が、「楽しい・面白いと思うか」と「社会的意義が高いと思うか」、「参加してみたいと思うか」と「社会的意義が高いと思うか」、「社会的意義が高いと思うか」と「地域への愛着が強くなると思うか」は相関が、その他の数値も弱い相関があることがわかり、各項目に概ね相関が認められた。

次に、「楽しさ要因」の 10 項目についても相関係数を抽出する（表 3-24）。

表 3-24　前橋市評価データの相関係数（楽しさ要因）

	気晴らしになるから	誰かと一緒に楽しめるから	熱中できるから	自分でも参加できるから	予想外だから	達成感があるから	スリルがあったから	自分がしたことに対して反応が返ってくるから	物語性を感じられるから	SNS等で会話のネタになるから
気晴らしになるから	1.00									
誰かと一緒に楽しめるから	0.13	1.00								
熱中できるから	0.22	0.91	1.00							
自分でも参加できるから	0.58	−0.07	0.10	1.00						
予想外だから	−0.16	−0.69	−0.58	−0.33	1.00					
達成感があるから	−0.26	0.19	0.48	0.19	−0.25	1.00				
スリルがあったから	0.49	0.19	0.53	0.63	−0.01	0.46	1.00			
自分がしたことに対して反応が返ってくるから	0.06	−0.42	−0.26	0.74	0.02	0.15	0.44	1.00		
物語性を感じられるから	−0.67	−0.11	−0.20	−0.81	0.15	0.03	−0.63	−0.40	1.00	
SNS等で会話のネタになるから	−0.30	−0.05	−0.17	0.19	0.06	−0.05	−0.03	0.23	−0.46	1.00

「誰かと一緒に楽しめるから」と「熱中できるから」、「自分でも参加できるから」と「自分がしたことに対して反応が返ってくるから」に強い相関がみられたほか、「気晴らしになるから」と「自分でも参加できるから」、「気晴らしになるから」と「スリルがあったから」、「熱中できるから」と「達成感があるから」、「熱中できるから」と「達成感があるから」、「自分でも参加できるから」と「スリルがあったから」、「達成感があるから」と「スリルがあったから」、「スリルがあったから」と「自分がしたことに対して反応が返ってくるから」には相関が、「気晴らしになるから」と「熱中できるから」、「自分がしたことに対して反応が返ってくるから」と「SNS 等で会話のネタになるから」に弱い相関がみられた。

3.2.3.2　2 軸図

次に、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の各項目の中でどのような個別の事例が高く相関しているのかを明らかにするため、2 つの項目を座標軸とする 2 軸図を作成する。4 つの要素について全ての組み合わせを作成し、合計 6 種類の図を作成する。（図 3-21）（図 3-22）（図 3-23）（図 3-24）（図 3-25）（図 3-26）

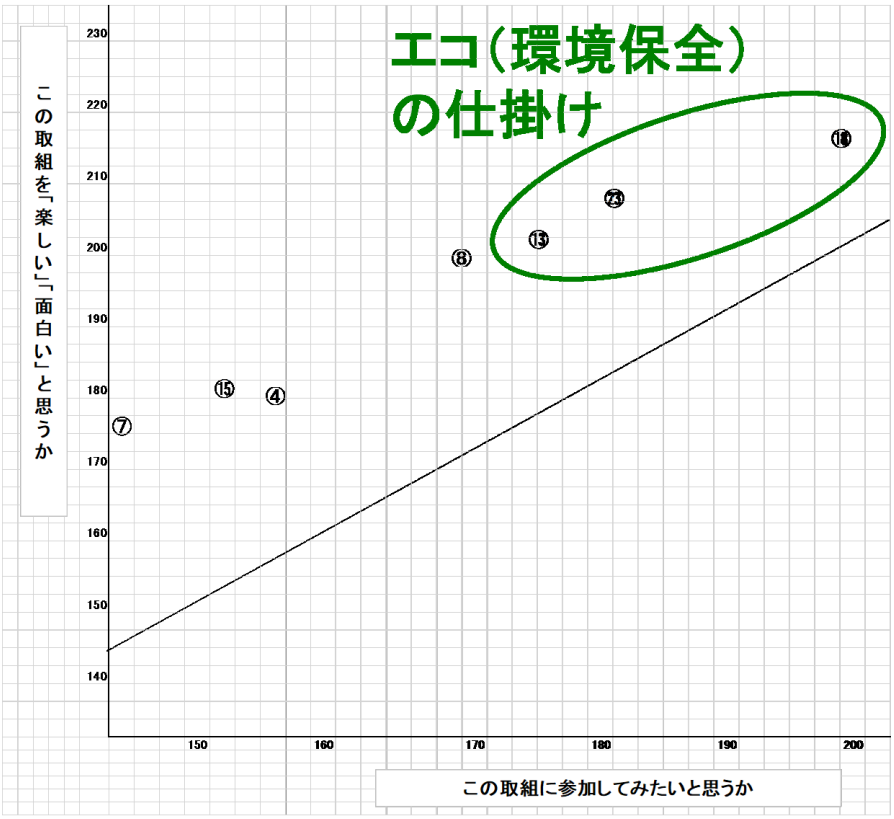


図 3-21　前橋市評価データの２軸図（楽しさ×参加）

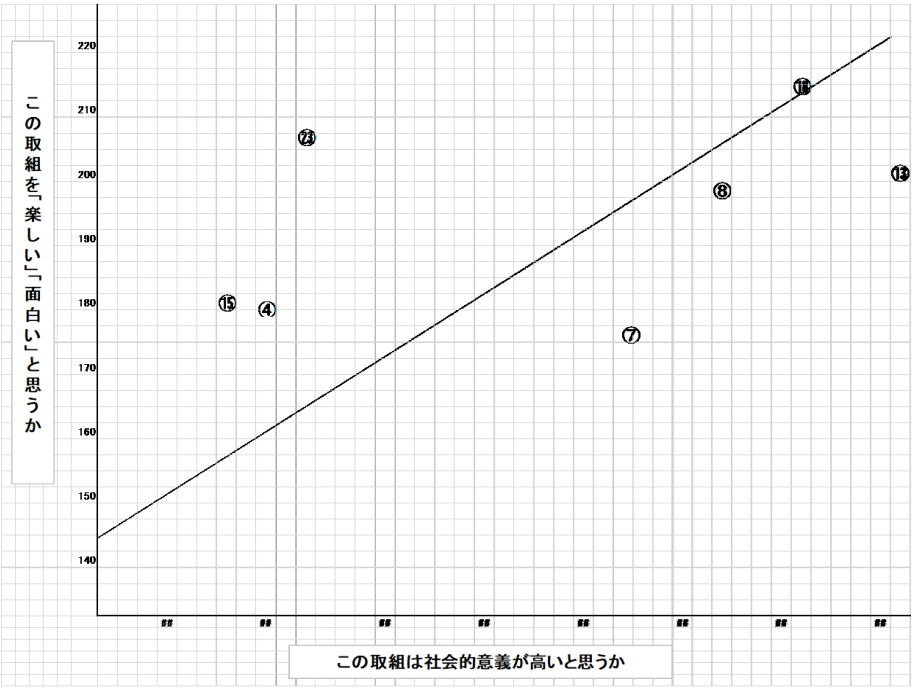


図 3-22　前橋市評価データの２軸図（楽しさ×社会的意義）

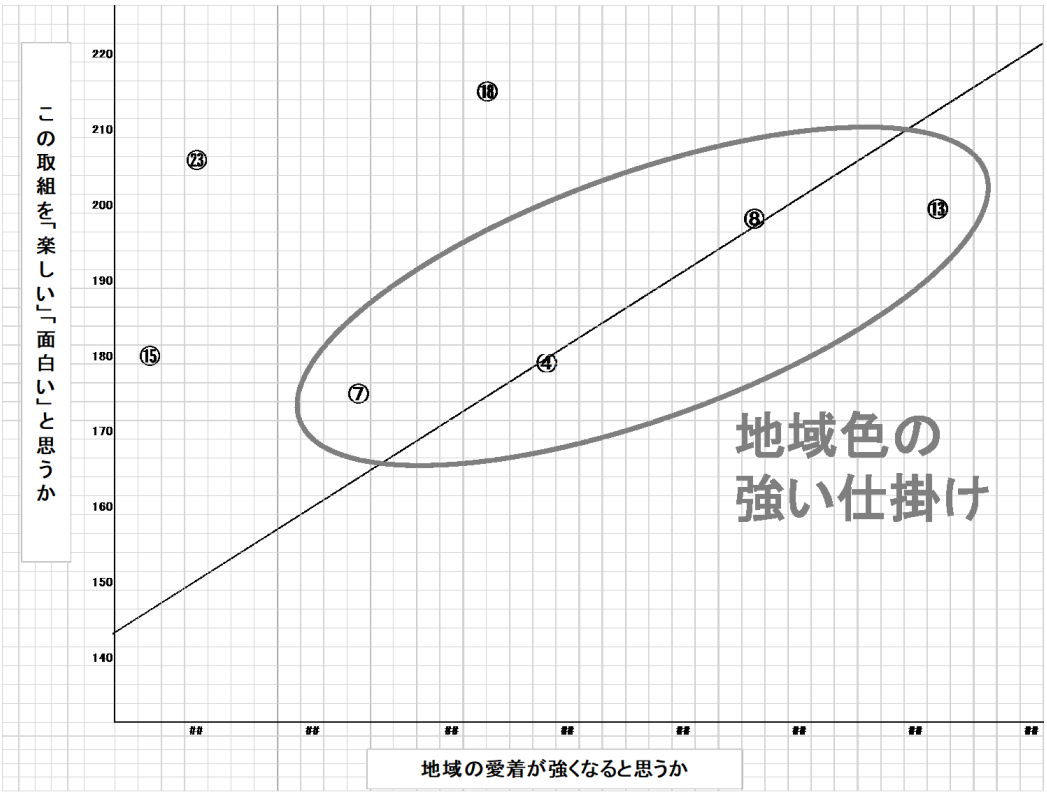


図 3-23　前橋市評価データの２軸図（楽しさ×地域への愛着）

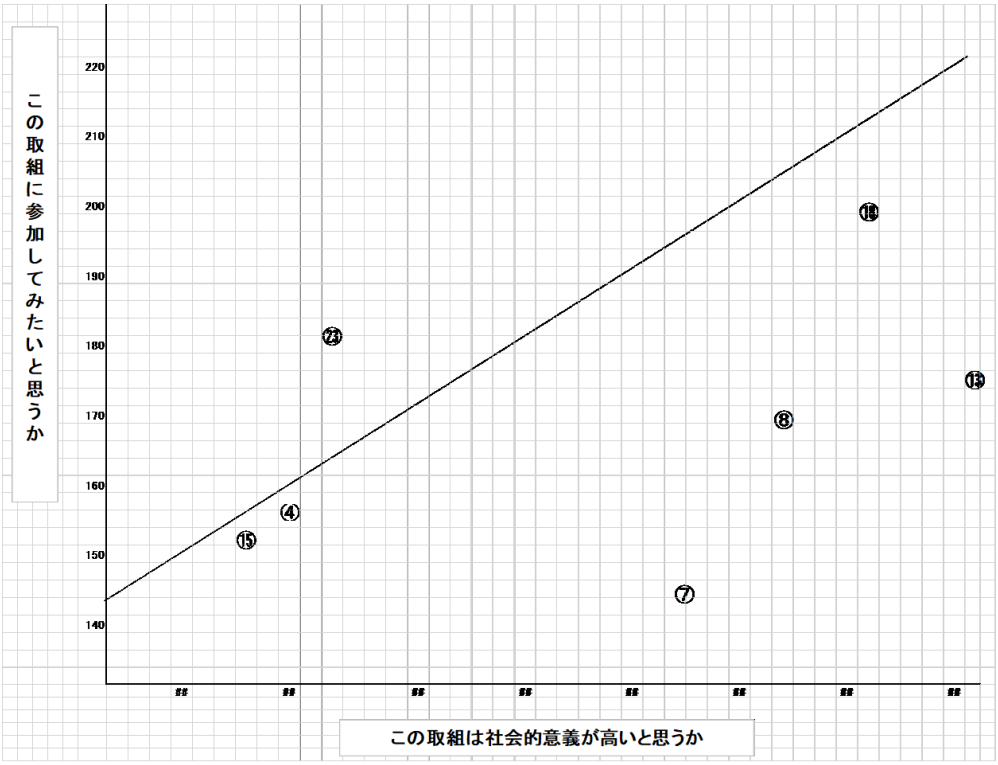


図 3-24　前橋市評価データの２軸図（参加×社会的意義）

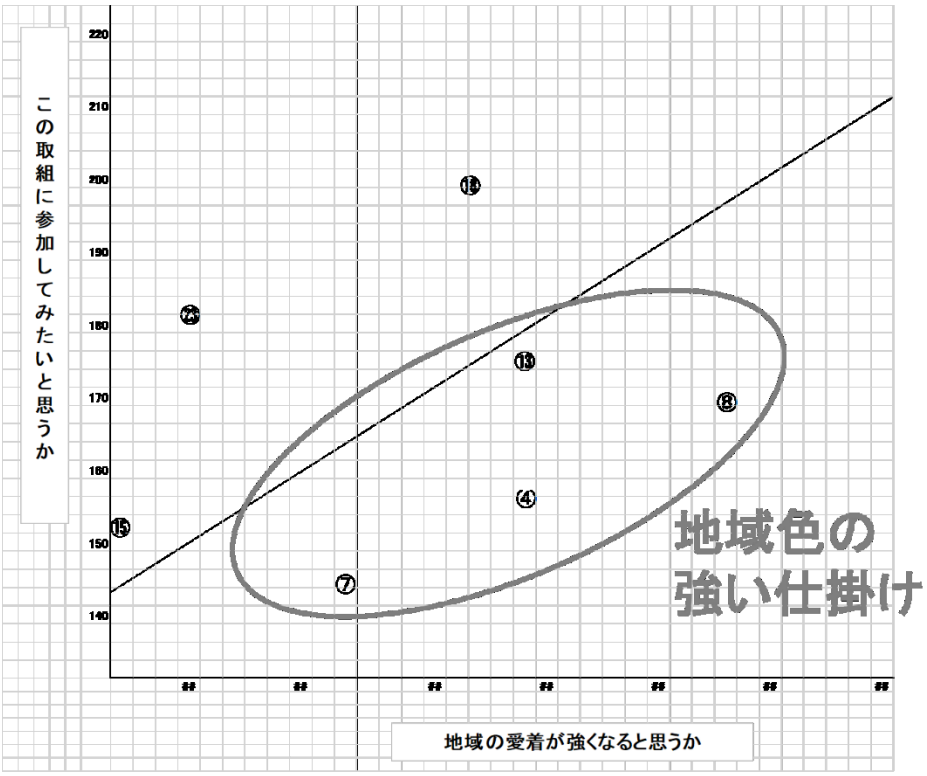


図 3-25　前橋市評価データの２軸図（参加×地域への愛着）

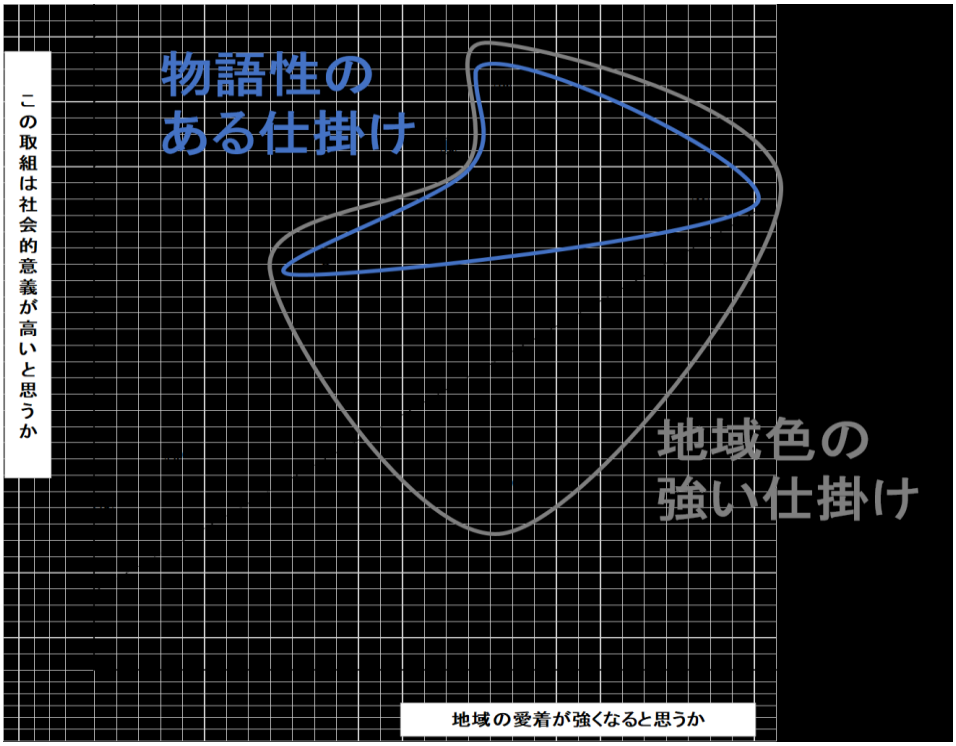


図 3-26　前橋市評価データの２軸図（社会的意義×地域への愛着）

ここでも SDM や神奈川県庁と同様に、「エコ（環境保全）」の仕掛けが「楽しい・面白い」「参加してみたい」を両立しやすい傾向がわかる。

また、「地域への愛着が高まる」という項目に地域に根差した仕掛けが多いのと同時に、神奈川県庁と同様に「社会的意義」と「地域への愛着」を両立しやすいのは物語性のある仕掛けであることがわかる。

3.2.3.3　標準偏差と平均

最後に、各事例の特徴をより明らかにするため、事例別、評価項目別に標準偏差と平均値を抽出し、「楽しい・面白いと思うか」「参加してみたいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が高まると思うか」の項目ことに各事例をマッピングする図を作成する。（図 3-27）（図 3-28）（図 3-29）（図 3-30）

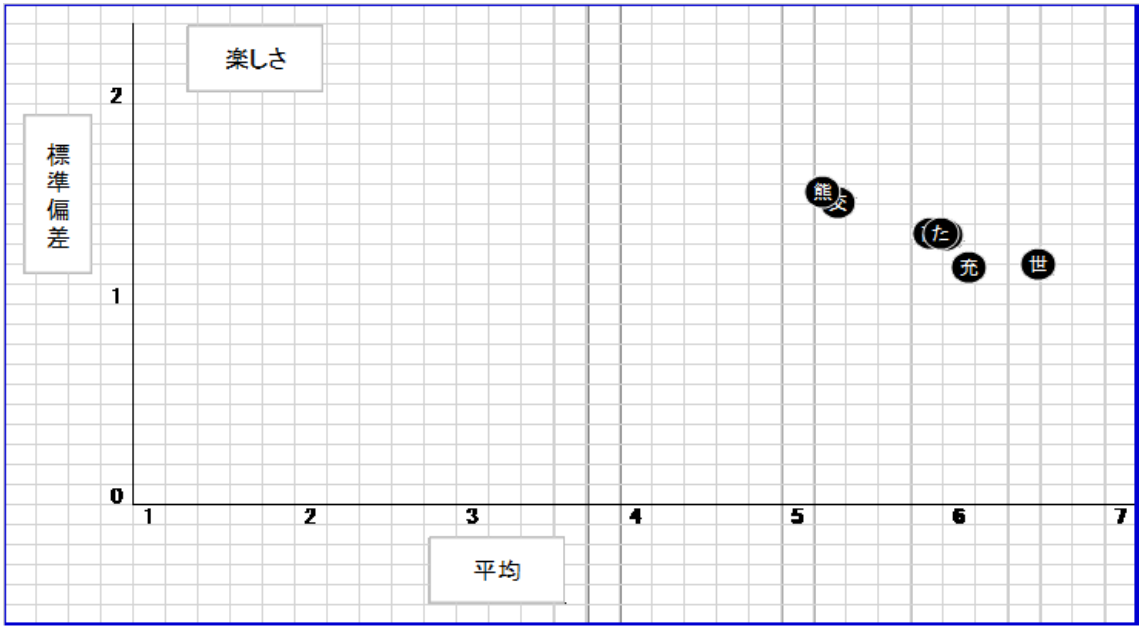


図 3-27　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（楽しさ）

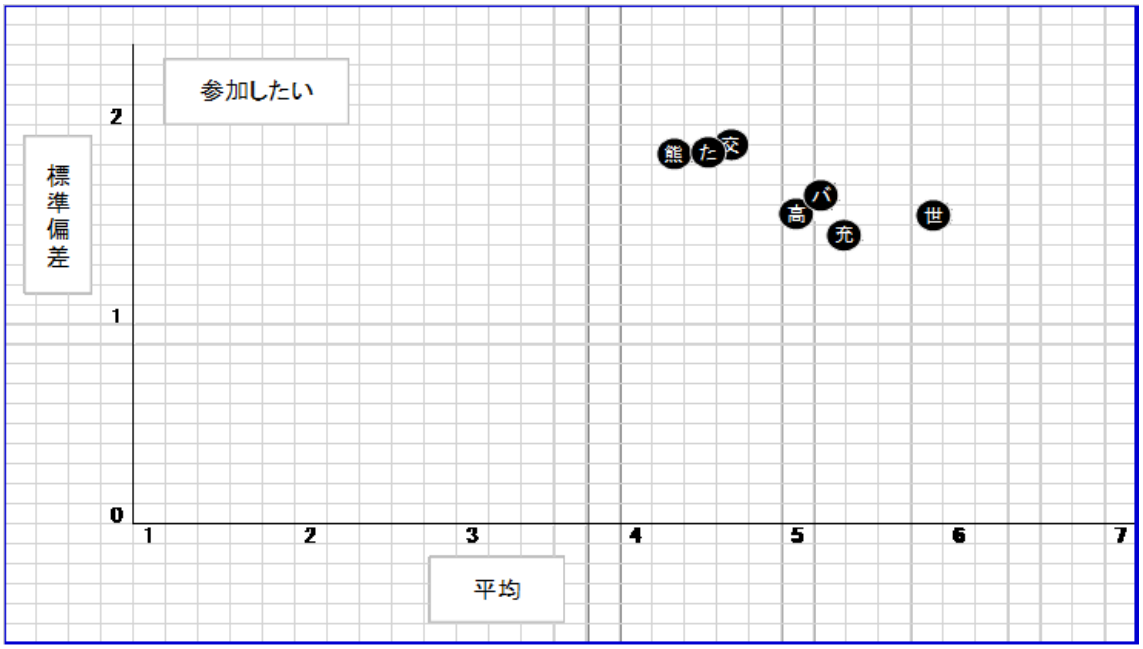


図 3-28　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（参加）

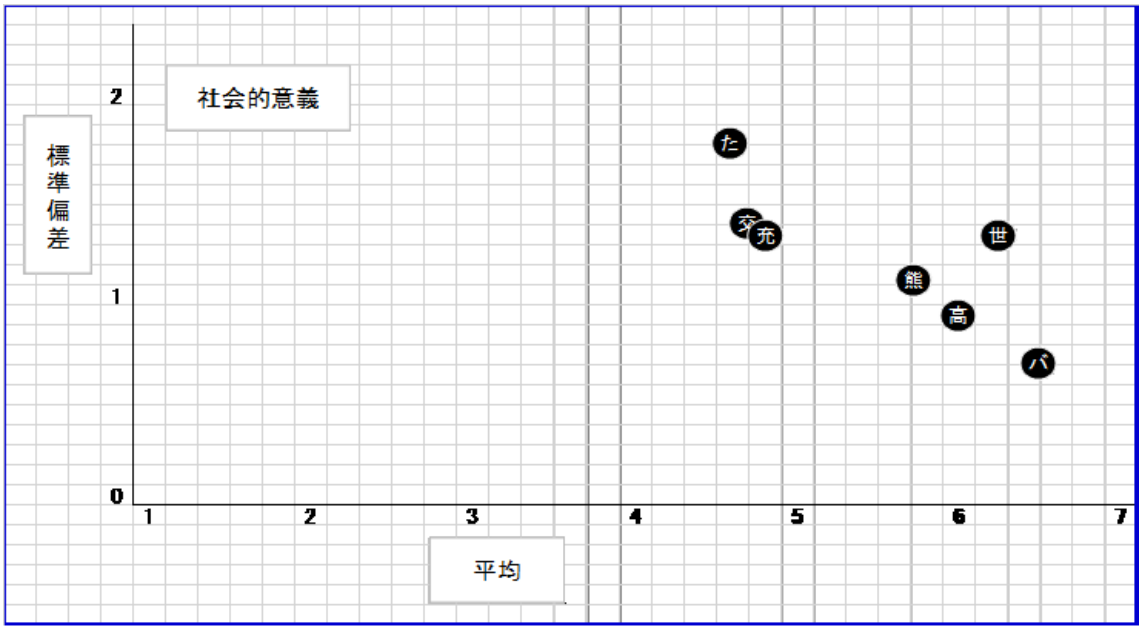


図 3-29　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（社会的意義）

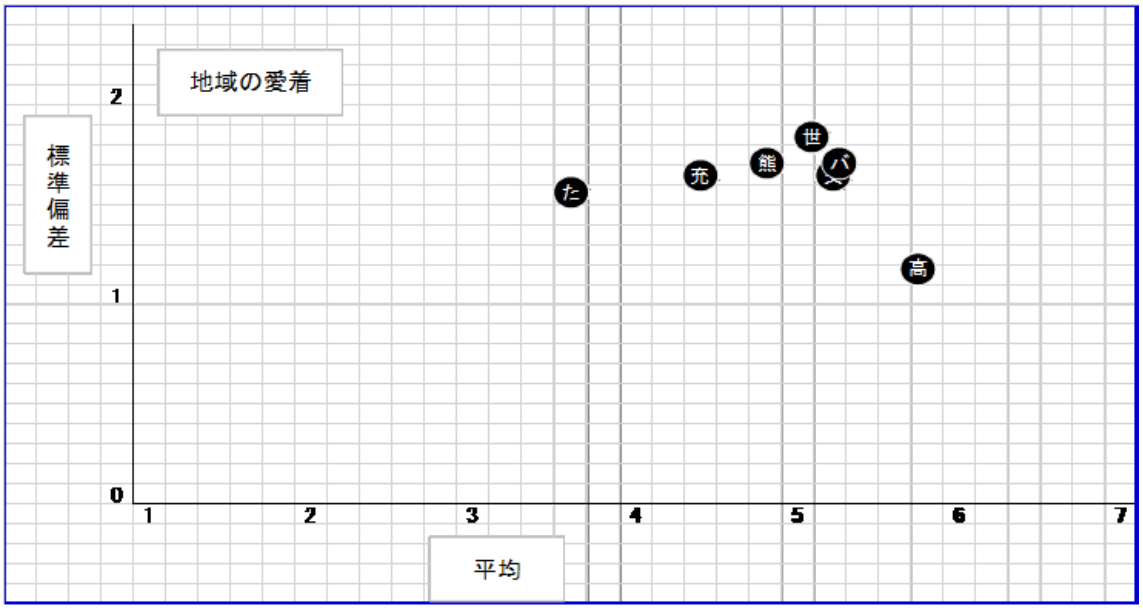


図 3-30　前橋市評価データの標準偏差と平均値の分布図（地域への愛着）

標準偏差を見てみると、SDM、神奈川県庁と同様に、概ね標準偏差 1 に近づくほど平均値が高くマッピングされているのが分かる。

3.2.4　評価結果の分析のまとめ

事例評価については、慶應 SDM、神奈川県庁、前橋市の 3 か所で実施し、合計 119 名の評価を集めた。3 か所を同条件で実施することができなかったが、いずれも同じ事例集を配布し、7 事例については 3 か所とも評価を実施した。3 か所での評価を比較すると、共通点、異なる点等、以下のような傾向が認められた。

＜相関関係について＞

- 「楽しい・面白いと思う」「参加したい」「社会的意義が高い」「地域への愛着が高まる」はいずれも相関する。
- 特に「楽しい・面白いと思う」と「参加したい」は共通して強く相関する。
- 「楽しい・面白いと思う」と「社会的意義が高い」、「参加したい」と「社会的意義が高い」は共通して相関し、「社会的意義が高い」と「地域への愛着が高まる」も概ね共通して相関する。
- 楽しさの理由について、「気晴らしになるから」と「熱中できるから」、「熱中できるから」と「達成感があるから」、「熱中できるから」と「スリルがあったから」、「自分でも参加できるか

ら」と「自分がしたことに対して反応が返ってくるから」も概ね共通して相関する。

＜2 軸図について＞

- 3 か所とも「エコ（環境保全）に関する仕掛け」は「楽しい・面白い」と「参加したい」の上位を占めている。「社会的意義が高い」も概ね上位を占めている。
- 3 か所とも「地域色の強い仕掛け」や「物語性のある仕掛け」は「地域への愛着が高まる」の上位を占めている。
- 「アート・文化に関する仕掛け」は「楽しい・面白いと思う」「参加したい」「社会的意義が高い」「地域への愛着が高まる」のいずれも高いものと低いものが混在しており、評価が分かれている。

＜標準偏差と平均値について＞

- 3 か所とも標準偏差が 1 に近づくにつれて平均値が上昇する傾向が見て取れた。今回の調査では標準偏差が 0 に近い事例がほとんど存在しなかったが、通常、偏差値は山型の逆 U 字カーブを描くため、これに沿った結果が出ていると考えられる。

3.3 事例集の評価結果の考察

3.2 の評価結果の分析を踏まえた考察を以下に述べる。

- 「楽しさ」「参加意欲」「社会的意義が高い」「地域への愛着が高まる」はいずれも両立しうる。特に「参加」を促進するために「楽しさ・面白さ」というトリガは有効となり得る。
- 「社会的意義」と「地域への愛着」は両立しやすく、「社会的意義」の高い活動を地域で取り組むことが「地域への愛着」作りにつながる可能性を示している。
- 「楽しさ要因」については、「自分でも参加できる」「誰かと一緒に楽しめる」「予想外である」が有効である。
- 「熱中できる」はその要因として「気晴らしになる」、「達成感がある」、「スリルがある」が考えらえるため、それぞれの要素を考慮することが有効な取組につながる。
- 「自分でも参加できる」ことと「自分がしたことに対して反応が返ってくる」は親和性が高く両者を考慮することが有効な仕掛けにつながる。

以上を踏まえ、分析を通じて得られたインサイト 6 点を図式化する。

（1）「楽しさ」「参加意欲」「社会的意義」「地域への愛着」という 4 要素を意識した仕掛けを考えよ

これまで分析したとおり、「楽しさ」「参加意欲」「社会的意義」「地域への愛着」は相関する。「楽しい地域参加」により地域への関心向上や課題解決を促したい場合、まずこの 4 要素のうち複数要素が両立するような仕掛けが効果を上げやすい。

このうち、「楽しさ」「参加意欲」については「世界一深いゴミ箱」「スポーツ GOMI 拾い」など地域に関わらず取り組める、すなわち「外部からの仕掛け」が成立しやすい要素であると言える。その際に、参加者にとって「仕掛けの利用シーンが想像できること」が重要である。例えば、事例「たばこの代わりにシャボン玉で一服」は、慶應 SDM、神奈川県庁では比較的好評価であったものの、前橋市では 2 か所に比べて低評価であった。これは、多くの人がオフィスや公園等に集まる都市部と違い、前橋ではそうした場を遊びに変えるという前提が成立しづらく、利用イメージが湧かないということを意味すると考えらえる。（事実、このアイデアが生まれたのは丸の内朝大学である）

また、「地域への愛着」ついては「高校生レストラン」「交差点を地元民がペイント」などの事例が高得点であることを考えると、外部からの仕掛けよりも、地元の人がいかに主体的に動き、熱意を持って地道な努力の積み重ねが重要であると言える。（図 3-31）

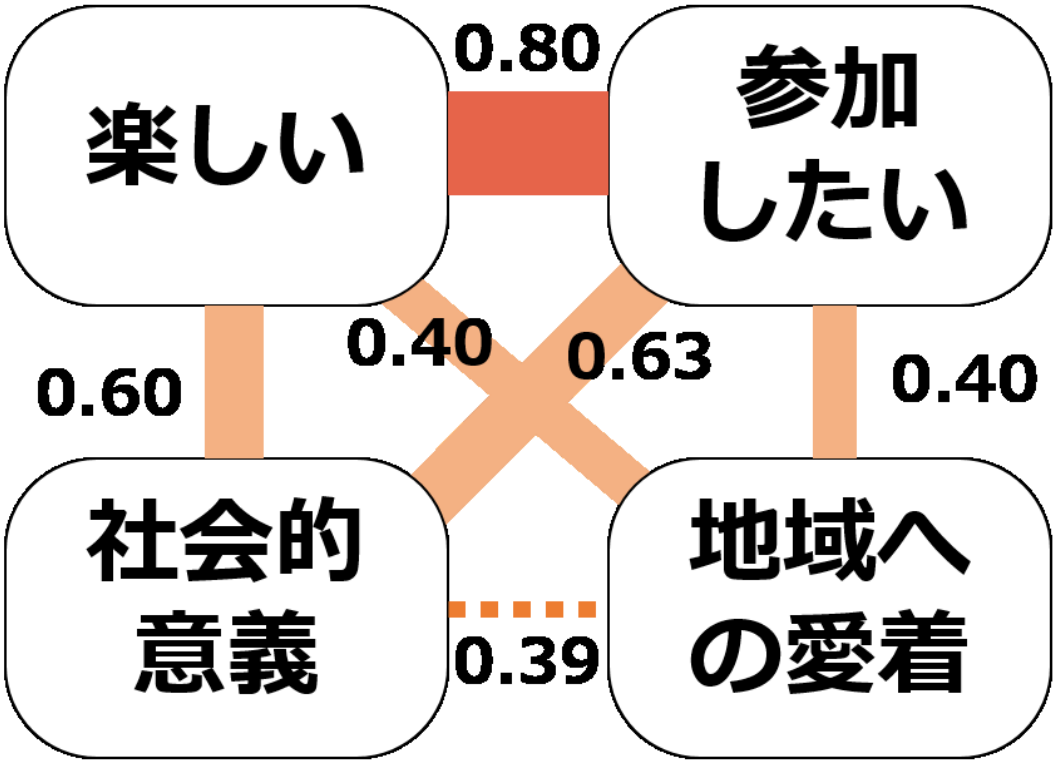
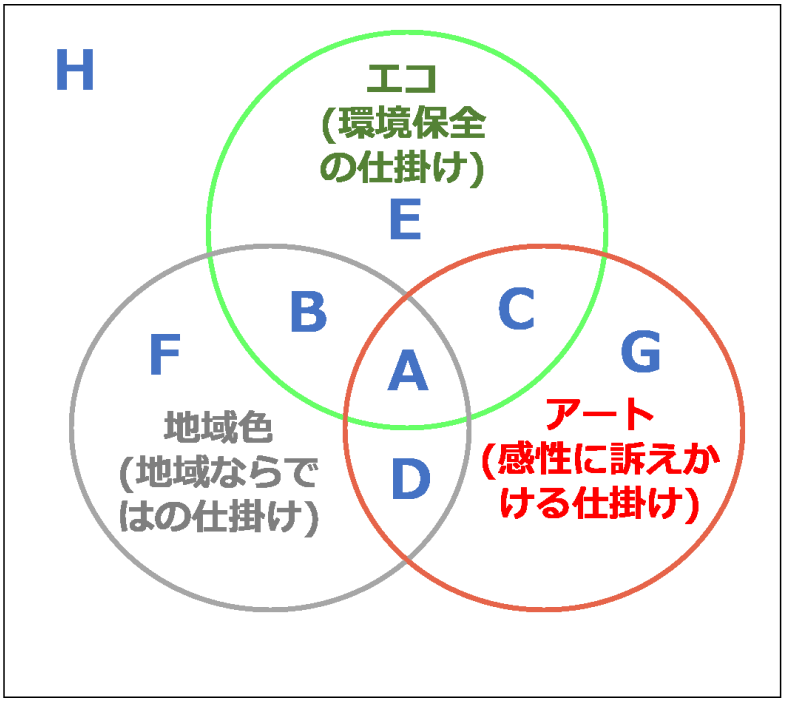


図 3-31　インサイト①

（2）「エコ（環境保全）の仕掛け」「地域ならではの仕掛け」「感性に訴えかける仕掛け」の複数の要素を組み合わせよ

「世界一深いゴミ箱」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「スポーツ GOMI 拾い」などトータルに高得点だった事例は、いずれも「エコ（環境保全）」「地域ならではの仕掛け」「感性に訴えかける仕掛け」といった特徴を複数兼ね備える仕掛けである。理想的には 3 つ、少なくとも 2 つを備えるか、1 つの場合は別の特徴と組み合わせることで、訴求力のある取組に仕上げていくことが重要である。（図 3-32）



A
３つの要素を兼ね備え楽しさと参加、愛着を生みやすい理想の取組

BCD
２つの要素を兼ね備え、楽しさと参加、参加と愛着など複数の要素を生みやすい取組

EFG
１つの要素を兼ね備え、対象者に応じた効果を生みやすい取組

H
何らかの特徴を備えたときに効果を生む可能性のある取組

図 3-32　インサイト②

（3）楽しさを生み出すなら「自分が主体的に参加できる」「誰かと一緒に参加できる」「予想外である」を意識せよ

事例評価時に「楽しい・面白いと思った理由」を 10 の選択肢から選んでもらった結果、選択数が多かった上位 3 項目は「自分でも参加できるから」「誰かと一緒に楽しめるから」「予想外だから」となった。人は様々な要因から楽しさを感じるが、「住民の地域参加を促進する楽しさ」については、「自分が主体的に参加できる」「誰かと一緒に参加できる」「予想外」という要素を組み込むと効果的であるといえる。（図 3-33）

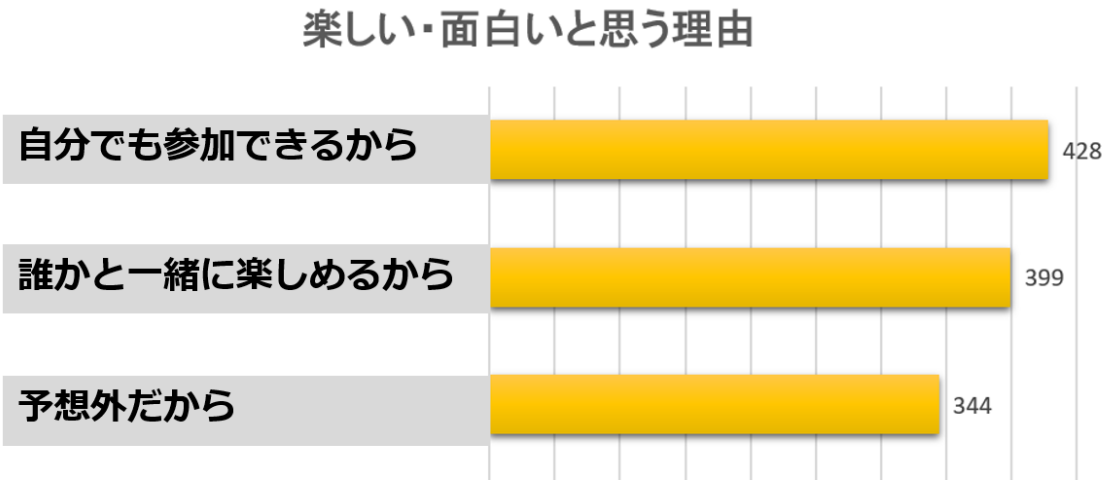


図 3-33　インサイト③

（4）楽しい地域参加を促すなら「エコ(環境保全)の仕掛け」を入れろ

「楽しい」「参加したい」を両立し、トータルの項目が高得点だったものは、エコ（環境保全）をテーマにするものが多い。「世界一深いゴミ箱」「プラスチックに代わるバナナ包装紙」「こいで充電ブランコ発電機」など上位事例は、エコの要素に「楽しさ要因」である「自分が主体的に参加できる」「誰かと一緒に参加できる」「予想外である」が組み合わさった時に大きな効果を発揮している。

エコは多くの人に受け入れられ、共通の課題と認識されやすいことから、社会的意義のあることに楽しい地域参加を促すなら「エコ」を入れることが重要であるといえる。（図 3-34）

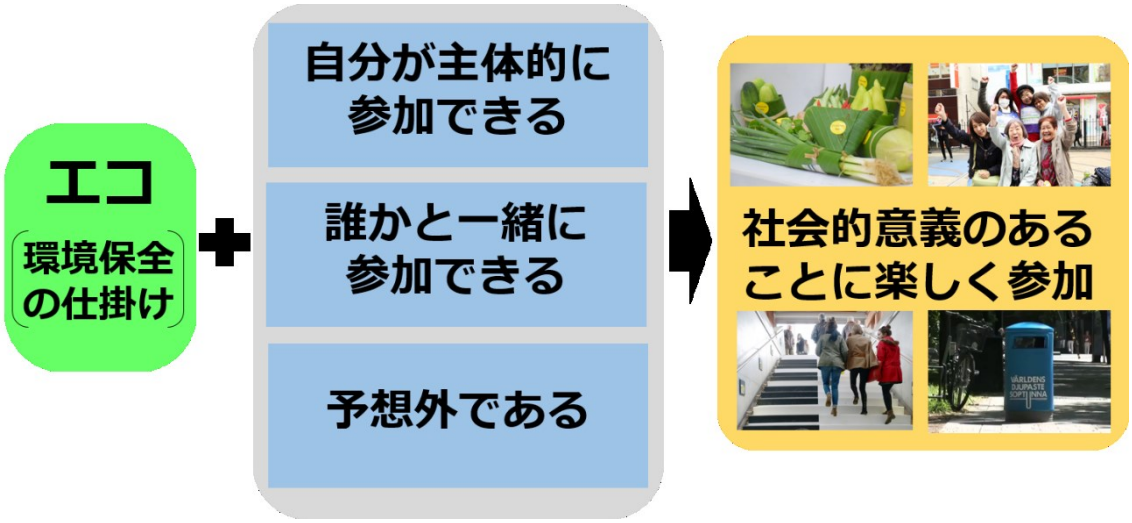


図 3-34　インサイト④

（５）地域への愛着を生むには「地域ならではの仕掛け」と「感性に訴えかける仕掛け」を組み合わせろ

「地域への愛着」については、(1)のとおり、地元の人の主体性や熱意、地道な努力といった「地域色（地域ならではの仕掛け）」が重要である。この項目に高評価だった事例は「交差点で地元民がペイント」「高校生レストラン」「砂浜美術館」など、アートや文化、物語性のある取組である。アートや文化、物語は、右脳に直接訴えかけ、愛着という感情面と結びつきやすいことを示唆しているといえよう。そこに「楽しさ要因」である「自分が参加できる」「誰かと一緒に楽しめる」「予想外である」が組み合わさった時に「地域への愛着」が生まれる。

なお、これらの仕掛けに「楽しい」「参加したい」と思うかどうかは、個人の感性や地域性に左右されやすいものであることから、より特定のターゲットに向けて深い関与を促したい時に向いているアプローチであるといえる。(図 3-35)

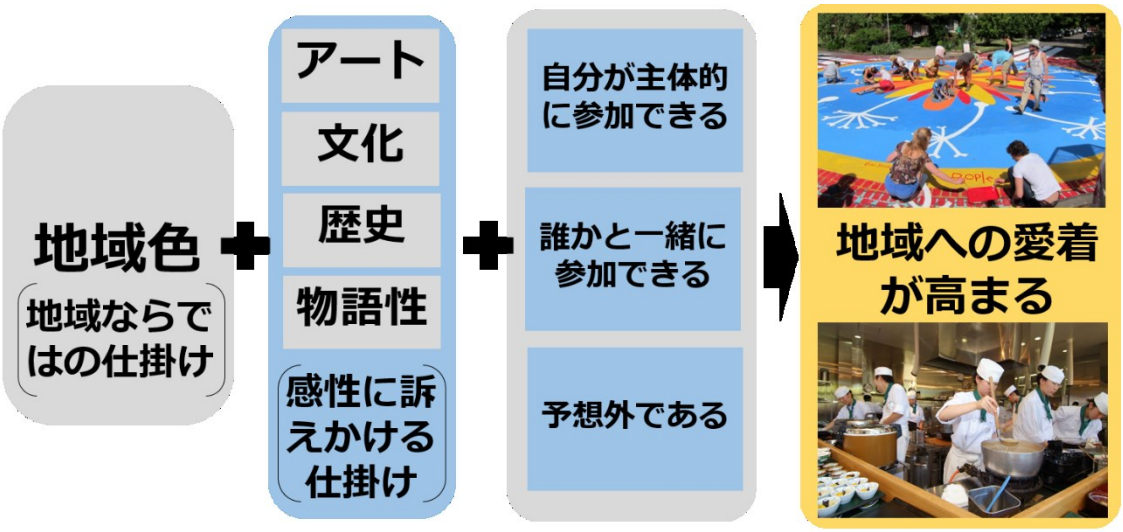


図 3-35　インサイト⑤

（6）「楽しい地域参加」のために「社会的興味」と「個人的興味」を接続せよ

そもそも「楽しい」「参加してみたい」と思うのは、何らかの興味・関心を喚起されているということである。この興味・関心は、これまでの考察を踏まえると、「社会的興味」「個人的興味」に分類ができる。

「社会的興味」はエコなど社会課題への興味であり、手軽で、身近で、日常的な取組が可能である。また、属性を選ばず多くの人に関係するものであることから、効果に個人差が出にくい要素と言える。

一方、「個人的興味」はアート・文化・歴史、物語性、地域性など、個人の感性や地元意識により差が出やすいものである。これは、人によってはとても興味・関心を喚起する一方、全くといっていいほど興味・関心が喚起されない人もいるものである。

つまり、「社会的興味」はより多くの人に参加を促しやすく、「個人的興味」は刺さる人には参加を促し愛着を生みやすい、と言えよう。（図 3-36）

本来であれば、「地域性」も「社会的興味」に含まれるべきである。これは「地域」との心理的距離が個人によって異なるか、地域（もしくは社会）共通かという違いであり、地域のつながりや愛着を高めていきながら「社会的興味」と移っていくことが望ましい。

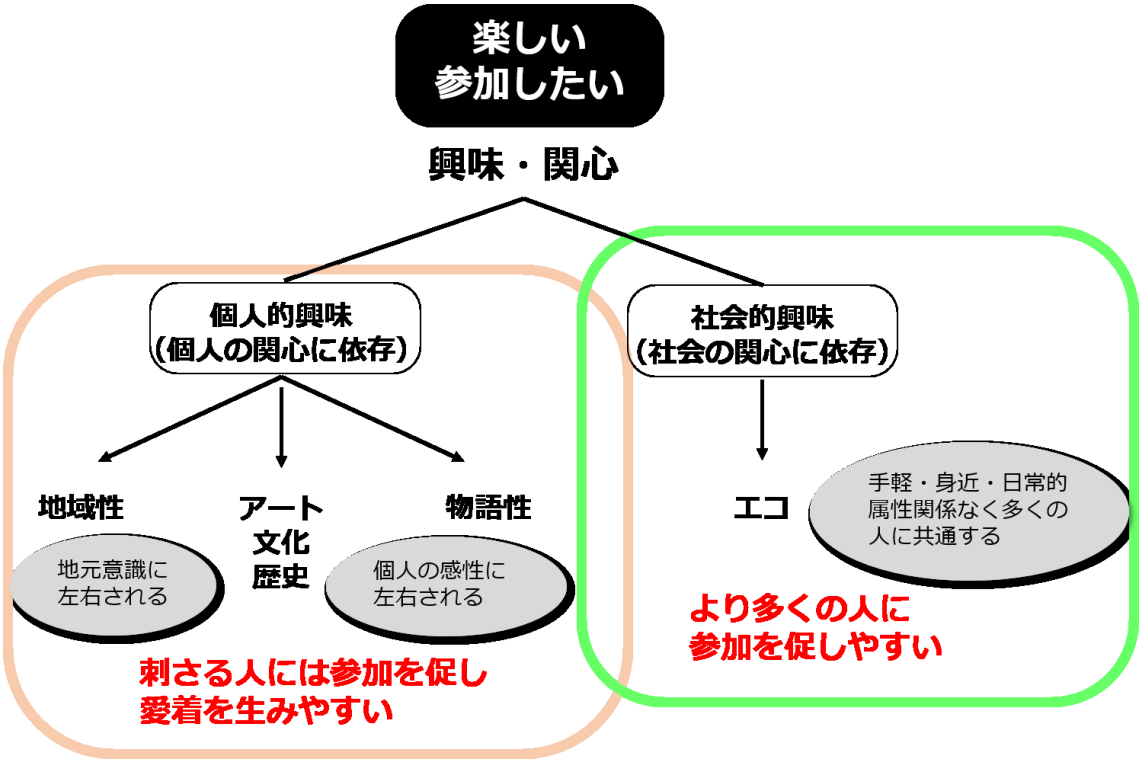


図 3-36　インサイト⑥

第4章　事例集の妥当性確認

第 4 章では、第 2 章で開発した事例集について、街への関心を高め、地域参加を促進したいと考える人たちにとって役立つものになっているかどうかという妥当性を確認する。

4．1に妥当性確認の内容、4．2に妥当性確認のまとめと考察を述べる。

4.1 妥当性確認の内容

次に、第 2 章で開発した事例集が、今後「楽しさ」を活用して街に関心を持ち地域参加を促進させる事例を生み出したい人にとって役立つものになっているかどうかについて、妥当性確認を行う。

妥当性確認は評価と同様に、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科（慶應 SDM）において実施した一般市民向けワークショップ、神奈川県庁において実施した職員向けワークショップ、前橋市において実施した前橋市民向けワークショップの 3 か所にて行った。

以下、それぞれの概要と結果について述べる。

4.1.1　慶應 SDM における妥当性確認の内容

1 か所目として、慶應 SDM において実施した妥当性確認の内容について、概要、対象、方法、結果を以下に述べる。

4.1.1.1　概要

評価と同様に、慶應 SDM においては、慶應 SDM ヒューマンラボ公開講座「新しい地域参加の仕掛けを考えるワークショップ」と名打ったワークショップを 2019 年 9 月 29 日（日）13:00-16:00 に慶應義塾大学日吉キャンパス来往舎 1 階シンポジウムスペースにて実施し、このワークショップの中で妥当性確認を行った。

このワークショップの最後にアンケート調査を実施することにより妥当性確認を行った。

4.1.1.2　対象

本妥当性確認の対象は、本ワークショップの参加者とした。
合計で 30 名であった。

4.1.1.3　方法

妥当性確認方法は、本ワークショップの最後にアンケート調査を行う形で行った。
各参加者には以下の「アンケート」（表 4-1）を配布し、5 分程度で記入してもらった。

表 4-1　SDM アンケート表

新しい地域参加の仕掛けを考えるワークショップ　アンケート

本日はお忙しい中、本ワークショップにご参加いただき、ありがとうございました。修士研究及びシステムデザイン・マネジメント研究科の今後の活動の参考とするため、アンケートにご協力をお願いします。

Q1. 本日のワークショップの感想を自由にご記入ください。
（良かったこと、改善点、自分自身の気付き、など何でも結構です）

Q2. 「役人モード」と「デザイナーモード」のあなた自身の変化について、自由にご記入ください。

Q3. あなたの主な所属について、あてはまるもの１つに☑をつけてください。

- ☐ 経営者
- ☐ 会社員
- ☐ フリーランス、士業
- ☐ NPO、市民活動団体
- ☐ 公益社団法人、公益財団法人、一般社団法人、一般財団法人
- ☐ 官公庁
- ☐ その他

～　アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました　～

4.1.1.4　結果

妥当性確認の結果、30 枚のアンケートを回収した。アンケートシートを集計し、まとめた。以下にその内容を述べる。

まず、アンケート Q1 として自由記入で回答してもらったワークショップの感想は以下のとおりである（表 4-2）。ほぼ全てが肯定的な意見だった。

表 4-2　SDM アンケート結果-1

- 限られた時間の中でテンポよくためになる楽しい時間を過ごせた。
- 設定を変えて療法体験できたことで、自分自身の変化に気付くことができた。
- ワークが多くてとても楽しかった。頭が柔らかくなった。
- 多種多様な手法を学ぶことができ有意義な時間を過ごせた。
- レクチャーだけでなくワークがたくさなり、頭も心も体も動かせて楽しく学べた。
- 仕事にも生かせるアイデアがたくさんあり、有意義な時間でした。座学と WS のバランスが素晴らしい。
- イノベーションそのものには、良い意味での強制力が必要だとよくわかりました。
- 今まで地域の事について目を向けることがなかったが、今回いろいろな地域でいろいろな活動をしていることが分かって、自分自身も地域の事を考えて意識していけたらと思った。
- WS がとても楽しかった！　事例も知らなかったけど身近にある楽しいものばかりで実践したいものばかりだった。
- 事例集はこんな素晴らしいものを教えていただき感謝です！
- 役割の違いによってアウトプットが違った。
- 最初は緊張したが、同じような思いや考え方を持った方が参加していてとても楽しかった。
- とても素晴らしい気付きを頂きました！
- みんなで同じ役所の職員という設定が良かった。
- 単純に楽しかったです！
- 上司の問いかけや思考法のアドバイスをもらえるだけで、アイデアの幅がかなり広がっていくのだと感心した。
- 楽しくやるのが一番大切だと、改めて実感しました。
- 事例集の「おみやげ」がうれしいです！
- あっという間の３時間でした！

- WS の設計が素晴らしい！役人モードからデザイナーモードの間で事例紹介を挟むことで、何が面白いアイデアなのかの指標ができました！
- マインドセットや立場が人間を縛っているのだと考えさせられました。
- 短時間でたくさんの情報や気づきを得ることができました。
- 普段デザイナー寄りの思考で仕事をしていたが、役人モードを経験することで、それが客観的に認識できてよかった。
- 手順についての説明が分かりやすく、WS を進めやすかった。
- グループメンバーとのディスカッションが楽しかった。
- 人によって大切にしていることが異なることを認識できた。
- 強制連想法が有効だと実感できた。
- アンケートで、面白くない取組でも面白いと思ったことを前提に選択肢が設定されていたので困りました。
- 「地域参加の仕掛け」の視点で、江戸時代を研究してはどうかと感じた。井戸端会議、祭り、火消しなど、地域参加が発展した時代だと思います。
- 役人ではありませんが、いつも仕事をしているとき、自分が役人モードで保守的だなぁと思いました。SDM のようにもっと前向きに仕事に取り組んでいける環境であればいいなぁと思いました。

次に、アンケート Q2 として自由記入で回答してもらった「役人モード」と「デザイナーモード」の回答者自身の変化については、以下のとおりである（表 4-3）。

表 4-3　SDM アンケート結果-2

- 上司からの言葉が違うだけで発送することが大きく変わるのは驚きだった。
- 「～すべき」「～はよくない」といった縛りから外れて考えることができた。
- 縛られない発想だと面白いアイデアが浮かぶ。上司の方針の重要性が良く分かった。
- 発想の転換のトレーニングに良い。転換のオリジンを学べればなお良い。
- 表現が変わるだけでこれだけ発想・考え方が違ってくるのかと驚いた。一方で、役るべき、デザイナーはこうあるべきという自分の固定観念にとらわれているかもも思い、それも外したうえでどのように考えていけるのか、とも思った。
- 最も変わったのは、頭の中の「枠組み」の拡張具合です。
- 立場や条件が違うと考え方が変わってくるのだなと思った。楽しかった。相手の意見に便乗して考えると、よりアイデアが膨らむことがわかった。

- 役人モードの時は無難なものしか思い浮かばず、ハコモノづくりになってしまった。
- 役人モードは苦痛でした。デザイナーモードはとても楽しく、マインド一つでこれだけ違うことが分かった。
- 人は、異なる角度で物事を考える、見ることによって普段とは異なる見方ができるのだと思った。役割や環境を変えることで物の見方は変えられると思うことができた。
- 人は任されたり自由度を与えられると、誰でも自然とアイデアが出るものなんだ、ということが大きな気づきでした。
- まず表情が変わり、声のトーンや声量がワントーン高くなったので、その場の雰囲気も良好になっていくのが分かりました。
- 役人モードの時は意識的につまらないアイデアを出そうとして、役人＝つまらないという意識があることに気付きました。
- 普段、自分で押さえてしまっていることがたくさんある、と感じました。
- デザイナーモードになるとかえって発想が広がらないの、というとても寂しい自分を感じました。
- 役人モード＝落としどころを見つける／デザイナーモード＝可能性を広げていく
- 強制連想法でみなさんと一緒にアイデア出しができたのが楽しかった。
- ワクワクするアイデアを出そうというやる気が出た。
- 面白いのか？やりたいのか？参加したくなるか？という視点が得られた。
- お役所、役人モードをそろそろ変えていかないと、どんどん役所の仕事が増え、結果、暮らしにくい社会にはならないかと心配です。地域社会、国としてしっかりしたいと思った。

4.1.2　神奈川県庁における妥当性確認の内容

2 か所目として、神奈川県庁において実施した妥当性確認の内容について、概要、対象、方法、結果を以下に述べる。

4.1.2.1　概要

評価と同様に、神奈川県庁においては、神奈川県庁の職員勉強会のグループであるコミュ

ニケーション技術研究会主催の「地域版ナッジ実践法ワークショップ」と名打ったワークショップを 2019 年 12 月 6 日（金）18:00-19:30 に神奈川県庁新庁舎 12 階会議室にて実施し、このワークショップの中で妥当性確認を行った。

このワークショップの最後にアンケート調査を実施することにより妥当性確認を行った。

4.1.2.2 対象

本妥当性確認の対象は、本ワークショップの参加者とした。

妥当性確認のアンケート回答者は合計で 52 名であった。

4.1.2.3 方法

妥当性確認方法は、本ワークショップの最後にアンケート調査を行う形で行った。

各参加者には以下の「アンケート」（表 4-4）を配布し、5 分程度で記入してもらった。

表 4-4　神奈川県庁アンケート表

地域版ナッジ実践法　アンケート

本日はお忙しい中、本ワークショップにご参加いただき、ありがとうございました。修士研究及びシステムデザイン・マネジメント研究科の今後の活動の参考とするため、アンケートにご協力をお願いします。

Q1. 本日のワークショップの感想を自由にご記入ください。
（良かったこと、改善点、自分自身の気付き、など何でも結構です）

Q2. 「事例集」は今後のあなたの業務や仕事全体、地域生活にとって役立つと思いますか？
（あてはまるもの１つに○をつけてください）

・とても役立つと思う

・かなり役立つと思う

・少しは役立つと思う

・どちらとも言えない

・あまり役立つとは思えない

・役立つと思えない

・全く役立つと思えない

（その他、自由意見があればお願いします）

～　アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました　～

4.1.2.4　結果

妥当性確認の結果、52 枚のアンケートを回収した。アンケートシートを集計し、まとめた。以下にその内容を述べる。

まず、Q1 のワークショップの感想として自由記入欄に記載された内容は次のとおりである（表 4-5）。

表 4-5　神奈川県庁アンケート結果

➢ くだけたアイデアから実装できそうな形を導くヒントを得られた。
➢ 地域コミュニティの活性化を、ナッジを活用して解決する発想は全国に展開できるのでとても良いと思いました。
➢ 様々な事例がまとまっていてとてもわかりやすい
➢ 実践例が予想以上にたくさんあって勉強になった
➢ たくさんの参考にできる事例を学べてよかった。
➢ 「正しい」ことを伝えるよりも「楽しい」ことを提案することの大切さが、体験を通じて感じることができた。
➢ 事例集を自分で評価することで、住民が「楽しい」「参加したい」と思える取組のイメージが湧いた
➢ 今まで街中で行われていたことが「あれはナッジだったのかも」という気付きがあり、面白かった
➢ 「楽しい」「面白い」という視点は、行政で働いているとあまり考えることはありませんが、施策の効果を上げるのに非常に役立つことを学べました。
➢ 多くの事例を知ることができて良かった

そして、Q2 の「『事例集』は今後のあなたの業務や仕事全体、地域生活にとって役立つと思いますか？」という質問についての回答は、次のとおりである。

・とても役立つと思う　　１７名
・かなり役立つと思う　　２３名
・少しは役立つと思う　　１２名
・どちらとも言えない　　０名
・あまり役立つとは思えない　０名
・役立つと思えない　　０名
・全く役立つとは思えない　　０名

4.1.3　前橋市における妥当性確認の内容

3か所目として、前橋市において実施した妥当性確認の内容について、概要、対象、方法、結果を以下に述べる。

4.1.3.1　概要

評価と同様に、前橋市においては、前橋市役所主催の「前橋市シティプロモーション戦略の検討に係る市民ワークショップ」が 2019 年 12 月 12 日（日）13:00-16:30 に前橋市中央公民館 5 階会議室にて開催されたことに伴い、このワークショップの中で妥当性確認を行った。

このワークショップの最後にアンケート調査を実施することにより妥当性確認を行った。

4.1.3.2　対象

妥当性確認の対象は、本ワークショップの参加者とした。

妥当性確認のアンケート回答者は合計で 33 名であった。

4.1.3.3　方法

妥当性確認方法は、本ワークショップの最後にアンケート調査を行う形で行った。

各参加者には以下の「アンケート」（表 4-6）を配布し、5 分程度で記入してもらった。

表 4-6　前橋市アンケート表

新たな地域参加の仕掛けに関するアンケート調査（12 月 12 日）

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
稲葉 理一郎

問１　本日配布した「事例集」は今後のあなたの仕事や地域生活にとって役立つものであると思いますか？　（あてはまるもの１つに◯をつけてください）

1．とても役立つと思う
2．かなり役立つと思う
3．少しは役立つと思う
4．どちらとも言えない
5．あまり役立つとは思えない
6．役立つと思えない
7．全く役立つと思えない

問２　新たな地域参加の仕掛けに関して、ご意見・ご質問があればお書きください。

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

4.1.3.4　結果

妥当性確認の結果、33 枚のアンケートを回収した。アンケートシートを集計し、まとめた。以下にその内容を述べる。

まず、Q1 の「本日配布した『事例集』は今後のあなたの仕事や地域生活にとって役立つものであると思いますか？」という質問に対しては以下の回答を得た。

・とても役立つと思う　　１４名
・かなり役立つと思う　　１４名
・少しは役立つと思う　　５名
・どちらとも言えない　　０名
・あまり役立つとは思えない　０名
・役立つと思えない　　０名
・全く役立つと思えない　　０名

次に、Q2 の「新たな地域参加の仕掛けに関して、ご意見・ご質問があればお書きください。」という欄には以下のとおり記入があった（表 4-7）。

表 4-7　前橋市アンケート結果

- 「楽しいこと」が人と人とのコミュニケーションを発生させ、心を豊かにすると思いました。
- 事例集は、とても頭を柔らかくしたようなアイデアで、とても面白かった。
- ゴミ箱の事例など、少しのきっかけで人々の行動が変わることが興味深かった。
- 紹介された事例は継続している施策なのか
- お金の出どころ、枠組みが知りたい
- コストを税金に頼る場合、賛否があるのではないか。どうやって同意を得ていったのか

4.2 妥当性確認のまとめと考察

次に、妥当性確認に関するまとめと考察を行う。

量的調査としては神奈川県庁と前橋市役所で合計 85 名、質的調査としては慶應 SDM、神奈川県庁、前橋市役所で合計 115 名分の回答が得られた。なお、今回開発した事例集は慶應 SDM、神奈川県庁、前橋市役所でいずれも同じ内容のものを参加者に配布している。

まず、量的調査としてはまず、「『事例集』は今後のあなたの仕事や地域生活にとって役立つものであると思いますか？」という質問に神奈川県庁と前橋市役所でのアンケート調査 85 名分を合計すると以下のとおりとなる。

・とても役立つと思う　３１名
・かなり役立つと思う　３７名
・少しは役立つと思う　１７名
・どちらとも言えない　０名
・あまり役立つとは思えない　０名
・役立つと思えない　０名
・全く役立つと思えない　０名

7 件法で肯定的な上位 3 項目に 100%集中し、かつ「とても役立つと思う」「かなり役立つと思う」に〇をつけた割合が 80%ということを考慮すると、事例集の妥当性が確認された、と十分に考えられる。

次に、質的調査として、慶應 SDM、神奈川県庁で合計 82 名を対象に実施したアンケートの自由記入欄の記述をまとめると以下のとおりとなる。

・楽しみながら WS（事例作り）に参加できた　34 件
・WS や事例集によって新たな発見が得られた　56 件
・慶應 SDM の手法が勉強になった　22 件

さらに、前橋市役所で事例集に関する質問、疑問等について 33 名を対象に実施したアンケートで回答のあった記述をまとめると以下のとおりとなる。

・事例に関して称賛する意見　4 件

・事例に関しての課題を述べた意見　　3 件

属性が違う 3 か所で、メインテーマの異なるワークショップにおける「意見・感想」ではあるものの、事例集で扱った事例について多くの反応を得られた。特に、慶應 SDM では「思考の自由度が増した」「ワクワクするアイデアを出そうというやる気が出た」「面白いか？やりたいか？参加したくなるか？という視点で考えられた」などの意見があった。神奈川県庁では「楽しい、面白いという視点は行政で働いているとあまり考えることはありませんが、施策の効果を上げるのに非常に役立つことを学べました」「“正しい”ことを伝えるよりも“楽しい”ことを提案することの大切さが、体験を通じて感じることができた」「事例集を自分で評価することで、住民が“楽しい”“参加したい”と思える取組のイメージが湧いた」「地域コミュニティの活性を、ナッジを活用して解決する発想は全国に展開できるのでとても良いと思いました」「出たアイデアや意見をみんなでポジティブに受け止め合うことで、自由に話しても良いのだと思えて、発想が広がることを実感できた」といった意見があった。

以上のアンケート結果からも、「楽しさ」が地域参加に関するアイデア創出に有効であり、事例集の妥当性が確認されたと言える。

第5章　事例集の応用可能性

第 5 章では、開発した事例集の評価過程で得られたインサイトをもとに、事例集がさらに発展する可能性があることを示す。

5．1においては、開発を行った事例集について新たな欄を付加することの可能性について検討する。5．2では、第 3 章で得られたインサイトを活用した応用例の可能性を検討する。5．3では、5．1で検討した新たな欄および5．2で検討した応用例について検証・妥当性確認を行う。

5.1 ポテンシャル欄付加の可能性検討

第 2 章で開発した事例集について、第 3 章の評価・分析を通して各事例の関係性が明らかとなり、新たな仕掛け創出のためのインサイトが得られた。これらのインサイトは、今後の仕掛け創出に役立つものと考えらえることから、事例集において各事例を記載する中で「ポテンシャル欄」として付加し、視覚的に判別できるように表現することで、さらに事例集を効果的のものとする可能性を秘めている。

「ポテンシャル欄」の具体的な内容は以下のとおり 3 点ある。

・「エコ」「アート・文化」「地域」「物語性」マークの追加

「エコに関する仕掛け」「地域性のある仕掛け」「アート、文化、歴史の仕掛け」「物語性が感じることができる仕掛け」は第 4 章のインサイトにおいて効果的な事例の特徴として挙げられた要素であり、またこれらのうち複数の要素を含めるとより効果を発揮することから、この 4 点に関する表示を行う。なお、「物語性」については、SDM において実施した評価において「物語性を感じることができる」を選んだ人が全体の 1/4 以上だった事例をマークする。

・「4 要素のランク」の付加

「楽しい」「参加したい」「社会的意義」「地域への愛着」の 4 つの要素は事例集の主要評価軸であり、本研究により相互に相関することがわかった。そのため、事例評価時の評価項目であった「楽しい・面白いと思うか」「参加したいと思うか」「社会的意義が高いと思うか」「地域への愛着が強くなると思うか」について、SDM において実施した評価を基にランク付けを行う。SDM においては 36 人の参加者に対し 7 点満点で評価を実施しているため、満点の場合は 252 点である。ランクは、平均 6 点（216 点）以上を S、平均 5 点（180 点）以上を A、平均 5

点（144 点）以上を B、それ以下を C とした。B 以上であれば概ね肯定的な評価である、という理由である。

・「楽しさのポイント」の付加

3 点目として、事例評価時の評価項目であった「楽しい・面白いと思う理由」について、SDM において実施した評価を基に、表示を行う。これらの要素を意識し、組み合わせることで、「楽しい・面白い仕掛け」を生みやすくするためである。各項目について、全体の半数以上がマークした事例を赤字に、全体の 1/4 以上がマークした事例を黒字にしている。10 項目の中から最大 3 項目を選ぶ選択肢の中で、全体の半数がマークをするものはかなり高く、その半数である 1/4 であってもやや高いという評価が妥当であると判断している。

これらを視覚的に表現する「ポテンシャル欄」（付加項目）は、次のようなものが考えられる（図 5-1）。

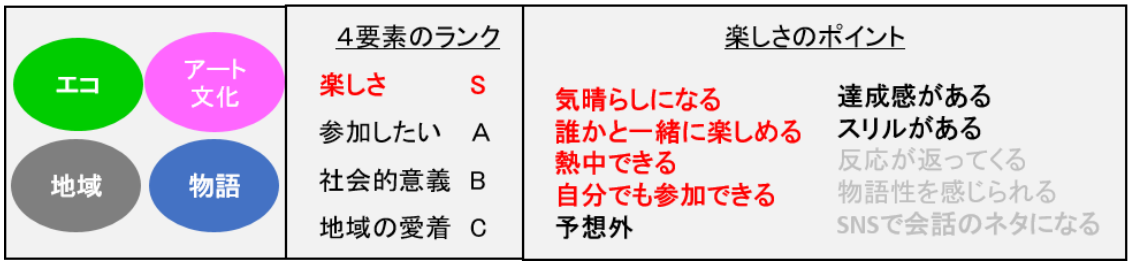


図 5-1　ポテンシャル欄

5.2 応用例の可能性検討

本研究の目的の先には「今後、事例集を活用して各地で新たな仕掛けが創出されること」を目指している。そこで、5．1で付加した「ポテンシャル欄」を活用し、本論文の筆者が勤務する川崎市における応用例について検討する。

応用例のタイトルは「マイクロプラスチックアート featuring.岡本太郎」である（図 5-2）。

＋α	マイクロプラスチックアート featuring.岡本太郎	日本／ 川崎市

	4要素のランク	楽しさのポイント	
エコ アート文化 地域 物語	楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　A	気晴らしになる **誰かと一緒に楽しめる** 熱中できる **自分でも参加できる** **予想外**	達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる **SNSで会話のネタになる**

マイクロプラが世界的な問題に

市内のコンビニにプロジェクト専用ゴミ箱を設置

岡本太郎を慕うアーテイストが集結

作品は岡本太郎美術館にて展示される

概要	マイクロプラスチックによる海洋汚染を防ぐため、プラスチック製品を集めアートにするプロジェクト。川崎市に縁のある岡本太郎を慕う芸術家が作品を作る

狙い	マイクロプラスチックによる海洋汚染の防止、シビックプライドと市の対外イメージの向上

効果	ポイ捨てされてきたプラスチック製品の有効利用や、アートプロジェクトへ協力する過程で培われる一体感の醸成、市の対外イメージの向上が期待できる

図 5-2　川崎市における応用例

世界的な問題となっているマイクロプラスチックによる海洋汚染を防ぐため、プラスチック製品を集めアートにするプロジェクトであり、川崎市に生まれた岡本太郎を慕う芸術家が作品を作るものである。プラスチックを収集するため、市内のコンビニエンスストアの協力を得て、専用のゴミ箱を設置する(そのゴミ箱もアーティストがペインティングする)。収集したプラスチックをアート作品にする様子は随時 youtube などの動画サイトで発信し、最終的には市内にある岡本太郎美術館に展示されるようにする。

この取組により、ポイ捨てされてきたプラスチック製品の有効利用や、アートプロジェクトへ協力する過程で培われる一体感の醸成、市の対外イメージの向上が期待できる。

この取組は、「エコ」「アート・文化」「地域」「物語性」のすべての要素を備えるものであり、「楽しい」「参加したい」「社会的意義が高い」「地域への愛着が強くなる」というすべてに当てはまると考える。また、「誰かと一緒に楽しめる」「自分でも参加できる」「予想外である」という「楽しさのポイント」である上位 3 項目を備えるとともに、「物語性を感じられる」、そして現代においては重要な「SNS で会話のネタになる」も備える取組であると考える。

本研究におけるエッセンスをすべて含めた取組として、高い効果が期待される。事例集および「ポテンシャル欄」を活用し、新たな応用例を創出のための手助けとなることが示された。

5.3 ポテンシャル欄および応用例の検証・妥当性確認

次に、5.1 の「ポテンシャル欄」および 5.2 の応用例について、客観的にそれぞれの目的を達成しているかについて検証し、地域に役立つものになっているかについて妥当性確認を行うため、川崎市職員 2 名、川崎市において地域活動を行っている市民 1 名、特段の地域活動を行っていない一般の川崎市民 2 名、川崎市以外に住む 3 名、合計 8 名にインタビューを実施した。

また、今後の社会実装や新たな仕掛けの創出のため、ポテンシャル欄や応用例の妥当性に併せて、住民の地域活動や住民参加のまちづくりが進まない理由、市民として行政に求めること、事例集についての意見、新たな仕掛け創出の課題についても質問項目に含めた。

ポテンシャル欄については、「情報量が少ない」という意見と「ラベル自体がない方がいい」という意見もあり、もともとの事例集を支持する声が多かった。むしろ、量的なデータではなく質的なデータや、比較項目は別ページにまとめることを提案する意見が聞かれた。今回明らかになったインサイトを事例集に落とし込むためには、ポテンシャル欄よりもさらに良い表示方法があることが示唆された。

また、応用例の妥当性については、「楽しい、面白い」「社会的意義がある」「地域への愛着が高まる」という項目については支持を得た。一方で、「参加したい」という点については、マンションや学校のゴミ集積所に配置するなど生活導線に組み込むことで多くの参加が期待できることが示唆された。

各インタビュー結果は以下のとおりである。

(1)川崎市職員:市民文化局協働・連携推進課　課長　藤井さん

【ポテンシャル欄について】

- ラベルは野暮ったいと思う。解説も大事だが、バイアスになってしまうとイノベーションを阻害するのではないか
- 想像の余白を作っておくのが重要で、後ろのページにまとめる、ティップス集として次のコーナーにまとめるなど、ノウハウ集は別にしておく方が良いと思う

【応用例について】

- 共感するし、面白い
- プロが作品を作るのはインパクトが出るので、その過程を見せられるとさらに良い

【住民の地域活動や住民参加のまちづくりが進まない理由】

- ひとつではなく、様々な要因がある
- 一言でいえば、そこに向かう人の動機(興味、関心、メリットなど)がないこと
- 公務員は余白があるし、地域も仕事のフィールドだが、普通の人は時間的にも経済的にも余裕がない
- 文化的要因もある。現代は娯楽や情報にあふれている。文化的技術的水準が高まって個人が過ごせる時間が増えた。人と関わる必要性が薄れ、人と関わらなくても刺激を受けることが可能になった。煩わしさがなくても生きていけるようになったことも大きい
- さらに、みんな余裕がなくなっていて、幼少期から早期教育を施すなど「遊び」や「余白」がなくなった。99.9 を 99.91 にあげようとする。正解主義と効率主義に陥っている
- 「お金にならないから」と地域に目を向ける意味がなくなった。分断社会になっているのだろう
- 効率化という成功体験から逃れられていない。逆に言えば、成功者になれない人は糾弾されて孤立するような社会になっていると感じる
- 何か一つのボトルネックを解消すれば済む話ではなく、様々な手を施しながら全体を動かすというダイナミックな話だと思っている

【行政として必要と思うこと】

- 論理的にしっかりと市民サービスを提供する部分、その足場の上に様々なアイデアを創発させていく部分の両方が必要ではないか

【事例集についての意見】

- マスがどこにあるか。日頃忙しい人にどうやってアプローチするかが重要
- 「予想外である」という要素に一番共感する。人間は新鮮なものや旬なものに心が開くと思うので、いかに鮮度を保つかが重要と思う

【新たな仕掛け創出に向けた意見】

- ゴールとフィールドによる。課題は見当たらないし、枠組みに与えられたリソースを投入すればよいと思うが、過度な成果を期待しすぎないようにすることが大事
- こうした仕掛けは、現場の温度が上がることが重要。例えば、「世界一深いゴミ箱」の取組によってゴミの分別を 100%にしようとしないことが大事。世の中を変えるためのワンステップという位置づけにしておくことが重要
- やること自体が目的化してしまうと意外性が失われる。常に鮮度を高めるが大事

(2)川崎市職員:中原区役所企画課　担当　田中直樹さん

【ポテンシャル欄について】

- 何かしらあった方がいいとは思うが、これだけだと情報量が少なすぎるので、参考にするには難しい
- 主体が役所、企業、市民団体など創出のためのプロセス、手続きがわかると良い
- どうやって人を巻き込んでいくのかがわかると良い
- イベントは一過性になりやすいので、継続していく上での課題が見えると良い

【応用例について】

- 特に協力したいと思わない
- セブンイレブンでペットボトルを回収すると nanaco ポイントが貯まるので、そちらを利用する。この取組も、ポイント還元されて、それを貯めていくとオリジナル商品がもらえるなら参加したいと思うかもしれない
- 登戸駅に作品が展示されるなど身近なところで成果物が見えると良い。アーティストの動画を流すだけでも違うのではないか
- 岡本太郎は好きではないので、ドラえもんなら参加すると思う

【住民の地域活動や住民参加のまちづくりが進まない理由】

- 何をやっているのかわからないから
- 住んでいて特段困っていることもないので、自分からアクションを起こそうと思わない
- なぜ地域に参加しなくてはいけないのか不明。「地域づくり」という発想がそもそもない
- 行政がやりすぎだから当事者意識が育たない。至れり尽くせりの住民サービスがなされ、税金払っている代わりとして要望が増えていると感じる。公園もアメリカのように DIY にすればいいのに、何もかも行政が関与しすぎると思う
- 地域の話は「しがらみ系」の話が多すぎる
- 行政も無関心層への情報発信、アプローチが量、戦略ともに足りていない

【市民として自らの街の行政に求めること】

- 雇用、生活水準の確保、基礎的生活支援、子育て支援
- 昔ながらの街が壊される再開発には疑問を持っている

【事例集についての意見】

- 市民活動センターにアプローチして、何度も説明して浸透させていくことが必要
- 事例集を使って、ワークショップなどを継続してやりきることが重要
- 事例集の前に、そもそも地域活動が必要な理由を危機感、当事者意識を持ってもらうには、無関心層にどう訴えかけていくかをもう少し具体化したい
- 海外の事例を出しながら、地域が衰退するとこのように困るというシナリオを現実的に感じてもらう。また、そこで復活して地域が良くなったストーリーを実際に見せて、だからやりましょう、ということを提示しないと響かないのではないか
- 公園など具体的な例を提示しながらやるといいのでは

【新たな仕掛け創出に向けた意見】

- フィールドを所有、管理する人、近所に住む人の理解は必要
- 活用する人がどこにどういった申請をすればいいのかをわかりやすくすることも大事
- 時間や労力をかけないとできないことは進みにくい。ハードルを下げること
- 意識高い人を先に動かし、マスはそこに乗っかって参加してもらう。次に普通の人にも参加してもらう、という手もある
- 最近、新百合ヶ丘のストリートピアノがすごい。昭和音大があるので音大生の仕掛けもあるかもしれないが、街とマッチしていて良い事例
- イタリアではストローの代わりにパスタを使う店があるという。これも良い事例

(3) 地域活動を行う川崎市民：K さん

【ポテンシャル欄について】

- 一長一短ではないか。「楽しさ」を言語化するとその背景や見えていない部分が余計に見えなくなりそう。比較をした瞬間に自分たちのポイントを見失う危険がある。体験が情報化された時点で陳腐化する危険はある
- 比較したい場合のために、別ページにナビゲートするものがあると良い
- 楽しさの「量」や大きさではなく、「質」が比較できるといい（1 人向き、ファミリー向きなど）
- でも情報にしないと流通しない。そのジレンマがある
- マネタイズや動員には、ポイントが高いことの表示は有効と思う
- 一方で、当事者が楽しければ良いこともあり、一律に他者が主観評価をした瞬間にそうした価値が失われるリスクがある

【応用例について】

- 面白いと思う。本来、捨てるものを積極的に「出す」ことに変えているのが面白い
- 学区ごとに色を分けてできたらなお面白い。街を歩く喜びになる
- ゲーム性を持たせたらもっといい
- アーティストなど提供する相手が目の前に見えているとなお良い

【住民の地域活動や住民参加のまちづくりが進まない理由】

- そもそも、まちづくり＝行政、産業＝企業、子育て＝ママのように、役割と機能が一対になりすぎていると感じる
- 効率化至上主義に社会全体が陥っているのではないか

【市民として自らの街の行政に求めること】

- 知らない人同士をつなげるなど、自分たちが見えていない部分の HUB になってほしい
- いろんな活動を横展開するなど「広げること」、より広く浸透させるために「制度やルールを作ること」、時代の変化に合わせて一度作った「ルールを壊すこと」という役割は期待したい。特に「ルール壊し」は大事だがなかなかできない

【事例集についての意見】

- 成功事例も良いが、失敗事例がほしい。苦労話や、同じように作ったがうまく行かなかった時のポイントを両方読みたい。人が集まらない理由、うまく行かなかったのがうまくいくようになったポイントなどを知りたい
- 実践者の体験談もほしい

【新たな仕掛け創出に向けた意見】

- デザイン力や特殊スキルが必要と思ってしまう。または広げようとする人の魅力、イベント自体の魅力。主催する敷居の低さがほしい
- コンテクストの読み替え、特殊能力を持つ特別な人しかできないという心理的ハードル、技術的なハードルを越えたい。真面目な人がこうした事例を創出するためのヒントがあると良い

(4)地域活動を行っていない川崎市民:J さん

【応用例について】

- コンビニに行ったついでに、であれば捨てる。わざわざ家から捨てにはいかない。ゴミを持ってかないといけないから。
- ゴミの再利用として作品の材料にしているところが面白いと思う
- 社会的な意義はある。子どもにエコ意識を植え付ける意味でも重要
- 地域の人(役所や地域団体)が主催しているのがわかれば愛着が高まるしすごいと思う

【地域活動に参加しない理由】

- 町内清掃だったら参加したい。街がキレイなら気持ちいいから
- 今は時間がないからやっていない
- 清掃以外の活動は「充実感」がないからやらない

【市民として自らの街の行政に求めること】

- 楽しめるイベントをしてほしい。みんなで謎解き脱出ゲームとか

(5)地域活動を行っていない川崎市民:R さん

【応用例について】

- 面白いとは思った。若いアーティストを育てる感覚があると楽しい。ゴミがアートに変わるのも生産的だと思う
- 参加したいとは思わない。ゴミは同じフロアに集積所があるので、そもそもそこまで運ばない。コンビニではなくタワマンの中に専用ゴミ箱があればぜひ参加したい
- 社会的意義はある
- より愛着が高まるには、区ごとに作品作るなどして競争意識を煽ると良いのでは。自分の街がキレイなどとわかると誇らしくなるので、競争すれば市全体のマナー向上に繋がるの

ではないか。ちょっとマナーがいい自分が好き、という意識をくすぐることができると思う

【地域活動に参加しない理由】

- そもそも自分の中で優先順位が低い
- 時間がない。可処分時間が絶対的に少ない
- どこでどのような地域活動が行われているのか情報がない。興味がないから自分でも取りにいかない

【市民として自らの街の行政に求めること】

- 役所が開いている、役所の人が活動している時間が平日 9 時～17 時だと、その時間はこちらも働いているので、そもそも行政と関わるチャンスがない。今の生活スタイルに役所の仕事が合っていない
- 一方で、住民自治についてはそもそも行政が与えるべきじゃないとも思う
- ただ、感謝をし合う、人に優しくし合う寛容な社会を作っていくための仕組みづくりはお願いしたい。みんながちょっとずつ幸せになる仕組みづくりができたら良いと思う

(6)川崎市以外の住民:A さん

【応用例について】

- 面白い
- アーティストが創るだけではなく、自分自身が作品を創れるとさらに良い

(7)川崎市以外の住民:T さん

【応用例について】

- 社会的意義がとても高い
- 子ども参加させたい
- 岡本太郎はちょっと古いので、新しいアーティストの方が良いのではないか

(8)川崎市以外の住民:N さん

【応用例について】

- ポイ捨てされるゴミを回収できないとゴミ自体の総量は減らず、単に家からコンビニにゴミを動かしていることになってしまう。本来、ポイ捨てされるゴミを回収出来たらさらに意義が生まれると思う

以上のとおり、新提案については一定の妥当性を得たものの、参加を促進するには市民の生活導線に入っていくことが大切であることがわかった。「エコ」「アート」「地域色」といった要素で企画を考えることは有効であるが、それを実効性のあるものにするためには、設計段階でさらに細かい要素が必要であることが新たに示唆された。

第6章　　おわりに

第 6 章では、結言として、本研究全体の結論及び今後の展望と期待について述べる。

6．1においては、本研究の結論について述べる。6．2では、本研究を基に、今後の展望と期待について述べる。

6.1 結論

本研究は、「楽しさ」の活用により、住民が街に関心を持ち、住民の地域参加を促進させる仕掛けの事例集を提案し、インサイトを得ることを目的として行った。この目的を達成するため、日本、世界各地の先行事例を収集し、事例評価を通じて各事例の関連性を明らかにし、その分析過程において各地でこのような仕掛けを生み出す際の道標となるようなインサイトを得て、考察としてまとめた。

本研究の結果、各事例の関係性が明らかとなり、以下のインサイトを得た。

（1）「楽しさ」「参加意欲」「社会的意義」「地域への愛着」という 4 要素を意識した仕掛けを考えよ

（2）「エコ（環境保全）の仕掛け」「地域ならではの仕掛け」「感性に訴えかける仕掛け」の複数の要素を組み合わせよ

（3）楽しさを生み出すなら「自分が主体的に参加できる」「誰かと一緒に参加できる」「予想外である」を意識せよ

（4）楽しい地域参加を促すなら「エコ(環境保全)の仕掛け」を入れろ

（5）地域への愛着を生むには「地域ならではの仕掛け」と「感性に訴えかける仕掛け」を組み合わせろ

（6）「楽しい地域参加」のために「社会的興味」と「個人的興味」を接続せよ

事例の評価・検証により、「楽しさ」「参加意欲」「社会的意義」「地域への愛着」の 4 つの要素はいずれも相関があることがわかった。まず、これらの 4 要素を意識した仕掛けを考えることが重要である。また、これらを両立するためには、「エコ（環境保全）に関する仕掛け」「地域色の強い（地域ならではの）仕掛け」「感性に訴えかける（アート、文化、歴史、物語性を組み込んだ）仕掛け」の複数の要素に「自分が主体的に参加できる」「誰かと一緒に参加できる」「予想外である」といった楽しさの要因を掛け合わせて仕掛けを考案することが有効であるといえる。なお、「エコ」についてはより多くの人に参加を促しやすいが、「地域色」「アート、文化、歴史、

物語性」は個人の感性や地元意識によって左右されるため、人によって訴求度合いが変わるという性質があるため、これらをうまく組み合わせながら新しい事例を創出していくことが重要である。

なお、本研究では付加的に、「ポテンシャル欄」付加の検討、川崎市において有効と考えられる応用例の検討、それらの検証についても行い、本研究の応用可能性を示すことができた。

6.2 今後の展望と期待

最後に、今後の展望と期待について述べる。

今後は、まず地方自治体の現場に本研究内容の本質を伝え、社会実装に向けた素地を整えていくことが重要である。地方自治体の現場ではこのような知見が共有されることは稀である。多くの自治体では日々の業務に追われ、他地域や社会の新たな情報や知恵、ましてや大学等における研究成果を吸収することは習慣化されていない一方で、現代ほどこうしたインプットが重要な意味を持つ時代はない。本研究により得られた知見を幅広く地方自治体の現場に伝えていくことは極めて重要である。そして、理論や参考事例としてだけでなく、各現場で実践されていくことに価値があることを前提に、現場で社会実装を広めていく、ということが極めて重要である。

同時に、さらなる事例の収集、分析を行うとともに、検証を深めていくことも必要である。先行研究でも触れた「ナッジ」については、室岡（2018）が次の 3 つの課題を提起している。

（1）代替効果（ある人が行動を変えた際、その行動変化を補うべく別の箇所や物で代替すること）
（2）均衡効果（ナッジが直接対象とする人々だけでなく、他の主体もナッジに応じ行動を変えること）
（3）長期効果（短期的にナッジが行動に影響を与えていたとしても、長期的に効果が持続するのか、また他の長期的な副作用が生じないか）

また、「仕掛学」においても松村（1997）は以下のように指摘している。

「仕掛けへの馴化も今後研究すべき課題の一つである．最初は物珍しさもあって興味をひくことができても，それだけではすぐに飽きられてしまって仕掛けの効果がなくなってしまう．馴化が起こらないような仕掛けの仕組みや，馴化が起こっても効果を持続させる仕掛けの仕組みの解明は今後の検討事項である」

特に、イベント色が強いもの、旬の素材を取り入れた取組は一過性になりやすく、すぐに飽きられる危険がある。今後は、どのような取組が継続的にプラスの効果をもたらすかについてさらに深く詳細な設計を行うとともに、サンプルの数と多様さについても考慮しながら研究を進め、より幅広く調査を行うと、精度の向上につながると考えらえる。

実際に、前橋市で行ったワークショップでは、「紹介された事例は継続している施策なのか」「お金の出どころ、枠組みが知りたい」「コストを税金に頼る場合、賛否があるのではないか。どうやって同意を得ていったのか」という質問があった。特に公共団体が行う場合の制約や継続の仕組み、効果測定の方法については課題が多い。

さらに、今回 3 か所で実施した事例評価においては、参加者にとっての評価のしやすさを重視し、2 章の「楽しさ要因」で挙げた 32 項目を 10 項目まで単純化した。限られた時間内に様々な属性の参加者に評価してもらうことを考慮するとやむを得ない方法であったが、「エコ」「アート」などの特徴をより明らかにするために「美的センスを感じる」といった項目を加えるなど、評価軸自体を改良していくことも必要であろう。

同時に、応用例についてのインタビューでも聞かれたとおり、事例集を一つの視点からマニュアル化・情報化するだけでなく、想像力を喚起し主体性に結びつくような「遊び」「余白」を作ること。成功事例だけでなく失敗事例にも着目すること。新たな仕掛け創出をより実効性のあるものにするために生活導線を意識した参加の設計を行うことなど、事例集の発展や応用についてはさらに改善の余地があることが明らかとなった。

しかしながら、創造性やデザインの力を活用して地域・社会の解決を目指すことや、地域・社会への関心を抱き、参加していくことはこれからの日本に必要不可欠である。これらの課題は前向きな未踏領域、すなわちより良い社会を築くための試練と捉え、各地の試行錯誤により課題を克服できるよう、共に取り組んでまいりたい。

謝辞

「ワクワクしないな･･･。」 SDM の入学希望面談の一回目で指導教官となる前野隆司先生から発せられた第一声である。背中から冷や汗が流れ、生きた心地がしなかった。
「ワクワクするね！一緒にやろう！」 一回目の面談の後にありったけの思考を巡らせて臨んだ二回目の面談で発せられた前野先生の言葉であった。
この修士論文はその時の企画書を基に作られている。役所は面白いことができない。そんな“常識”を覆したくて、地域を良くするためのワクワクする事例を集め、その謎に迫った。そして次は自分が、全国の人たちがこれらの事例や研究成果を参考にしながら、自分の地域を楽しく創造的にし、数々の難題に立ち向かえるようになれば最高だと思う。

SDM 入学前からこれまで、本質的かつ常に先を見据えた言葉を投げかけ続けていただいた指導教官の前野隆司先生。不安な状況下での「イケるよ！」「これでいいじゃん！」に救われたことは一度や二度ではありません。先生と主催者側になった WS は最高の思い出です。
副査の中野冠先生。「何が研究なのか」「市民ニーズがあるのか」「市民の声を聴いているのか」という本質的な問いを投げかけてくださり、まだまだやらなくてはいけない数多くの課題をクリアに考えることができました。
テーマ発表会や中間発表会、修論審査会でコメントをいただいた小木哲朗先生、神武直彦先生、白坂成功先生、西村秀和先生。節目にいただいた言葉によって貴重な多視点を持つことができました。
また、昨年の修論発表会や研究方法論の授業で谷口智彦先生から発せられた「社会人はもっと知の海を泳ぐべし」「本人が面白がっていない研究を他人が面白いと思うはずもない」という言葉は、私の心に鋭く突き刺さり、以来変わらぬ羅針盤の一つとなりました。谷口智彦先生にもこの場をお借りし、感謝を申し上げます。
その言葉どおり、これまでに研究してきた方々が築かれてきた知の歴史の尊さ、大きさ、深さを感じることができました。研究者の皆様に敬意を表します。また、国内外の事例の実践者の方々にも敬意と感謝を述べたいと思います。皆様の蓄積なしにはこの研究は成り立ちませんでした。

そして、研究を進めるにあたって御協力をいただいた方々には本当に感謝しかありません。
統計解析のイロハを丁寧に教えてくださった澁谷壮紀さん。前野先生の日程調整に加えて WS 備品までご用意くださった山川麻美さん。週末に幸せな時間を共有したヒューマンラボ、前野研究室のみなさん。その中でも個別に相談に乗ってくださった魚地朋恵さん、極上以外

の言葉が見つからないほど素晴らしい Word 講座とデータをご提供くださった上野郁江さん、目次の作り方やプレゼンの極意を教えて下さった今関一飛さん。陸前高田市から審査会の発表練習に駆けつけて下さった木村あきらさん、複数箇所での WS 実施を強く勧めてくださった井上亮太郎さん。
刺激と協力に満ちた素晴らしき SDM11 期のみんな。何気に、協生館 6 階のコピー機の使い方を教えてくださった鳥生雅己さん。陰のファインプレー賞です。
SDM での WS をお手伝いいただいた宮村貞量さん、武藤史子さん、武藤秀樹さん、日丸邦彦さん、水上明子さん。特に武藤史子さんには期待を 2 回転上回るサポートをいただき、もう「すばら C！」としか言い様もありません。
神奈川県庁での WS の「共同主催者」として全面的にサポートしていただいた折原里与さん、穂積克宏さん、野崎真子さん、白玉翠さん、振屋真梨奈さん。特に事務を一手に担っていただいた折原里与さんには格別な、心からの感謝をしています。
前橋市での WS に貴重な時間をいただいた SDM11 期の伊加田直孝さん、三冨敬太さん、阿部奈々子さん。ついうっかり 2 回目もお邪魔しちゃうほど楽しくて魅力的なチームでした。そして前橋市側から御協力くださった谷内田修さん、荻原道元さん。お二人のおかげで前橋市が大好きになりました。
3 回にわたる WS に参加してくださったみなさま、「楽しさ要因」のアンケートに協力してくださったみなさま。みなさんの回答以外にこの結果は導けませんでした。

そして、仕事をしながらの SDM 生活をサポートしてくださった職場のみなさま。特に、入学前に全面サポートをくださった鈴木毅さん、山川浩己さん、松川哲司さん。上司としてサポートくださった松元道治さん、石川栄司さん。部下としてサポートくださった工藤青人さん、髙橋漱至さん。幸せな SDM ライフが過ごせたのも職場の理解とサポートのおかげです。
さらに、どんな状況でも応援してくれた友人たち。「終わったら飲もうね」の一言が最高のエンジンでした。
SDM 生活を支えて下さった妻、淳子さん。もはや感謝以外の言葉は見つかりません。

みなさんの誰一人が欠けてもこの論文は完成しなかったかけがえのない存在です。
本当に、本当にありがとうございました。
そして、これからもかけがえのない体験と時間を共有できるよう、末永くよろしくお願いします。

最後に、手に取ってお読みいただいたあなた。ぜひディスカッションし、行動しましょう。
そして、共にワクワクする地域を創りましょう。

2020 年 1 月 23 日　　稲葉　理一郎

参考文献

引用論文

- 板谷祥奈、竹内穂波, 2018,「ひじで軽くつく」ナッジ、「そそる」仕掛け, 大阪大学経済学, 68(1), pp.167 -168
- 一ノ瀬智浩、上野秀剛, 2016,「ゲーミフィケーションを構成する要素の違いと作業効率の評価」, ヒューマンインタフェース学会論文誌, 18 巻 2 号, pp.65 -76
- 岡野美和子、石川孝、小方孝、寺野隆雄, 1992, 面白さ創造支援システムについての試論-4 コマ漫画の作成支援を目的として, 情報処理学会研究報告知能と複雑系（ICS）, 92 号, pp.73 - 80
- 小川純生, 2000, ホイジンガの遊び概念と消費者行動, 経営研究所論集, 第 23 号, pp.167-186
- 小川純生, 2001, カイヨワの遊び概念と消費者行動, 経営研究所論集, 第 24 号, pp.293-311
- 小川純生, 2003, 遊びは人間行動のプラモデル? , 経営論集, 第 58 号, pp.25-49
- 小原一馬, 2011, 遊びの面白さ -遊び理論におけるゴフマン社会学の位置付け-, ソシオロジ, 56 巻 2 号, pp.3-118
- 加藤浩, 2007, 楽しみながら学べる環境をデザインするために, 計測と制御, 46 巻, 1 号, pp.6-12
- 川浦康至、坂田正樹、松田光恵, 2005, ソーシャルネットワーキング・サービスの利用に関する調査 —mixi ユーザの意識と行動—, コミュニケーション科学, (23), 東京経済大学, pp.91-110
- 蔵治光一郎, 2007, 参加者の楽しみを優先する市民調査 —矢作川森の健康診断の実践から見えてきたもの— , 環境社会学研究, 13 巻, pp.20-32
- 倉原宗孝、後藤由紀、日景敏也, 1996, 子どもたちの体験活動による住民参加のまちづくり促進に関する考察, 日本建築学会計画系論文集, 第 483 号, pp.179-188
- 白井暁彦, 2004, エンタテイメントシステム, 芸術科学会論文誌, 3 巻, 1 号, pp.22-34
- 醍醐孝典、保井俊之、坂倉杏介、前野隆司, 2016, 住民参加型まちづくりにおける「楽しさ」について ーコミュニティデザインプロジェクトからの考察ー , 地域活性学会研究大会論文集 8, pp.68-71
- 徳久悟、稲蔭正彦, 2007, エンタテイメントシステムにおける楽しさをデザインするためのインタラクションモデルに関する考察, 情報処理学会論文誌, 48 巻, 3 号, pp.1097-1112

- 中村昌広, 1989, まちづくりへの参加の新しい局面とその道具としての「ガリバー地図」, 第 24 回都市計画学会学術研究論文集, pp.511-516
- 畑木紀男、山口有美、山口晴久, 2004, 学びにおけるエンタテインメント性要素を構成する要因のモデル化 -中学校数学における授業実践を目指して-, 岡山大学教育実践総合センター紀要, 第 4 巻, pp.71-80
- 引地博之、青木俊明, 2005, 地域に対する愛着形成の心理過程の検討, 景観・デザイン研究講演集, No.1, pp.232-235
- 引地博之、青木俊明、大渕憲一, 2009, 地域に対する愛着の形成機構− 物理的環境と社会的環境の影響−, 土木学会論文集 D, 65 巻, 2 号, pp.101-110
- 松宮朝, 2014,「地域参加」の施策化をめぐって--愛知県長久手市を事例として, 社会福祉研究, 第 16 巻, pp.15-28
- 松村真宏, 1993, 仕掛学概論 -人びとの人びとによる人びとのための仕掛学-, 人工知能学会誌, 28 巻 4 号, pp.584-589
- 室岡健志, 2018, ナッジ:公共分野における適用と可能性, 行政&情報システム, 2018 年 2 月号, pp.44-48
- 矢嶋昌英、浅川康吉、山口晴保, 2011, 地域在住高齢者における「楽しさ」の因子構造について, 理学療法科学, 26 巻, 1 号, pp.95-99
- 山根承子, 2013, ナッジする仕掛け, 人工知能学会誌, 28 巻 4 号, pp.596-600
- 渡辺みどり、征矢野あや子、上原ます子, 2007, 健康体操教室に長期参加し続けた地域高齢者の経験, 身体教育医学研究, 8 巻, 1号, pp.45-52

- Martin, L. L., Ward, D. W., Achee, J. W., & Wyer, R. S. , 1993, Mood as input: People have to interpret the motivational implications of their moods. Journal of Personality and Social Psychology, 64(3), pp.317–326.
- Steven Reiss, 2004, Multifaceted Nature of Intrinsic Motivation: The Theory of 16 Basic Desires, Review of General Psychology 2004, Vol. 8, No. 3, pp.179–193

引用書籍

- 山崎亮, 2016, 縮充する日本, PHP 新書
- Csikszentmihalyi, M. , 1990, . Flow:The psychology of optimal experience. New York: HarperCollins.（チクセントミハイ, M. 今村 浩明訳, 1996, . フロー体験―喜びの現象学― 世界思想社）

付録

事例集（ポテンシャル欄を付加した ver.2）

第 5 章のとおりポテンシャル欄を加え、第 2 章の事例集についてバージョンアップを行ったもの（事例集 ver.2）を付録として添付する。
なお、事例集 ver.2 では、事例が行われた国名、都市名を併記している。また、事例の順番については、国内事例を前半に、国外事例を後半にし、それぞれ都市名と国名に従って「あいうえお」順としている。

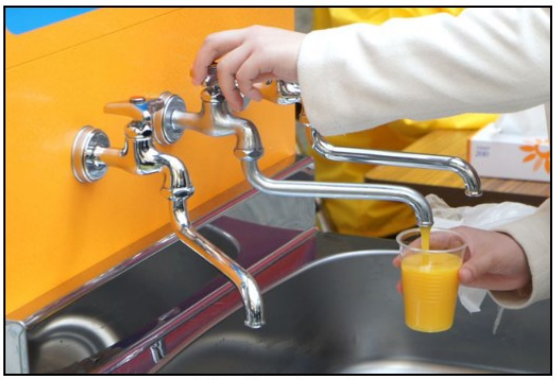
事例リスト

新順番	事例	地域
1	蛇口からポンジュース	日本／愛媛県
2	バスケットゴール型ゴミ箱	日本／大阪府
3	“真実の口”型アルコール消毒液	日本／大阪府
4	空き家を迷路に	日本／香川県
5	ポケモンGOで健康ウォーキング	日本／神奈川県
6	熊本城の一日城主	日本／熊本県
7	空き地に謎のコンテナ	日本／佐賀県
8	スポーツGOMI拾い	日本／東京都
9	たばこの代わりにシャボン玉で一服	日本／東京都
10	砂浜美術館	日本／鳥取県
11	空き地の公園化“アーバンピクニック”	日本／兵庫県
12	おもちゃ交換会で防災訓練	日本／兵庫県
13	高校生レストラン	日本／三重県
14	地元名産品でギネス認定	日本／宮城県
15	ゴミ置き場をアートに	日本／山梨県
16	交差点を地元民がペイント	アメリカ／ポートランド
17	街中にピアノ	イギリス／バーミンガム
18	タバコの吸い殻投票箱	イギリス／ロンドン
19	こいで充電ブランコ発電機	オランダ／ユトレヒト
20	ピアノ鍵盤型の階段	スウェーデン／ストックホルム
21	世界一深いゴミ箱	スウェーデン／ストックホルム
22	安全運転宝くじ	スウェーデン／ストックホルム
23	瓶入れアーケードゲーム	スウェーデン／ストックホルム
24	プラスチックに代わるバナナ包装紙	タイ／チェンマイ
25	現代版ストリート電話ボックス	中国／上海
26	クレジットカードをスライドして募金	ドイツ／都市不明
27	信号待ちイライラ解消ゲーム	ドイツ／ヒルデスハイム
28	1枚で28万人にPR	ハンガリー／ブダペスト
29	愉快な歩道橋	メキシコ／モンテレー
30	ペットボトルツリー	リトアニア／カウナス

1	蛇口からポンジュース	日本／愛媛県

	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ　アート文化 地域　物語	楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　B 地域の愛着　A	気晴らしになる **誰かと一緒に楽しめる** 熱中できる **自分でも参加できる** **予想外** 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる **SNSで会話のネタになる**

店舗の様子


蛇口をひねると

こどもも気軽に

空港の一角に立地

概要	ポンジュースの製造元である（株）えひめ飲料が松山空港に設置したポンジュース蛇口

狙い	愛媛ブランドの確立、関係人口の増加、国産みかんの消費

効果	「愛媛と言えばみかん、ポンジュース」というブランディングとシビックプライドの醸成。国産ミカンの有効活用

事例１　蛇口からポンジュース

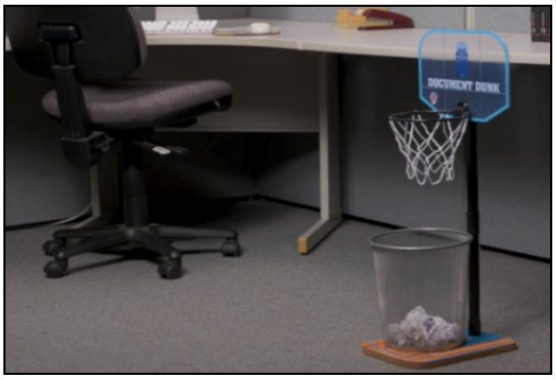
2	バスケットゴール型ゴミ箱	日本／大阪府

エコ　アート文化 地域　物語	4要素のランク 楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　B	楽しさのポイント 気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる

大阪大学の原型

制作した松村教授が実演

ペットボトル型も出現



オフィスで使用する例も

概要	バスケットボールで使用するゴールとゴミ箱を組み合わせた道具を設置し、大阪大学大学院のキャンパスで通常のゴミ箱とどちらが多くゴミを入れられるか、という実験を行ったもの
狙い	ゴミのポイ捨て減少
効果	バスケットゴール型ゴミ箱が通常のものより1.6倍のゴミの量を獲得した

事例２　バスケットゴール型ゴミ箱

3	“真実の口”型アルコール消毒液	日本／大阪府

	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ　アート文化　地域　物語	楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　B	気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる

真実の口型の手指消毒液

手を入れると消毒液がかかる仕組み

医師も使用します

原型は天王寺動物園のライオン型消毒液

概要	大阪大学医学部附属病院に設置されたインフルエンザ消毒液。ローマの観光名所「真実の口」を模し、口に手を入れると自動で消毒液が噴射される
狙い	200人に1人程度しか使用されていなかったアルコール消毒ボトルの利用促進
効果	消毒する人が5倍に増加

事例３　“真実の口”型アルコール消毒液

4	空き家を迷路に	日本／香川県

4要素のランク

楽しさ	A
参加したい	A
社会的意義	A
地域の愛着	A

楽しさのポイント

- 気晴らしになる
- 誰かと一緒に楽しめる
- 熱中できる
- 自分でも参加できる
- 予想外
- 達成感がある
- スリルがある
- 反応が返ってくる
- 物語性を感じられる
- SNSで会話のネタになる

タバコ屋が迷路の入口

雪山のような通路も

ふすまや扉、冷蔵庫が次の空間の通路に

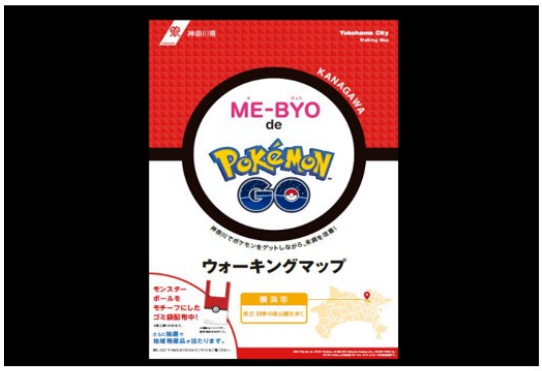
活用に当たっては地元民と綿密な協議があった

概要	小豆島土庄本町の一角で展開された空き家活用アートプロジェクト。空き家となったタバコ屋さんと民家をリノベーションし、迷路のアトラクションに仕立てた
狙い	増加し続ける空き家の有効活用。人口減少する中での地域の活性化
効果	瀬戸内国際芸術祭の作品として展示し好評を博したため、続く2019年には拡大し出展

事例４　空き家を迷路に

5	ポケモンGOで健康ウォーキング	日本／神奈川県

	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ　アート文化 地域　物語	楽しさ　A 参加したい　B 社会的意義　A 地域の愛着　B	気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる **自分でも参加できる** 予想外 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる



神奈川県が配布しているウォーキングマップ

県内おすすめスポットとポケストップが図示

マップをもとに歩いてもらう

アプリと連動させると健康データが把握できる

概要	位置情報ゲームアプリ『Pokémon GO』とコラボしたウォーキングイベント。ポケストップやジムの位置とともに、市町村おすすめスポットが掲載されたマップを配布し、ウォーキングをしてもらう

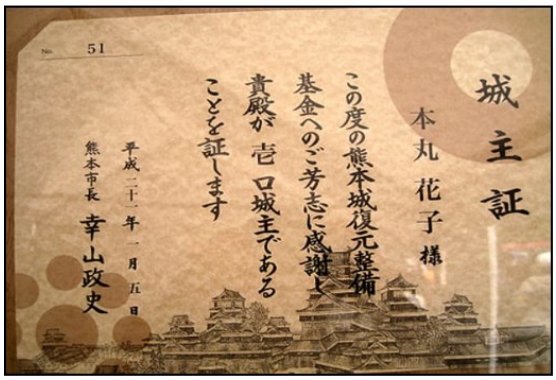
狙い	高齢者に外出機会を創出し、フレイル（虚弱化）を予防。県内の地域資源のPR

効果	ゲーム利用者の行動パターンや健康状態などに着目した新たな研究を慶應大学医学部の宮田教授が行うことが発表されている

事例５　ポケモン GO で健康ウォーキング

6	熊本城の一口城主	日本／熊本県

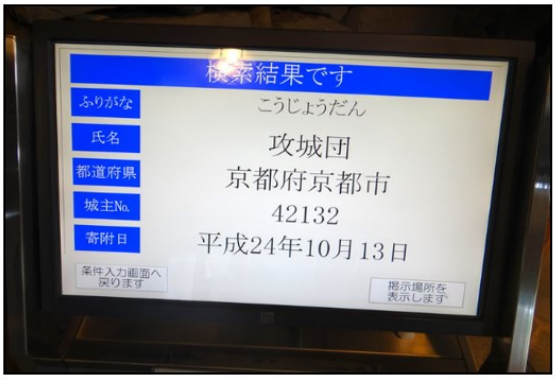
	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ　アート文化　地域　物語	楽しさ　A 参加したい　B 社会的意義　A 地域の愛着　A	気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる **自分でも参加できる** 予想外 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる



一口城主になると城主証がもらえます

手形ももらえます

城主になると天守閣に飾られます



見つからなければ城内に検索システムも

概要	熊本市が1998年に全国に先駆けて始めた制度で、1万円以上の寄付をすると熊本城の「一口城主」として「城主証」「城主手形」が発行され、天守に芳名板が掲示される
狙い	熊本城の櫓（やぐら）などの復元整備事業の予算が高額で、税金では十分な復元整備ができないことの補填
効果	1998年の開始以来、約18億円を集めた。現在の寄付「熊本城災害復旧支援金」は今年の1月末現在、21,744件、20億円以上を記録

事例６　熊本城の一口城主

7	空き地に謎のコンテナ	日本／佐賀県

4要素のランク

楽しさ	A
参加したい	A
社会的意義	A
地域の愛着	B

楽しさのポイント

- 気晴らしになる
- **誰かと一緒に楽しめる**
- 熱中できる
- **自分でも参加できる**
- 予想外
- 達成感がある
- スリルがある
- 反応が返ってくる
- 物語性を感じられる
- SNSで会話のネタになる

駐車場が生まれ変わった

現地を上から見ると

芝生は親子で整備

コンテナごとにコンセプトを設定

概要	誰もが自由に楽しむことができる無料の「空き地リビング」。雑誌や絵本、マンガが自由に閲覧できる「図書館コンテナ」、住民が集える「交流コンテナ」、ショップが利用できる「チャレンジコンテナ」を展開
狙い	人口減少に伴う空き地の有効活用、中心市街地の駐車場化による街の殺風景化の解消
効果	社会実験を実施したところ大変好評で、第2弾につながった。コンテナの周辺への出店希望が増加し賑わいが生まれた

事例７　空き地に謎のコンテナ

8	スポーツGOMI拾い	日本／東京都

	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ / アート文化 / 地域 / 物語	楽しさ A 参加したい A **社会的意義 S** 地域の愛着 A	気晴らしになる **誰かと一緒に楽しめる** 熱中できる 自分でも参加できる 予想外 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる

スポーツと社会奉仕活動を融合

全国へと波及

シニアも気軽に参加できます

企業がスポンサーとなる場合も

概要	企業や団体が取り組む従来型のごみ拾いに、「スポーツ」のエッセンスを加え、今までの社会奉仕活動を「競技」へと変換させた日本発祥の全く新しいスポーツ

狙い	ゴミ収集と景観の改善。「同じ目標に立ち向かう」「チームで力を合わせる」「達成感」「爽快感」などスポーツの要素によりゴミ拾いの概念を変革

効果	海外まで取組が拡大し、「第１回 内閣府クールジャパン・マッチングアワード」審査委員特別賞を受賞。東京2020大会でも実施決定

事例８　スポーツ GOMI 拾い

9	たばこの代わりにシャボン玉で一服	日本／東京都

	4要素のランク	楽しさのポイント	
エコ　アート文化 地域　物語	楽しさ　A 参加したい　B 社会的意義　B 地域の愛着　B	気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる 自分でも参加できる 予想外	達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる

タバコ代わりにシャボン玉

これなら子どもも参加できる

国籍も関係ない

他地域にも波及

概要	タバコの代わりに、シャボン玉のあるライフスタイルを提案するプロジェクト。喫煙所には、灰皿でなく、シャボン液の入ったシャボン玉スタンドを設置し一服する
狙い	屋外喫煙所の周辺歩行者への副流煙防止、非喫煙者の憩い空間の創出
効果	副流煙の減少、誰でも参加できホッと息が付ける空間の創造、健康に害のないコミュニケーションの場の創造

事例９　たばこの代わりにシャボン玉で一服

１０	砂浜美術館	日本／鳥取県

4要素のランク	
楽しさ	A
参加したい	A
社会的意義	A
地域の愛着	A

楽しさのポイント

- 気晴らしになる
- **誰かと一緒に楽しめる**
- 熱中できる
- **自分でも参加できる**
- 予想外
- 達成感がある
- スリルがある
- 反応が返ってくる
- **物語性を感じられる**
- **SNSで会話のネタになる**

砂浜全体を美術館に

Tシャツアート展では1,000の応募作品を展示

漂流物も展示します

外部からも人が来るように

概要	自分たちの町に美術館がないことから、建物をたてずに、長さ４キロメートルの砂浜そのものを美術館として考え、今まで何気なく見過ごしてきた一つ一つを「作品」として捉えなおしたプロジェクト

狙い	自分の町に美術館をお金をかけずにつくる

効果	Tシャツアート展は今年で31回目を迎え、毎回1,000人が参加するほど人気となった。星空花火大会や交流会など地元の人が集まる取組が派生した

事例１０　砂浜美術館

１１	空き地の公園化“アーバンピクニック”	日本／兵庫県

4要素のランク

楽しさ	A
参加したい	A
社会的意義	A
地域の愛着	A

楽しさのポイント

- 気晴らしになる
- **誰かと一緒に楽しめる**
- 熱中できる
- **自分でも参加できる**
- 予想外
- 達成感がある
- スリルがある
- 反応が返ってくる
- 物語性を感じられる
- SNSで会話のネタになる

コンクリートから芝生へ

思い思いに過ごす市民

ファーマーズマーケット開催時

楽器をシェアする取組も生まれた

概要	神戸市役所前の公園で、人がほとんど寄り付かないグラウンド部分を芝生化し、芝生広場を活用した公園の魅力を高めるプログラムを展開
狙い	神戸の都心の魅力向上や賑わいにつながる空間づくり。公園の日常的な有効活用
効果	来場者の増加と取組の好評により6年間も拡大、継続中。ファーマーズマーケットとの併催などへ波及し、再整備の検討など新たな展開に発展

事例１１　空き地の公園化“アーバンピクニック”

１２	おもちゃ交換会で防災訓練	日本／兵庫県

4要素のランク

楽しさ	S
参加したい	A
社会的意義	S
地域の愛着	A

楽しさのポイント

- 気晴らしになる
- 誰かと一緒に楽しめる
- 熱中できる
- 自分でも参加できる
- 予想外
- 達成感がある
- スリルがある
- 反応が返ってくる
- 物語性を感じられる
- SNSで会話のネタになる

チラシ

プロジェクトの流れ

まずはおもちゃと物々交換

後半は楽しみながら防災を学ぶ

概要	おもちゃの物々交換の仕組みをベースに、「体験コーナー」をゲーム感覚あふれる「消火」「救出」「救護」などの防災訓練にすることで、楽しみながら防災の“知恵”や“技”を学べる
狙い	こどもや30・40代の防災訓練への参加
効果	2005年には神戸市内7ヵ所10日間開催し、延べ7,000人のファミリーを集客。横浜、新潟、大阪、宮崎など様々な地域に拡大

事例１２　おもちゃ交換会で防災訓練

１３	高校生レストラン	日本／三重県

4要素のランク

楽しさ	A
参加したい	A
社会的意義	A
地域の愛着	A

楽しさのポイント

- 気晴らしになる
- 誰かと一緒に楽しめる
- 熱中できる
- 自分でも参加できる
- 予想外
- 達成感がある
- スリルがある
- 反応が返ってくる
- **物語性を感じられる**
- SNSで会話のネタになる

「まごの店」の外観

高校生が厨房、接客すべてをこなす

営業日には多くの客でにぎわう

本格的な日本料理が味わえると評判

概要	相可高校の調理クラブに所属する生徒たちが自ら店を切り盛りし、授業のない土曜・日曜・祝日だけ運営するレストラン「まごの店」
狙い	地元食材の地産地消。人口減少、人口流出に伴う地域の衰退を防ぐ人材育成と観光客増加
効果	営業日には200人以上が来店。国土交通省大臣表彰など受賞多数。テレビドラマ化や伊勢志摩サミットでの料理提供などでも話題となった

事例１３　高校生レストラン

１４	地元名産品でギネス認定	日本／宮城県

4要素のランク

楽しさ	A
参加したい	A
社会的意義	A
地域の愛着	A

楽しさのポイント

- 気晴らしになる
- **誰かと一緒に楽しめる**
- 熱中できる
- 自分でも参加できる
- 予想外
- **達成感がある**
- スリルがある
- 反応が返ってくる
- 物語性を感じられる
- SNSで会話のネタになる

1000人以上がギネスにチャレンジ

一斉いちご摘みの様子

見事、世界記録を達成

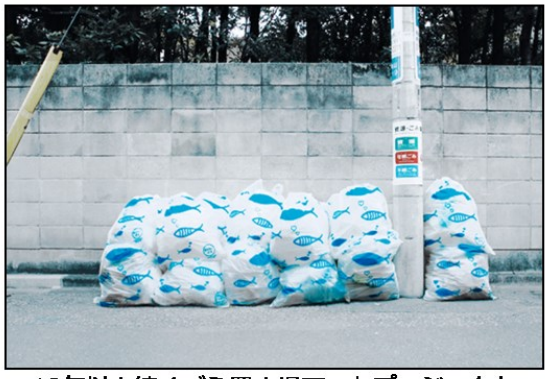
多くの町民が祝福した

概要	東日本大震災により、9割以上のいちご農家が被災したことを受け、1000人で一斉にいちごを摘み取るギネス世界記録にチャレンジした
狙い	被災による売り上げの落ち込んだいちご農家の復興、オリジナル品種「もういっこ」のPR
効果	地元民1141人の参加により「同時にいちご狩りをした最多の人数」としてギネス世界記録を達成。生産量が震災前の8割まで回復

事例１４　地元名産品でギネス認定

１５	ゴミ置き場をアートに	日本／山梨県

	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ　アート文化　地域　物語	楽しさ　S 参加したい　A 社会的意義　S 地域の愛着　A	気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる



10年以上続くゴミ置き場アートプロジェクト

ポケモンGOゴミ袋で持ち帰り率向上

うさぎ型ゴミ袋はKids Design賞を受賞

セサミストリートとのコラボへ波及

概要	「ゴミのネガティブなイメージがなくなれば、ゴミに関心をもってくれる人が増えるのではないか」という想いからゴミ袋をデザインし、集積所をアートに変えるプロジェクト
狙い	ゴミ集積所の景観の改善、ゴミ問題への関心向上、ゴミ出しを楽しくする
効果	景観の向上、ゴミ問題への意識向上（持ち帰りの増加）、こどもによるゴミ出しの増加

事例１５　ゴミ置き場をアートに

１６	交差点を地元民がペイント	アメリカ／ポートランド

エコ　アート文化 地域　物語	４要素のランク 楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　A	楽しさのポイント 気晴らしになる　達成感がある **誰かと一緒に楽しめる**　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる

交差点をペイント

近所の住民が参加

ベンチもペイント

ティースタンドで近所の会話も生まれた

概要	住民が交差点をペイントした取組で、「Welcome friend」などペイントに参加した住人たちのメッセージも描かれた
狙い	ご近所同士の交流の場の創出
効果	ご近所同士の交流の場の創出、車が交差点をゆっくり走るようになり安全性が向上、ベンチや交流スペースのペイントにも発展

事例１６　交差点を地元民がペイント

１７	街中にピアノ	イギリス／バーミンガム

	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ　アート文化 地域　物語	楽しさ　A 参加したい　B 社会的意義　B 地域の愛着　B	気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる 自分でも参加できる 予想外 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる

発祥はイギリスのバーミンガム市

屋外に設置されることも

時には子どもの連弾も

ムックが弾くことも

概要	公共施設内や屋外にピアノを設置し、行き交う人が自由に弾けるもの。イギリスのバーミンガム市の街中に置かれた15台のピアノが発祥とされている

狙い	町に住む人同士のコミュニケーション創造、ホッとできる空間の創出

効果	ホッとできる空間、感性を刺激される空間、コミュニケーションを促進する空間の創出。ストリートピアノ利用者は、世界で500万人とされる

事例１７　街中にピアノ

１８	タバコの吸い殻投票箱	イギリス／ロンドン

エコ　アート文化　地域　物語	４要素のランク 楽しさ　S 参加したい　A 社会的意義　S 地域の愛着　A	楽しさのポイント 気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる

最初に設置された吸い殻投票箱

タバコのポイ捨てに悩むロンドンで劇的効果

小さな穴から投票します

中国西安市では今の気分を投票する箱に応用

概要	ロンドンの街からタバコのポイ捨てをなくそうと、吸い殻入れを投票箱に見立てることで、地面に捨てる代わりにあらゆる分野のトピックスに投票させようというもの

狙い	公園におけるタバコのポイ捨て撲滅。ゴミ減少による景観の改善

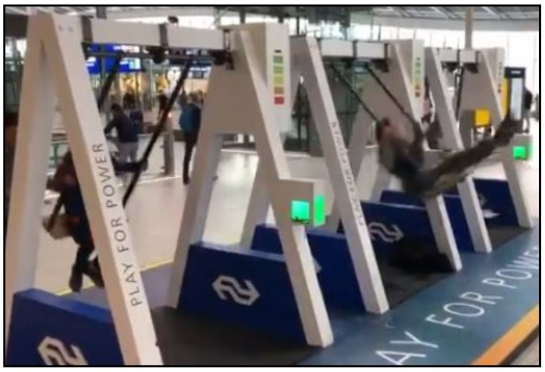
効果	約46%の吸い殻を削減。この特殊な投票箱Ballot Binは話題となり、21カ国に展開されている

事例１８　タバコの吸い殻投票箱

１９	こいで充電ブランコ発電機	オランダ/ユトレヒト

エコ / アート文化 / 地域 / 物語	4要素のランク 楽しさ S 参加したい A 社会的意義 A 地域の愛着 A	楽しさのポイント 気晴らしになる / 達成感がある 誰かと一緒に楽しめる / スリルがある 熱中できる / 反応が返ってくる 自分でも参加できる / 物語性を感じられる 予想外 / SNSで会話のネタになる

スマホの充電がなくなったらブランコをこぐ



絵的にも面白い

ゆとりある中央駅の構内に設置された

童心に返る大人が続出

概要	駅で電車を待つ間、スマホの充電が切れそうになった時、ブランコを漕ぐことで携帯電話が充電できるようにとオランダのユトレヒト中央駅に設置されたブランコ発電機
狙い	エネルギーコストについて考えるきっかけづくり。電車の待ち時間の退屈を解消
効果	設置以来、利用希望者の行列ができた（一日に100人以上が利用）。メディアで話題になり存続を希望する声が上がり、今後も長期設置が決定

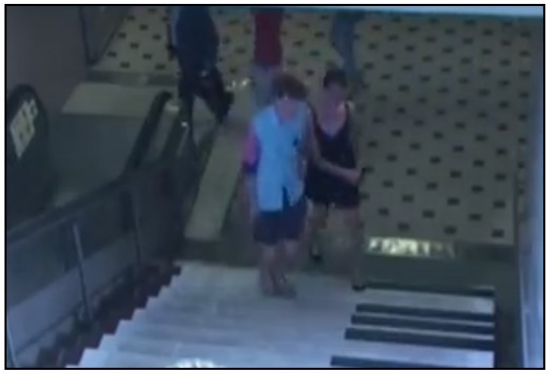
事例１９　こいで充電ブランコ発電機

２０	ピアノ鍵盤型の階段	スウェーデン／ストックホルム

エコ / アート文化 / 地域 / 物語	４要素のランク 楽しさ　S 参加したい　S 社会的意義　A 地域の愛着　A	楽しさのポイント 気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる 自分でも参加できる 予想外 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる

ピアノ鍵盤型の階段

フランスや中国にも波及



遊ぶ人も出現

エスカレーターも利用してね

概要	スウェーデンのストックホルムのオーデンプラン駅で、階段を使ってもらえるように、階段を登るたびにピアノの音が出るようにする仕掛け
狙い	エスカレーター利用者の行列解消と階段利用者への誘導
効果	設置を機に利用者の約60%が階段を利用するようになり、エスカレーターの行列が解消された

事例２０　ピアノ鍵盤型の階段

２１	世界一深いゴミ箱	スウェーデン／ストックホルム

エコ	アート文化	4要素のランク	楽しさのポイント
地域	物語	楽しさ　S 参加したい　S 社会的意義　S 地域の愛着　A	気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる 自分でも参加できる 予想外 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる

世界一深いゴミ箱

ゴミ箱内部に機器を設置

ゴミを入れると落下音が

音を聞くためにゴミを拾う人が続出

概要	公園のゴミ箱を細工し、深い井戸へ投入した音が鳴る仕掛けを施した

狙い	ゴミのポイ捨てを減らしゴミ箱の利用へ誘導する

効果	通常の２倍を超えるゴミ収集が実現

事例２１　世界一深いゴミ箱

２２	安全運転宝くじ	スウェーデン／ストックホルム

	4要素のランク	楽しさのポイント	
エコ アート文化 地域 物語	楽しさ　S 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　B	気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる 自分でも参加できる 予想外	達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる

ストックホルムに設置されたメーター

速度制限を守ったら宝くじがもらえる

スピードカメラで計測

コンテストで入賞

概要	道路のある箇所にレーダーとカメラを設置し、速度違反をした人にはチケットを切る一方で、速度を守った人は自動的に宝くじを貰えるというもの

狙い	スピード違反防止と交通事故の減少

効果	3日間の実験期間中、実験前には車の速度は平均32km/hだったのに対し、実験後には平均25km/hとなり、平均速度は22%低減

事例２２　安全運転宝くじ

２３	瓶入れアーケードゲーム	スウェーデン／ストックホルム

エコ アート文化 地域 物語	4要素のランク 楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　B	楽しさのポイント 気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる 自分でも参加できる 予想外	達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる SNSで会話のネタになる

瓶入れアーケードマシン

若者も楽しんでリサイクル

見物人も発生するように

得点が取れればやはりうれしい

概要	アーケードゲームの機械に着想を得たボトル回収マシーン。6つのボトル回収口の中から、ランプが光った箇所にボトルを入れることで、スコアを獲得でき、掲示板にポイントが表示される仕様

狙い	ビンのリサイクル回収率の向上

効果	同じ地域に設置された、ゲームなしの回収機は一晩で2回しか利用されなかったが、このゲーム付きの回収機は約100人が利用

事例２３　瓶入れアーケードゲーム

２４	プラスチックに代わるバナナ包装紙	タイ／チェンマイ

エコ　アート文化 地域　物語	４要素のランク 楽しさ　S 参加したい　A 社会的意義　S 地域の愛着　A	楽しさのポイント 気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる

プラスチックの代わりにバナナの葉で包装

実際に陳列されている様子

取組を実践するリンピンスーパーマーケット

タイではバナナの葉が簡単に手に入る

概要	タイのスーパーマーケットが行った取組で、今までビニール袋で包装していた野菜を、バナナの葉で包む方法に切り替えたもの
狙い	プラスチック包装紙の減少と環境への負荷軽減。タイに大量にあるバナナの葉の有効利用
効果	プラスチック包装紙の削減。ベトナムやフィリピンのスーパーにも拡大。バナナの葉づくりの新たな地域雇用も期待されている

事例２４　プラスチックに代わるバナナ包装紙

２５	現代版ストリート電話ボックス	中国／上海

	4要素のランク	楽しさのポイント
エコ / アート文化 / 地域 / 物語	楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　B	気晴らしになる 誰かと一緒に楽しめる 熱中できる 自分でも参加できる **予想外** 達成感がある スリルがある 反応が返ってくる 物語性を感じられる **SNSで会話のネタになる**

使われなくなった公衆電話は犯罪の温床に

現代版に生まれ変わった

ビジネスマンの一時利用や待ち合わせ場所に

こどもも安全に使えます

概要	使われなくなった公衆電話を生まれ変わらせた「Orange Phone Booths」。LEDライトが導入され、夜も全体が光る。フリーwi-fi、携帯充電器、座るスペース、新聞ラック、コーヒーテーブルが完備された

狙い	携帯電話の普及で使われなくなった公衆電話が、落書きやポイ捨て、用を足すなど本来の使われ方がされていなかったことへの環境改善、犯罪予防

効果	電話ボックスがパブリックスペースの「家具」のようになり、オシャレな休憩スポットとして利用されるようになった

事例２５　現代版ストリート電話ボックス

２６	クレジットカードをスライドして募金	ドイツ／都市不明

エコ　アート文化 地域　物語	4要素のランク 楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　B	楽しさのポイント 気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる

一見するとデジタル広告

隙間にクレジットカードをスライドすると

パンが切れる絵が出て募金完了

不当逮捕を開放する別の募金受付機もある

概要	インタラクティブな寄付金受付機。広告の中央部にクレジットカードの読み取り機があり、カードを通すと2ユーロが寄付金として引き落とされる
狙い	募金の増加。募金の使い道を理解してもらう
効果	自分の募金が何に使われるかの実感が持てる

事例２６　クレジットカードをスライドして募金

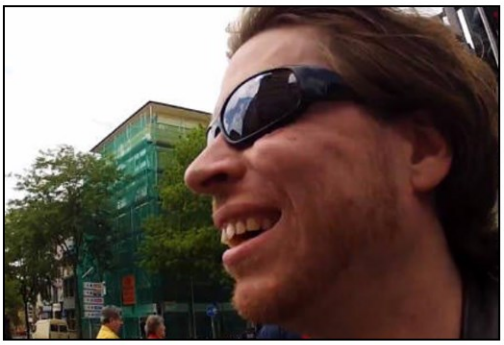
２７	信号待ちイライラ解消ゲーム	ドイツ／ヒルデスハイム

エコ / アート文化 / 地域 / 物語	4要素のランク	楽しさのポイント	
	楽しさ　S	気晴らしになる	達成感がある
	参加したい　A	誰かと一緒に楽しめる	スリルがある
	社会的意義　A	熱中できる	反応が返ってくる
	地域の愛着　A	自分でも参加できる	物語性を感じられる
		予想外	SNSで会話のネタになる

ドイツ・ヒルデスハイムの信号機

赤になると信号待ちの間に対戦型ゲームができる

信号が変わると反対側の対戦相手も笑顔に



考案したエンゲルさん

概要	信号待ちのイライラを解消できる信号機装着型対戦ゲーム「StreetPong」。支柱部分にスクリーンがあり、赤信号の時は反対側で待っている歩行者とホッケーゲームを楽しめる

狙い	信号待ちのイライラ解消と信号無視の減少

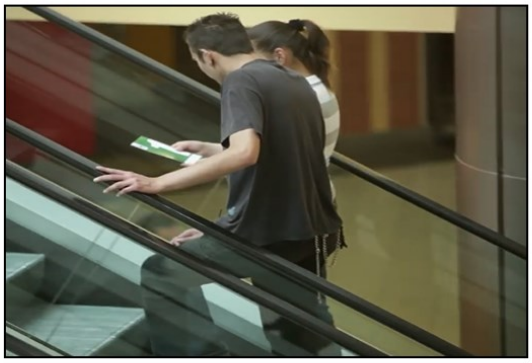
効果	信号待ちの間のイライラが楽しみに変わり、見知らぬ対戦相手とのコミュニケーションも発生。無理な横断も減少した

事例２７　信号待ちイライラ解消ゲーム

２８	1枚で28万人にPR	ハンガリー／ブタペスト

エコ / アート文化 / 地域 / 物語	4要素のランク 楽しさ S 参加したい A 社会的意義 A 地域の愛着 B	楽しさのポイント 気晴らしになる / 達成感がある 誰かと一緒に楽しめる / スリルがある 熱中できる / 反応が返ってくる 自分でも参加できる / 物語性を感じられる 予想外 / SNSで会話のネタになる

エスカレーターの下でパンダがチラシを渡す



乗っている間にチラシを読む

降りるときにチラシを上のパンダに渡す

下りに乗る人のチラシを下のパンダが受け取る

概要	１枚のチラシで世界自然保護基金への寄付を訴える取組。2名のパンダの着ぐるみをショッピングモールのエスカレーターの上下に配置。下でチラシを渡して上で回収し、今度は上でチラシを渡す…を繰り返した
狙い	紙資源の節約
効果	この様子を撮影した動画がネット配信されて話題になり、28万人以上の人に活動が知れ渡った

事例２８　１枚で 28 万人に PR

２９	愉快な歩道橋	メキシコ／モンテレー

エコ　アート文化 地域　物語	**4要素のランク** 楽しさ　A 参加したい　A 社会的意義　A 地域の愛着　B	**楽しさのポイント** 気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　SNSで会話のネタになる

歩道橋が使われず車道の横断が絶えなかった

歩道橋に音が鳴る特殊加工シートを設置

ピンク部分を踏むとアヒルの鳴き声がする

利用者は２倍に増加

概要	メキシコのモンテレーにある歩道橋を、歩くたびに変な音（アヒルの鳴き声に聞こえる）が鳴るような特殊加工シートを設置した
狙い	信号がない箇所の横断による交通事故リスクの低減。歩道橋の利用者増加
効果	設置後、歩道橋利用者が２倍に増加

事例２９　愉快な歩道橋

３０	ペットボトルツリー	リトアニア／カウナス

エコ　アート文化　地域　物語	4要素のランク 楽しさ　A 参加したい　B 社会的意義　A 地域の愛着　B	楽しさのポイント 気晴らしになる　達成感がある 誰かと一緒に楽しめる　スリルがある 熱中できる　反応が返ってくる 自分でも参加できる　物語性を感じられる 予想外　**SNSで会話のネタになる**

4万個を使ったリトアニアのクリスマスツリー

コロンビアのショッピングモールの作品

日本でも各地に展開

キャラクターに仕上げるのは日本ならでは

概要	ゴミとして捨てられるペットボトルをリサイクルし、クリスマスツリーを作るプロジェクト

狙い	リサイクルへの意識の向上

効果	同様の動きは日本をはじめ全世界に拡大

事例３０　ペットボトルツリー

「楽しさ要因」アンケート調査　素データ

第 2 章で行った「楽しさ要因」に関するアンケート調査の素データを添付する。

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
1	幸福学を知った時						○	○	○							○	○							○					○					
2	新人の成長を感じた時			○					○			○	○			○			○		○			○			○		○	○			○	○
3	人と親しくなれた時		○					○	○	○		○	○			○		○			○					○			○		○			○
4	ボーリングでストライク	○	○	○	○				○	○		○	○	○			○															○		
5	インスタ映えする写真が撮れた		○	○	○	○						○				○	○	○		○	○					○	○		○	○	○			○
6	飲み会		○		○			○	○	○		○	○								○					○			○			○		
7	友人とのバイク		○	○						○		○	○		○		○			○			○			○	○		○				○	
8	温泉に入った時		○									○	○													○								
9	習字		○	○				○		○			○	○		○				○	○			○		○	○		○					
10	映画（ボヘミアンラプソディ）		○	○				○		○							○					○		○										○
11	犬		○							○				○													○							
12	旅行		○		○	○				○		○	○	○	○						○			○		○			○					○
13	勉強			○	○		○	○	○	○		○	○			○	○		○										○					
14	ヨガ		○	○						○		○	○	○	○		○					○		○		○			○					
15	サイバスロン	○						○		○		○	○				○						○			○						○		
16	トークライブ（てんつくマン）		○		○			○	○			○	○				○																	○
17	飲み会		○		○				○				○				○																	
18	新しい人とのつながり							○	○	○	○	○	○								○			○					○					
19	部屋の片づけがノリノリに			○										○		○	○			○				○					○				○	
20	サイクリング		○	○										○	○																			
21	花や新芽を写真に撮る					○					○						○			○						○								
22	新しいビジネスについて考える			○			○	○								○	○		○	○							○		○	○				
23	イラストを描く					○											○			○						○								
24	料理			○													○			○										○				
25	美味しいものを食べる					○		○				○			○		○									○								
26	国際会議での発表	○		○			○	○	○							○	○	○	○	○	○						○		○					

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
27	企業との研究			○		○	○	○	○	○	○		○			○	○	○	○	○											○			
28	研究結果が出た			○			○	○			○					○	○	○	○	○				○			○							
29	久々のデート		○		○							○		○									○			○			○			○		○
30	娘とのしりとり		○		○		○	○				○																						
31	運動会の応援	○	○	○	○		○					○																				○		
32	庭いじり		○	○		○								○	○		○			○														
33	スマホでEX予約			○			○	○								○												○						
34	旧友と飲んだ		○		○			○	○			○	○				○				○					○			○			○		○
35	ネットで買い付けをした			○			○	○								○				○			○				○	○	○				○	
36	Excelの関数で工夫した			○		○										○	○			○							○						○	
37	燕三条での食事					○		○																○										
38	車の購入							○																				○						
39	ドライブ		○														○																	
40	仕事			○			○	○								○											○							
41	サバイバルゲーム	○	○	○						○		○	○	○			○						○			○	○							
42	サイクリング		○											○			○																	
43	同窓会		○							○			○			○																		
44	飲み会		○							○			○																					
45	海外出張							○		○						○										○								
46	転職先での交流会		○		○		○	○	○	○		○	○				○		○				○	○		○			○		○	○		○
47	自分の研究を面白がってもらえた				○				○				○			○	○	○	○		○						○							○
48	関心を持っていた人と共同研究の可能性						○	○	○	○		○	○			○		○	○		○								○					
49	子どもとバドミントン	○	○		○			○		○		○	○	○								○				○						○		○
50	新しい研究の着想を得た							○		○						○	○		○	○							○		○					○
51	知り合いと共通の友人がいることが判明				○			○	○			○	○					○			○											○		○
52	新規事業のアイデアを語れた		○		○			○	○	○		○	○				○	○	○	○	○	○					○					○		○

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
53	毎晩学生と修論のパワポをまとめる			○	○		○	○		○		○	○			○	○		○	○	○		○	○			○		○			○	○	○
54	フェリーの上で美しい景色を見た		○			○						○	○		○		○					○				○								
55	学生の研究が進みワクワクのメカニズムが判明			○		○	○	○		○			○			○	○		○	○	○			○					○					
56	石垣島でシュノーケリング			○		○		○		○		○	○	○	○		○									○								
57	新しい知識を得た時						○	○											○															
58	ハンガリーの温水プール				○					○		○	○	○	○		○					○				○								
59	人がどじった時				○																			○										○
60	気になる人とイルミネーション		○	○					○			○	○																○		○			○
61	進撃の巨人							○					○				○																	○
62	シュタインズゲート												○				○																	○
63	カラオケで全員が同じ曲で盛り上がる		○									○	○				○					○												
64	言い間違いをした				○			○													○			○										
65	思っていたことと違う反応が返ってきた				○			○													○			○										
66	猫の日々		○																							○								
67	前野先生の本を読んだ			○			○	○									○		○										○					
68	社外勉強会			○			○	○	○	○		○	○			○			○								○		○					
69	コーヒーの抽出作業		○	○					○	○								○									○							
70	哲学者の特集番組を視聴					○	○	○								○	○		○										○					○
71	遺伝子の特集番組を視聴					○	○	○									○		○										○					
72	SDMの授業			○	○		○	○	○	○		○	○			○	○	○	○		○	○					○							
73	焚火		○	○	○				○	○		○	○		○											○			○					
74	磯ガニの飼育	○	○	○	○				○	○			○	○	○						○		○			○	○	○						
75	心理学の読書		○			○	○	○								○	○		○							○								
76	キャンプ		○	○	○				○	○		○	○	○	○	○	○	○			○		○			○	○		○			○		
77	バドミントン	○	○	○	○				○	○		○	○	○			○	○			○	○	○				○		○					
78	プラネタリウム		○			○	○	○	○	○		○	○			○		○								○			○					

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
79	パスタづくり		○	○					○	○		○	○				○	○			○								○					
80	バラ植え		○	○		○			○	○		○	○																					
81	長距離サイクリング			○	○		○	○		○		○	○	○	○		○						○	○		○							○	
82	地元の知らない場所を探索		○			○	○	○						○	○									○		○					○			
83	フットサル	○	○										○	○			○				○				○									
84	友人の犬の散歩		○		○								○	○							○				○									
85	普段読まない恋愛小説			○		○		○									○								○	○								○
86	久々のテニス	○	○		○					○			○	○			○				○						○						○		
87	香港グルメ旅		○	○	○	○		○				○	○	○	○									○	○	○		○	○					
88	バリ島旅行		○	○	○	○		○				○	○	○									○			○			○			○		
89	昭和歌謡限定カラオケ		○		○			○	○	○		○	○									○										○		
90	焼肉の会		○		○			○	○	○		○	○																					
91	お魚パーティ		○	○		○	○	○		○		○	○										○						○		○			
92	子どもと過ごした時間			○								○			○											○								
93	飲み会がない一週間																							○		○					○	○		
94	SDMのゼミ調整	○		○					○									○			○		○								○			
95	人気ラーメン屋に並ばず入れた			○																				○										
96	家族でキャンプ		○									○									○													
97	アベンジャーズ																○						○											○
98	読書						○	○																										
99	アプリ				○			○																					○					
100	プロジェクトのディスカッション						○	○					○			○								○					○					
100	ホテル宿泊		○			○		○																				○						
101	姪っ子と遊ぶ				○			○				○	○																					
102	旅行			○	○	○	○	○		○		○	○	○	○		○									○								○
103	トレーニング			○	○	○	○	○		○				○		○	○			○		○							○				○	

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
104	仕事			○		○		○	○							○	○	○	○	○	○	○	○	○		○	○		○		○			○
105	読書					○	○	○		○			○			○	○					○												○
106	SDM			○		○	○	○		○						○	○			○		○		○					○					
107	サウナ		○											○								○				○								
108	料理		○				○																											
109	地域交通			○					○							○				○														
110	NPOのプログラム運営	○		○	○				○	○		○	○			○	○	○		○	○		○	○			○							
111	NPOのイベント				○	○			○	○		○	○			○	○	○	○										○					
112	ソフトまちづくり					○		○																										
113	市議の仕事						○												○					○					○					
114	彼女				○																			○					○					
115	電動キックボード		○					○		○				○	○							○												
116	豊かに生きる		○			○			○						○	○										○								○
117	キャンプ		○		○	○								○	○		○									○								
118	カフェ		○			○	○																			○								
119	イベント	○								○			○			○	○	○		○	○	○					○					○		○
120	音楽				○		○			○		○	○	○								○		○		○								
121	持続可能なまちづくり						○	○											○															
122	ランニング		○	○		○	○							○																				
123	飲み会		○		○		○		○	○		○	○			○																		
124	コモンビート						○		○	○		○	○	○					○	○		○				○								
125	研究			○				○					○			○		○								○								
126	友人とドライブ		○		○							○	○				○									○	○					○		
127	富士急ハイランド		○		○							○	○	○			○									○								
128	フォレストアドベンチャー		○	○	○							○	○	○	○		○						○			○	○							
129	旅行		○									○	○				○									○								

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
130	田舎に行く		○					○					○		○											○								
131	一人旅		○	○				○								○	○						○			○	○							
132	企画の運営			○			○					○	○			○	○	○	○	○	○	○				○	○					○	○	
133	研修の企画実施			○					○			○	○					○	○	○	○						○		○				○	
134	人の成長に伴走			○									○			○		○		○	○			○					○				○	○
135	中学生に授業			○								○	○			○			○	○	○					○								○
136	未知の世界の人と話した						○	○				○	○			○																		
137	会社で幸せ講演会が実現				○			○								○					○													
138	幸せ3.0に実行委員として参加			○				○	○	○																								
139	SDM生活のスタート							○	○	○							○												○				○	
140	先祖を研究している人に家族と訪問							○				○												○	○	○								○
141	人の輪が広がる							○	○				○																○					
142	転職								○							○		○			○						○							○
143	1週間テレワーク生活			○													○			○						○			○					○
144	息子と天ぷらを食べた								○	○		○	○				○												○		○			
145	福山雅治カウントダウンライブ		○	○				○		○		○	○				○					○				○					○			
146	姪の芝居観劇					○				○		○	○											○		○			○			○		
147	女子大生の今どきの話を聞く				○							○												○					○			○		○
148	同級生の番組を視聴					○		○									○																	○
149	ムーミンの谷を旅行					○				○			○				○							○		○			○					
150	あけぼのの森を旅行					○				○							○									○			○					
151	百段階段を上る				○	○																				○			○					
152	地獄谷で飲む		○		○				○	○		○	○													○			○			○		
153	ロケに遭遇				○			○				○	○				○							○		○			○					
154	姪とスウェーデン旅行			○		○	○	○	○	○		○	○			○	○			○				○			○	○	○				○	
155	若手と合同研修			○												○	○		○	○	○						○		○					

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
156	長男が大学合格																				○								○					
157	若手とカラオケ		○		○							○	○	○			○				○	○		○								○		
158	異動																			○			○						○		○			
159	ダイエット成功							○	○									○		○	○						○		○					○
160	若手と飲み会						○		○				○			○											○		○					
161	家族でBBQ		○									○	○		○																			
162	旅行		○									○	○								○													
163	仕事		○	○		○		○		○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○		○		○	○		○	○	○			○
164	出会い							○	○		○	○	○			○	○		○	○	○	○		○			○		○		○			○
165	カラオケ		○		○				○	○		○	○	○			○				○	○		○			○		○		○			○
166	テニス		○	○	○					○		○	○	○		○	○												○					
167	ホットヨガ		○											○		○	○					○							○					
168	映画		○		○	○	○	○																										
169	旅行		○		○	○		○	○	○		○	○				○				○			○		○			○		○			
170	セミナー						○	○		○						○								○		○								
171	飲み会		○		○			○	○	○		○	○			○	○				○						○					○		
172	ジョギング			○										○		○	○												○				○	
173	美術館		○			○		○									○									○								
174	出張		○		○		○	○	○	○	○	○	○			○	○		○					○					○		○	○		
175	買物		○	○							○																	○	○		○			
176	料理		○	○													○			○														
177	植樹		○	○						○		○	○	○	○		○		○										○					
178	旅行		○		○			○		○		○	○	○	○		○						○	○										○
179	旅行		○	○	○	○		○	○	○		○	○					○	○	○	○		○				○				○			
180	旅行		○	○	○					○		○	○				○			○							○		○			○		○
181	テレビ																		○															

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
182	水泳													○			○							○										
183	散歩の途中に子どもと会話				○					○		○																						
184	旅行		○		○			○				○	○													○			○					
185	フラメンコ発表会		○		○							○	○																○					
186	友達と食事会		○		○		○	○				○	○																○					
187	クルージング		○		○			○																○										
188	小説		○	○									○				○																	○
189	WSを企画			○			○	○		○		○	○			○	○	○	○	○	○			○		○	○		○			○		
190	田舎遊び		○		○								○		○		○			○						○			○					
191	仲間とヨガ		○									○	○	○			○									○								
192	講義						○	○		○	○	○	○			○			○							○								○
193	仕事でアイデア思いつく			○				○			○								○	○		○	○	○			○							○
194	初めての土地に行く		○			○	○	○		○		○	○		○	○	○												○					
195	寄木細工コースターづくり		○	○								○	○				○			○														
196	WSでものづくり		○	○	○							○	○				○			○				○		○								
197	絵本の読み聞かせ			○								○	○				○				○													
198	神社や寺巡り		○	○		○	○		○				○		○	○													○				○	○
199	仲間とパフォーマンス		○	○	○					○		○	○	○		○	○				○	○				○	○		○					
200	姉と山道を歩く		○			○				○		○	○		○																			
201	メキシコ人とパーティ		○		○												○															○		
202	マニラでプレゼン成功			○														○											○					
203	サイクリング													○									○									○		
204	生涯現役促進協議会へ参加							○	○									○	○															
205	ゴルフ大会		○		○																													
206	ダンスパーティ		○							○		○	○	○						○		○												
207	旅行		○		○					○		○	○																					

		競争が楽しかった	気晴らしができた	達成感があった	笑えた	美意識を喚起された	わからなかったものがわかった	新たな情報を得た	自分が受け入れられた	自分が参加できた	集めているものが増えた	誰かと空間を共有できた	誰かと時間を共有できた	体が動かせた	自然と一体化できた	自分が成長した	夢中になれた（時間を忘れた）	自分が評価された	社会のためになると思った	創意工夫できた	反応が返ってきた	リズムに乗れた	スリルがあった	予想外だった	自分がコントロールされている感覚	非日常だった	自分の能力を活かせた	物が得られた	変化があった	真似した（された）	ラッキーだった	真面目さと不真面目さが共存していた	困難を克服できた	物語性があった
208	旅行																									○		○	○					
209	ジャズコンサート			○					○				○				○	○			○						○							
210	旅行		○		○				○				○					○																
211	カラオケ大会	○	○	○	○			○		○						○		○			○						○							
212	転職				○		○	○								○							○	○					○				○	○
213	アイデアソン			○			○	○		○						○	○	○	○	○	○		○						○		○	○		
214	砂漠へ行った							○		○		○	○	○	○		○			○			○			○			○					○
215	旅行		○									○	○		○											○								
216	仕事で新製品開発			○		○	○	○					○					○	○	○	○						○						○	
217	ママ友と交流		○		○			○	○	○		○	○								○											○		
218	コーラス			○	○							○	○	○		○	○	○							○		○							
219	昔の友人とランチ		○		○	○				○		○	○			○																		
220	家族旅行		○		○																													
		14	108	85	79	50	55	101	59	85	10	103	121	48	31	68	105	37	41	48	55	29	27	49	6	74	49	8	87	5	21	31	17	46

慶應 SDM　事例評価　集計データ

第 3 章、第 4 章で用いた慶應 SDM における事例評価の集計データを添付する。

	「楽しい」「面白い」と思うか	参加してみたいと思うか	社会的意義が高いと思うか	地域への愛着が強くなると思うか
蛇口からポンジュース	211	194	161	192
空き地に謎のコンテナ	198	181	195	174
砂浜美術館	214	193	192	198
交差点を地元民がペイント	211	190	195	204
地元名産品でギネス認定	198	189	199	194
空き地の公園化アーバンピクニック	202	197	201	190
熊本城の一口城主	200	170	190	188
高校生レストラン	214	195	215	202
ゴミ置き場をアートに	223	206	217	191
空き家を迷路に	211	188	186	186
ポケモンGOで健康ウォーキング	196	167	181	165
スポーツGOMI拾い	218	207	225	195
プラスチックに代わるバナナ包装紙	229	212	229	193
現代版ストリート電話ボックス	213	186	189	177
たばこの代わりにシャボン玉で一服	195	158	173	156
街中にピアノ	206	164	176	169
ピアノ鍵盤型の階段	229	218	199	186
世界一深いゴミ箱	228	219	225	191
バスケットゴール型ゴミ箱	200	193	185	163
タバコの吸い殻投票箱	219	189	219	182
安全運転宝くじ	221	209	213	173
1枚で28万人にPR	219	203	207	162
こいで充電ブランコ発電機	224	215	194	180
クレジットカードをスライスして募金	210	200	207	163
瓶入れアーケードゲーム	200	197	193	173
“真実の口”型アルコール消毒液	214	209	203	177
おもちゃ交換会で防災訓練	216	206	219	200
ペットボトルツリー	209	178	198	171
愉快な歩道橋	204	183	188	160
信号待ちイライラ解消ゲーム	226	210	194	185

	気晴らしになるから	誰かと一緒に楽しめるから	熱中できるから	自分でも参加できるから	予想外だから	達成感があるから	スリルがあったから	自分がしたことに対して反応が返ってくるから	物語性を感じられるから	SNS等で会話のネタになるから
蛇口からポンジュース	1	19	2	20	21	0	0	2	4	21
空き地に謎のコンテナ	6	28	7	23	2	4	0	10	9	7
砂浜美術館	3	18	1	18	17	2	0	0	20	20
交差点を地元民がペイント	3	26	4	16	9	2	0	6	16	9
地元名産品でギネス認定	1	25	4	14	1	25	1	3	16	7
空き地の公園化アーバンピクニック	12	31	2	22	2	0	0	1	9	6
熊本城の一口城主	1	2	0	25	6	7	0	15	15	9
高校生レストラン	0	13	1	7	7	3	0	2	29	5
ゴミ置き場をアートに	4	5	1	13	22	4	0	1	7	19
空き家を迷路に	5	17	7	13	16	1	5	1	13	12
ポケモンGOで健康ウォーキング	14	15	7	19	0	7	1	5	3	7
スポーツGOMI拾い	10	29	16	15	6	13	0	3	2	3
プラスチックに代わるバナナ包装紙	1	3	0	5	17	2	0	6	21	15
現代版ストリート電話ボックス	2	10	1	9	24	0	0	1	5	18
たばこの代わりにシャボン玉で一服	13	17	1	9	14	1	0	0	5	9
街中にピアノ	16	14	2	9	12	0	0	6	10	8
ピアノ鍵盤型の階段	16	10	7	17	18	3	2	7	4	8
世界一深いゴミ箱	13	4	10	19	18	5	3	14	2	3
バスケットゴール型ゴミ箱	19	3	10	15	8	12	2	3	0	4
タバコの吸い殻投票箱	7	10	4	15	13	7	0	14	3	10
安全運転宝くじ	2	4	6	15	14	10	7	9	3	4
1枚で28万人にPR	3	4	3	4	29	0	2	0	7	17
こいで充電ブランコ発電機	17	5	15	19	4	7	1	6	1	15
クレジットカードをスライスして募金	7	2	1	15	15	6	1	8	8	9
瓶入れアーケードゲーム	14	10	13	16	2	6	3	7	0	5
“真実の口”型アルコール消毒液	2	10	4	15	15	0	4	4	7	6
おもちゃ交換会で防災訓練	4	23	8	14	3	7	1	5	8	2
ペットボトルツリー	5	10	4	5	9	4	0	5	7	18
愉快な歩道橋	7	12	2	11	14	2	1	8	2	8
信号待ちイライラ解消ゲーム	24	20	9	11	6	3	4	5	4	4

神奈川県庁　事例評価　集計データ

第 3 章、第 4 章で用いた神奈川県庁における事例評価の集計データを添付する。

	「楽しい」「面白い」と思うか	参加してみたいと思うか	社会的意義が高いと思うか	地域への愛着が強くなると思うか
交差点を地元民がペイント	252	221	224	238
熊本城の一口城主	257	222	282	252
高校生レストラン	284	258	286	273
プラスチックに代わるバナナ包装紙	290	274	315	261
たばこの代わりにシャボン玉で一服	269	233	235	206
世界一深いゴミ箱	312	299	295	254
こいで充電ブランコ発電機	296	284	240	236

	気晴らしになるから	誰かと一緒に楽しめるから	熱中できるから	自分でも参加できるから	予想外だから	達成感があるから	スリルがあったから	自分がしたことに対して反応が返ってくるから	物語性を感じられるから	ＳＮＳ等で会話のネタになるから
交差点を地元民がペイント	8	39	11	15	5	11	1	2	7	11
熊本城の一口城主	1	2	1	30	1	11	0	19	16	12
高校生レストラン	3	21	1	9	5	6	0	2	38	12
プラスチックに代わるバナナ包装紙	1	1	1	10	27	7	0	4	19	21
たばこの代わりにシャボン玉で一服	21	36	6	17	18	0	0	0	4	11
世界一深いゴミ箱	15	13	7	18	27	8	8	15	1	14
こいで充電ブランコ発電機	27	8	13	24	9	10	2	7	1	9

前橋市　事例評価　集計データ

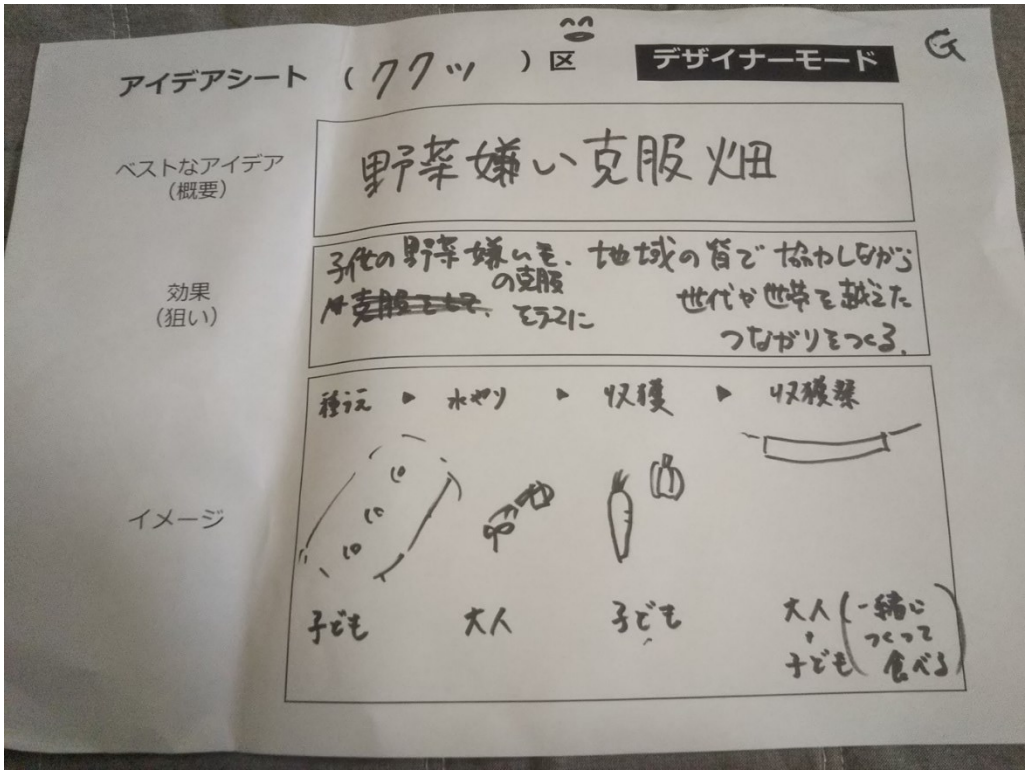
第 3 章、第 4 章で用いた前橋市における事例評価の集計データを添付する。

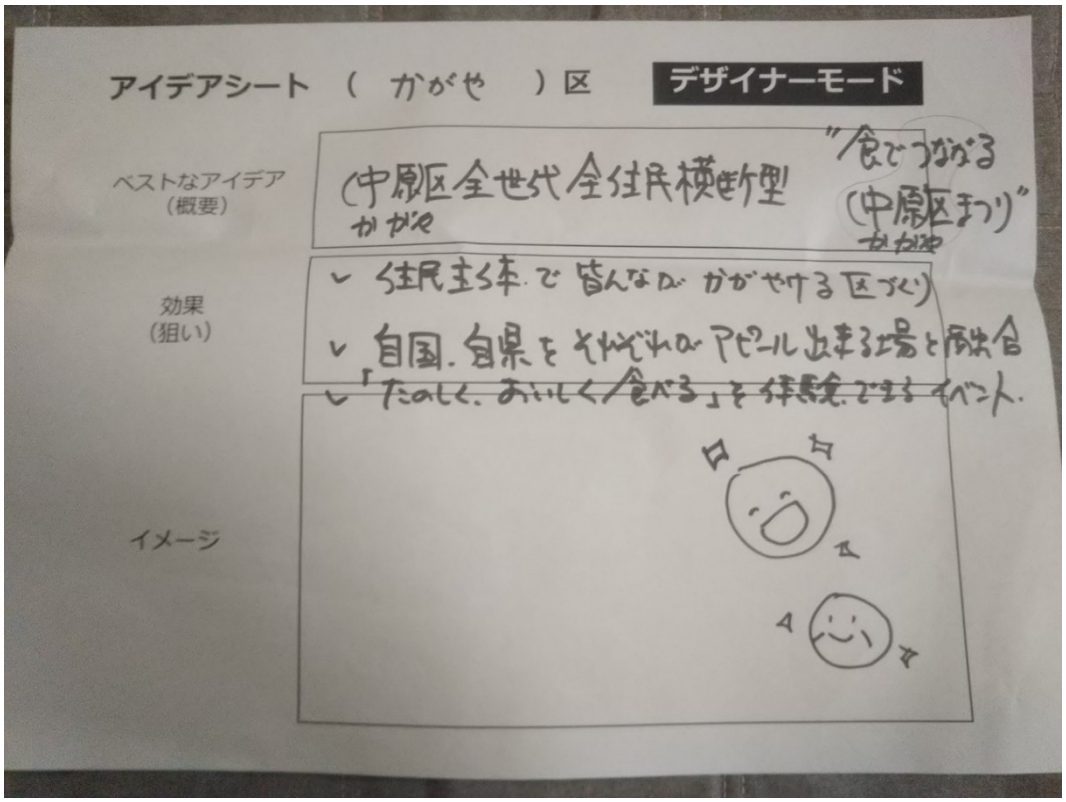
	「楽しい」「面白い」と思うか	参加してみたいと思うか	社会的意義が高いと思うか	地域への愛着が強くなると思うか
交差点を地元民がペイント	179	156	160	178
熊本城の一口城主	175	144	195	164
高校生レストラン	198	169	204	196
プラスチックに代わるバナナ包装紙	201	175	222	178
たばこの代わりにシャボン玉で一服	180	152	156	123
世界一深いゴミ箱	215	199	212	173
こいで充電ブランコ発電機	207	181	164	150

	気晴らしになるから	誰かと一緒に楽しめるから	熱中できるから	自分でも参加できるから	予想外だから	達成感があるから	スリルがあったから	自分がしたことに対して反応が返ってくるから	物語性を感じられるから	ＳＮＳ等で会話のネタになるから
交差点を地元民がペイント	5	21	9	15	4	7	1	5	0	13
熊本城の一口城主	2	3	0	17	7	4	0	11	8	12
高校生レストラン	1	14	5	3	10	4	0	1	24	6
プラスチックに代わるバナナ包装紙	0	2	0	5	24	3	0	2	11	13
たばこの代わりにシャボン玉で一服	15	16	4	12	6	0	0	1	1	11
世界一深いゴミ箱	10	7	3	16	18	2	1	11	1	11
こいで充電ブランコ発電機	18	6	4	18	13	5	1	6	1	7

慶應 SDM　ワークショップにおける創出アイデア

第 3 章で記載した慶應 SDM におけるワークショップのアウトプットを添付する。
この時のワークショップでは、事例集を参考にしながら「中原区役所の敷地の環境改善策・有効利用策についてクリエイティブに考えてください。」というお題のもと、強制連想法のマトリックス法を用いて、グループごとにアイデア創出を行ってもらった。そして、グループで一つ、ベストな事例について「アイデア」「効果」「イメージ」を記載し、発表してもらった。以下がそのアウトプットである。



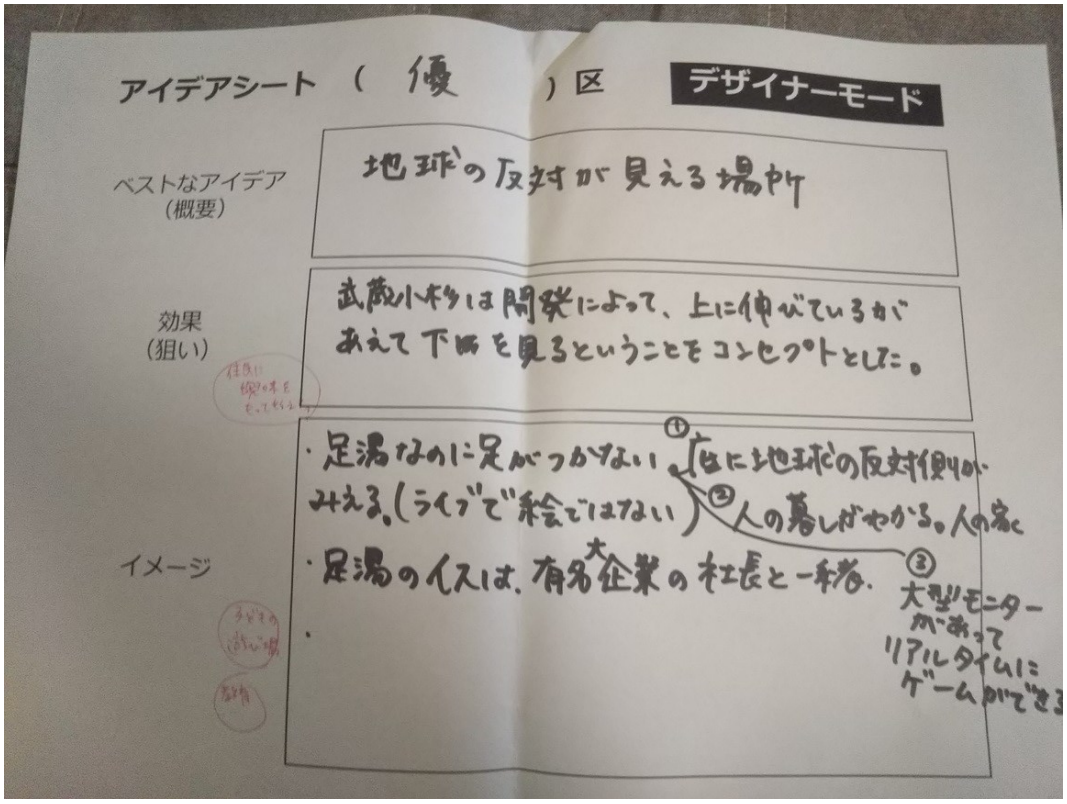


アイデアシート（ かがや ）区　デザイナーモード

ベストなアイデア（概要）：（中原区全世代全住民横断型 かがや）　"食でつながる（中原区まつり）" かがや

効果（狙い）：
- 住民主体で皆んなが かがやける区づくり
- 自国、自県をそれぞれがアピール出来る場と融合
- 「たのしく、おいしく食べる」を体験できるイベント。

イメージ：

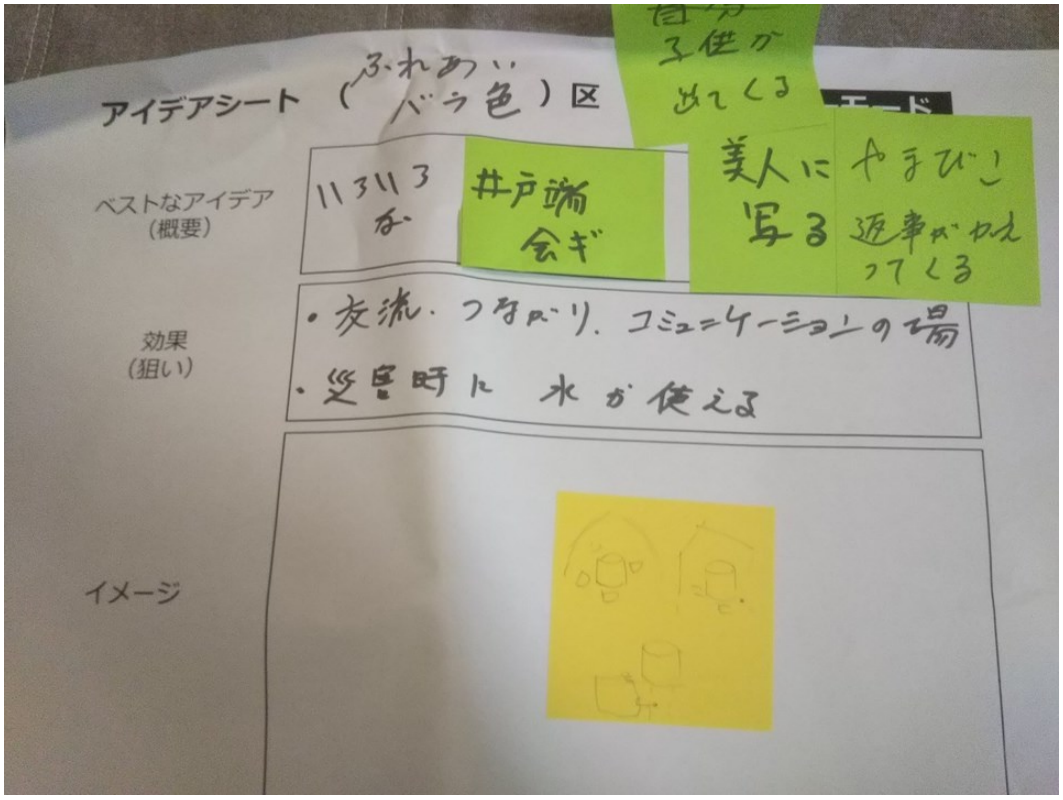


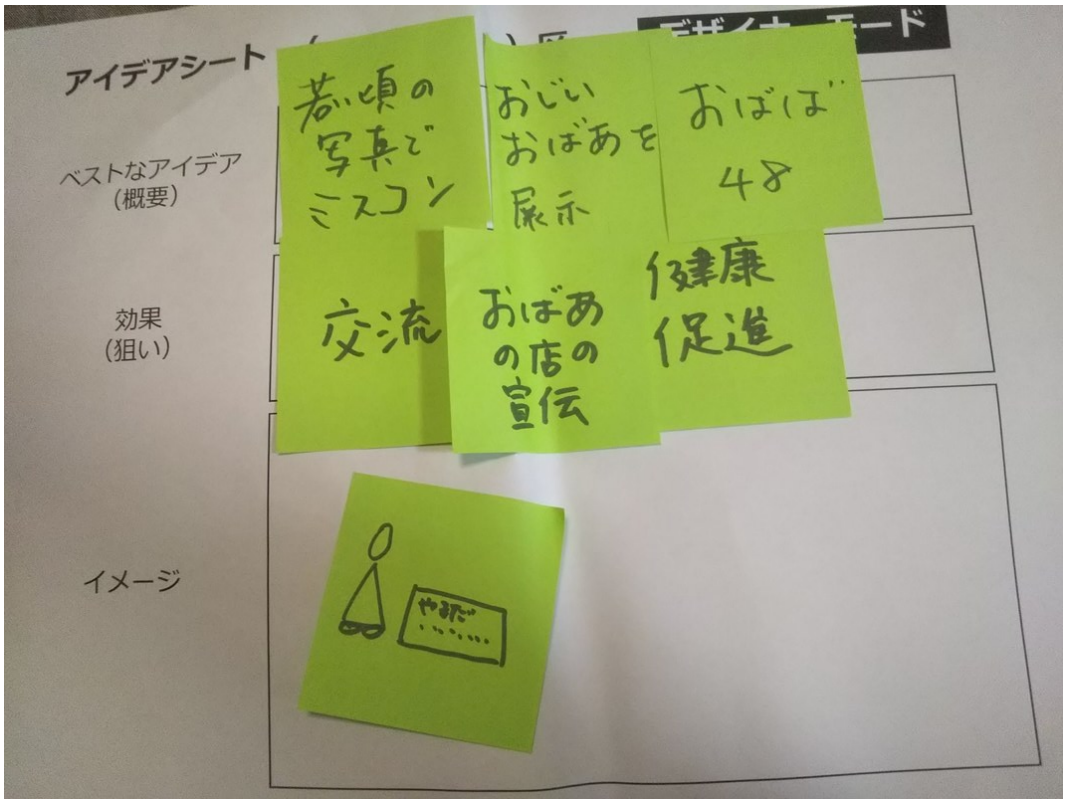
アイデアシート（ 優 ）区　デザイナーモード

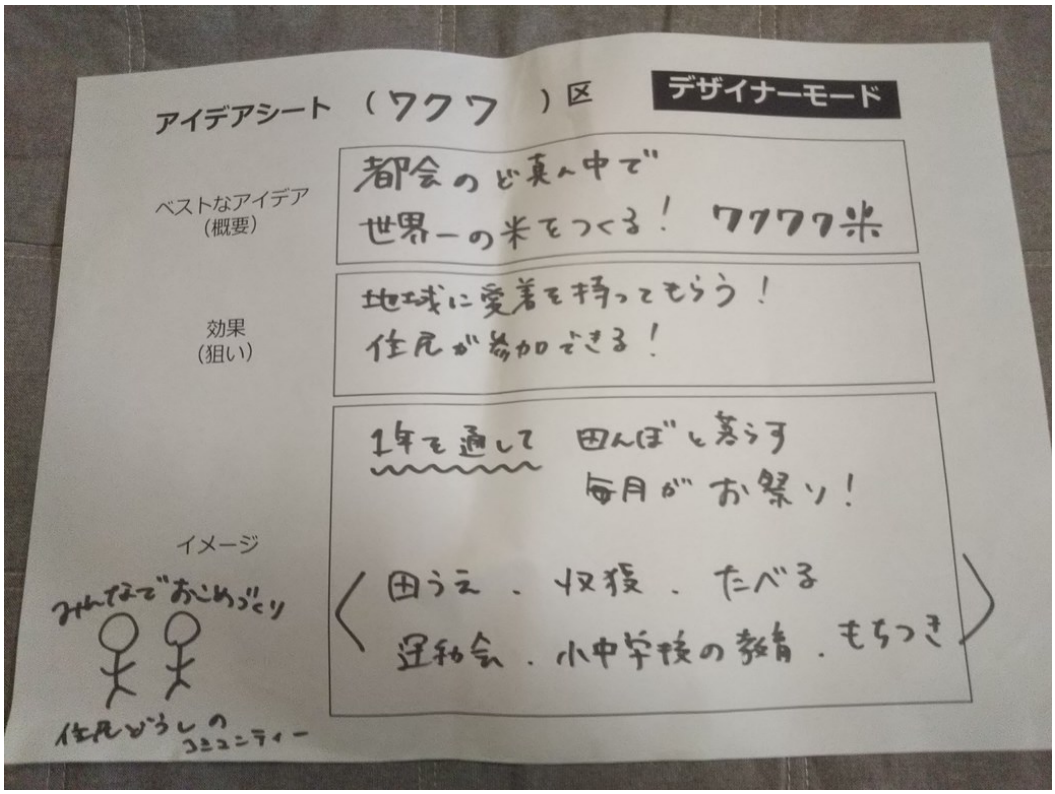
ベストなアイデア（概要）：地球の反対が見える場所

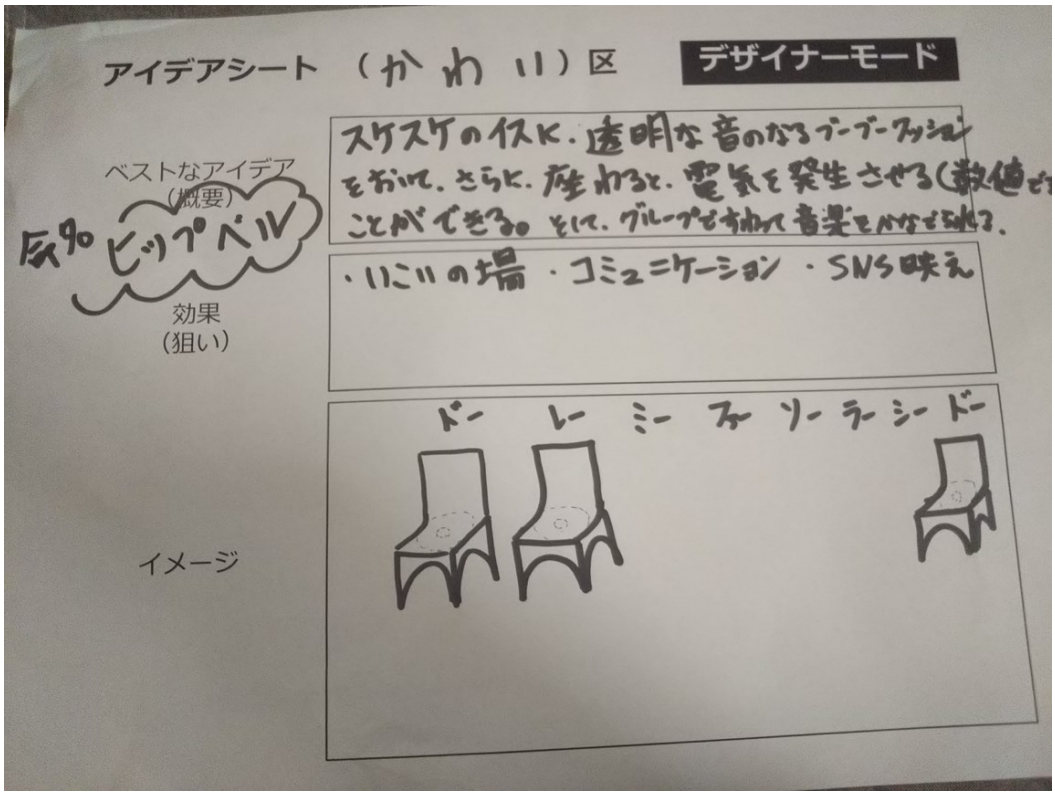
効果（狙い）：武蔵小杉は開発によって、上に伸びているが あえて下界を見るということをコンセプトとした。

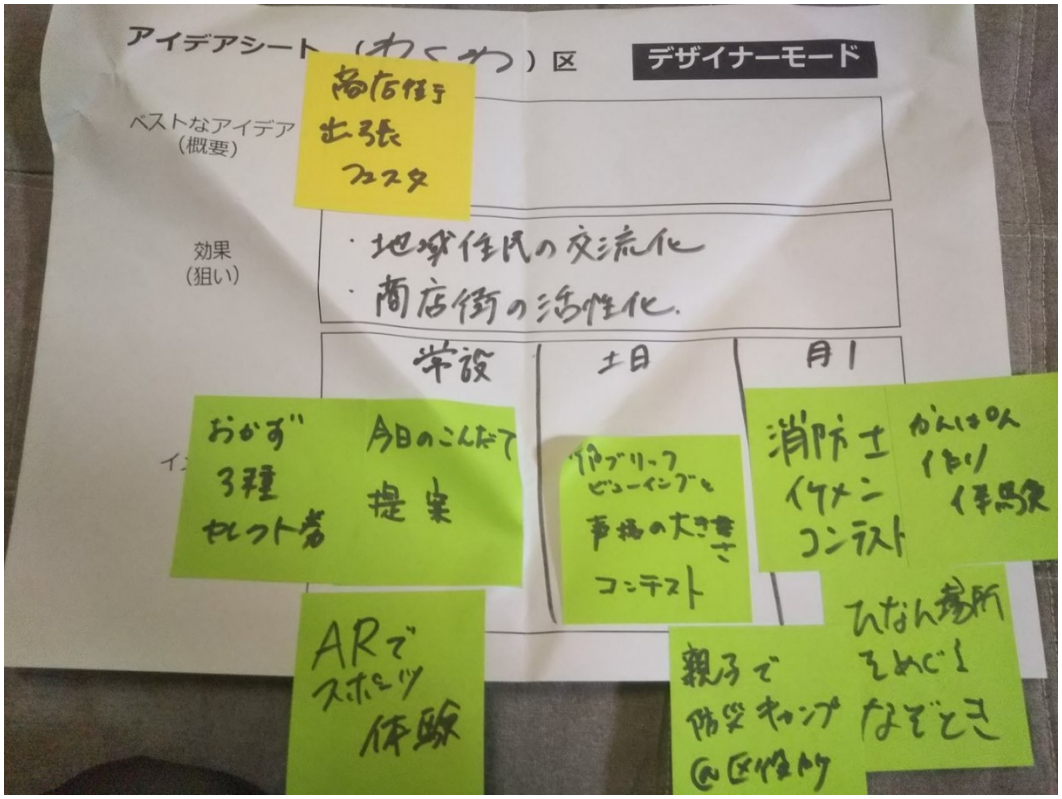
イメージ：
- 足湯なのに足がつかない ① 上に地球の反対側がみえる。（ライブで絵ではない） ② 人の暮しがやかる。人の家と
- 足湯のイスは、有名大企業の社長と一緒。 ③ 大型モニターがあって リアルタイムにゲームができる
-

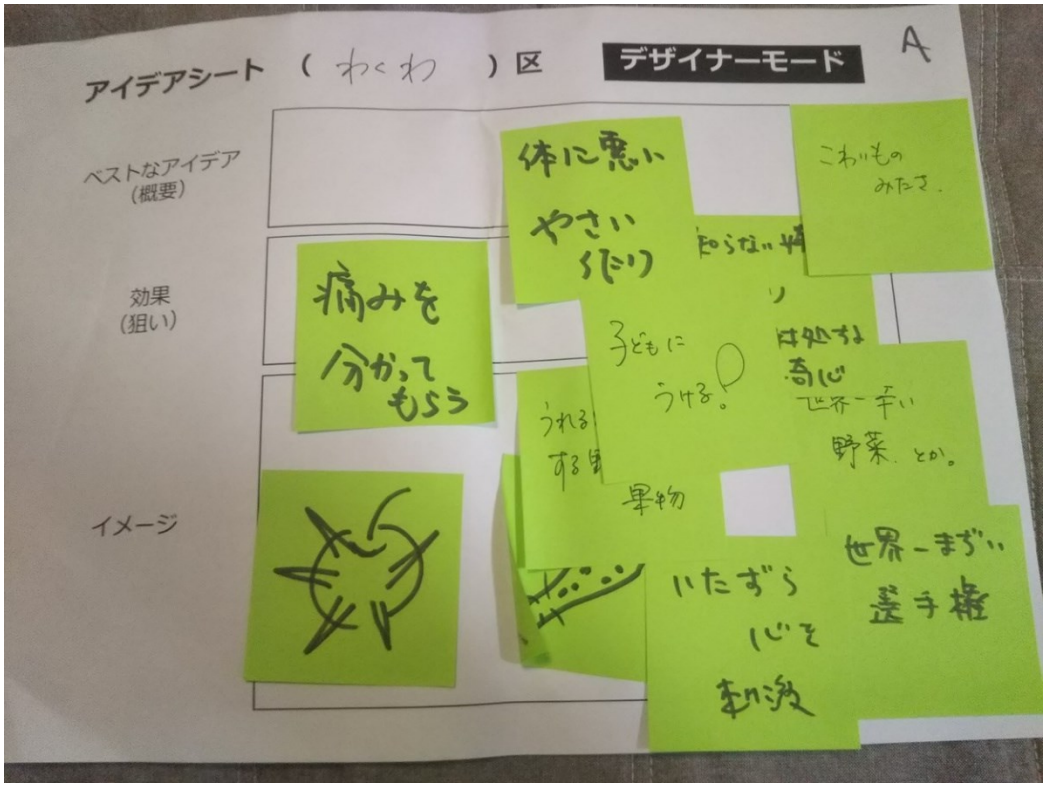

アイデアシート（ふれあい バラ色）区
ベストなアイデア（概要）
いろいろな
井戸端会ギ
美人に写る
やまびこ
効果（狙い）
・交流・つながり、コミュニケーションの場
・災害時に 水が使える
イメージ

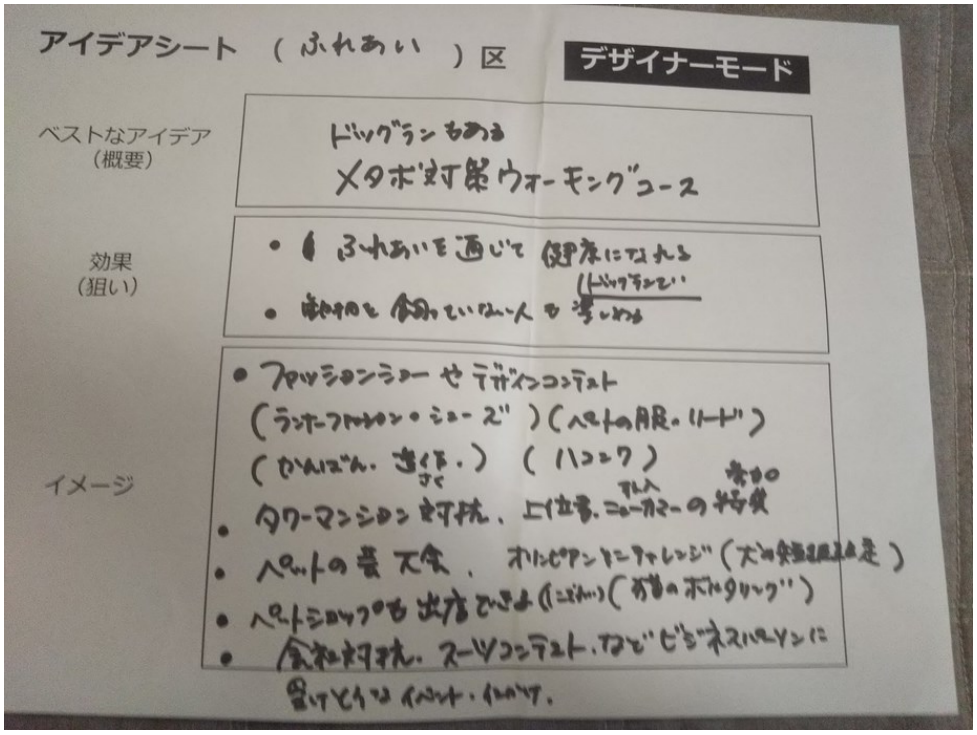

アイデアシート
ベストなアイデア（概要）
若頃の写真でミスコン
おじいおばあを展示
おばば48
効果（狙い）
交流
おばあの店の宣伝
健康促進
イメージ
やまだ


アイデアシート（ワクワ）区
デザイナーモード
ベストなアイデア（概要）
都会のど真ん中で
世界一の米をつくる！ ワクワク米
効果（狙い）
地域に愛着を持ってもらう！
住民が参加できる！
イメージ
1年を通して 田んぼと暮らす
毎月がお祭り！
田うえ、収穫、たべる
運動会、小中学校の教育、もちつき
みんなでおしめっくり
住民どうしのコミュニティー


アイデアシート（かわい）区
デザイナーモード
ベストなアイデア（概要）
反発ビリプベル
スケスケのイスに、透明な音のなるブーブークッションをおいて、さらに、座わると、電気を発生させる（数値で
ことができる。そして、グループですわって音楽をかなでる。
効果（狙い）
・いこいの場 ・コミュニケーション ・SNS映え
イメージ
ド レ ミ ファ ソ ラ シ ド


アイデアシート（わくわ）区
デザイナーモード
ベストなアイデア（概要）
効果（狙い）
・地域住民の交流化
・商店街の活性化
常設
土日
月1
おかず3種セレクト券
A日のこんだて提案
ARでスポーツ体験
親子で防災キャンプ@区役所
ひなん場所をめぐる
なぞとき
消防士イケメンコンテスト
かんたん人形作り体験
コンテスト


アイデアシート（わくわ）区
デザイナーモード
A
ベストなアイデア（概要）
効果（狙い）
イメージ
体に悪いやさい作り
こわいものみたさ
痛みを分かってもらう
子どもにうける。
世界一辛い野菜とか。
果物
いたずら心を刺激
世界一まずい選手権



アイデアシート （ふれあい）区　デザイナーモード

ベストなアイデア（概要）

ドッグランもある
メタボ対策ウォーキングコース

効果（狙い）

- ふれあいを通じて健康になれる
- 散歩をしていない人も楽しめる（ドッグランで）

イメージ

- ファッションショーやデザインコンテスト
  （ランウェーファッション・シューズ）（ペットの服・リード）
  （かんばん・さくひん・）（ハンコン）
- タワーマンション対抗、上位者、ニューカマー（新入）の特典（家内の）
- ペットの長寿大会、オリンピアンキャンペンジ（犬の特殊能力を走）
- ペットショップも出店できる（ミニ）（犬のボールタッチ）
- 会社対抗、スーツコンテスト、などビジネスパーソンに響いてもらうイベント・仕かけ。

神奈川県庁　ワークショップにおける創出アイデア

第 3 章で記載した神奈川県庁におけるワークショップのアウトプットを添付する。
この時のワークショップでは、事例集を参考にしながら「神奈川県内の自治会加入率　を向上させる、これまでに　ない方法を考えてください」というお題のもと、強制連想法のマトリックス法を用いて、グループごとにアイデア創出を行ってもらった。そして、グループで一つ、ベストな事例について「アイデア」「効果」「イメージ」を記載し、発表してもらった。以下がそのアウトプットである。

アイデアシート　（ハイネ　　）県

ベストなアイデア（概要）	ババア会 with ジジイ and youth
効果（狙い）	ストレア発散に若返り、ババアが人を呼ぶ
イメージ	・ババアの恵口・世ケン話により情報収集 ・ババアへ評価が絶対 ・ババアが良い人を呼びコミュニティ形成 ・ババアに強制的に呼ばれた若者も加入

アイデアシート　（ぽけもん）県

ベストなアイデア
（概要）

ポケモンGO
で
はしご酒
（歩くから）

効果

健康、長寿

若い人、高齢者も認知高…

地酒で
地産地消

交流の継続性

スマホに慣れる

イメージ

アイデアシート　（これじゃい　）県

ベストなアイデア（概要）	会員家族参加 食材スタンプラリー
効果（狙い）	自治会で作った食材を集める（収益あげる）
イメージ	ポケモン 集まった材料を使って料理する.

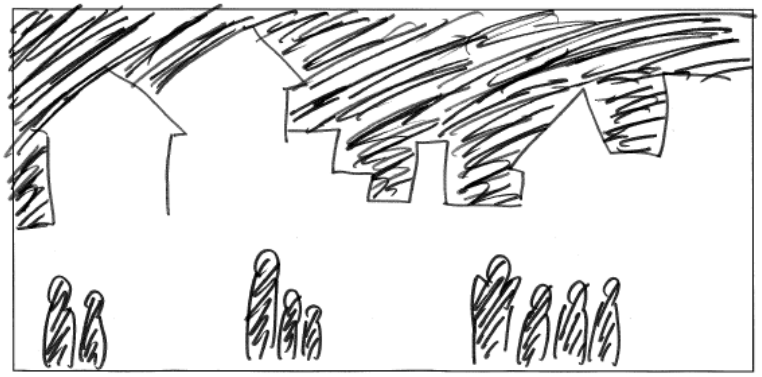
アイデアシート　（このままではい県）県

ベストなアイデア （概要）	しくじり自治会長を
効果 （狙い）	今夜はスタルで支えナイト 登場！
イメージ	

アイデアシート　（ きょう ）県

ベストなアイデア（概要）	定例会議の後、運動プログラムもセットで行う。
効果（狙い）	健康促進、より結び付きが強まる
イメージ	

アイデアシート　（ たすけて ）県

ベストなアイデア（概要）	地域対抗イルミネーション大会
効果（狙い）	・皆で盛り上がる（一体感） ・注目が集まる。　・会員限定（参加は）→でも誰でもみられる。
イメージ	

アイデアシート　（ アキレス ）県

ベストなアイデア（概要）

有名ブランドとコラボした
めちゃカッコイイ限定スニーカーもらえるヨ

効果（狙い）

若者がSNSでPRしてくれて
どしどしDLしてくる.

イメージ

アイデアシート　（金をか　　）県

ベストなアイデア（概要）

映えご飯会（会員のみ 参加料無料）

効果（狙い）

若い人が集まる.

イメージ

・有名パティシエや生放送のYouTuberなどを呼ぶ.
・

事例収集用参考資料

（いずれも最終閲覧は 2020 年 2 月 5 日）

① 蛇口からポンジュース

愛媛県庁ウェブサイト

https://www.pref.ehime.jp/h35500/kankitsu/juice.html

DO?GO!愛媛

https://dogoehime.com/lifestyle/matsuyama-airport-mikan-juice-faucet/

② バスケットゴール型ゴミ箱

松村真宏, 2016, 仕掛学, 東洋経済新報社

③ “真実の口”型アルコール消毒液

松村真宏, 2017, 人を動かす「仕掛け」, PHP 研究所

m3.com

https://www.m3.com/open/iryoIshin/article/682505/

FNN　PRIME　手を入れたくなる「真実の口」でインフルエンザ予防!?誘導する“仕掛け”は病院だけじゃない

https://www.fnn.jp/posts/00382090HDK

④ 空き家を迷路に

casabrutus　瀬戸内国際芸術祭 2016〈小豆島〉新作レポート！

https://casabrutus.com/art/18179

⑤ ポケモン GO で健康ウォーキング

神奈川県庁ウェブサイト

https://www.pref.kanagawa.jp/docs/mv4/mymebyo/pokemon.html

⑥ 熊本城の一口城主

熊本城公式ウェブサイト

https://kumamoto-guide.jp/kumamoto-castle/fukkou/

攻城団　熊本城

https://kojodan.jp/castle/17/memo/382.html

WBF　熊本城、1 万円以上の寄付で「復興城主」11/1 より受付開始

https://www.wbf.co.jp/kyushu/pickup/p8.php

⑦ 空き地に謎のコンテナ

WAIWAI CONTAINER PROJECT ウェブサイト

http://www.waiwai-saga.jp/

LIFULL HOME'S PRESS 佐賀「わいわい!!コンテナ」プロジェクト～街なかの空き地で挑む都市再生手法とは～

https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_00552/

rererererenovation 街なかの空き地に年 7 万人来場 建てずに“原っぱ”で勝負する市街地の活性化基地／わいわい!!コンテナ 2 佐賀県佐賀市

https://re-re-re-renovation.jp/projects/1155

⑧ スポーツ GOMI 拾い

一般社団法人ソーシャルスポーツイニシアチブ公式サイト

https://www.spogomi.or.jp/about/

東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会ウェブサイト

https://tokyo2020.org/jp/news/event/20180606-01.html

⑨ たばこの代わりにシャボン玉で一服

greenz.jp がんばらない、だから壊れない。全国に“心の一服”を広めた「東京シャボン玉倶楽部」メンバーのみなさんに聞く、息の長い活動のヒント

https://greenz.jp/2015/03/02/shabons/

東京シャボン玉倶楽部

http://shabons-with.me/blog/

⑩ 砂浜美術館

砂浜美術館公式ウェブサイト

http://www.sunabi.com/

じゃらんニュース 美しい海絶景にTシャツ！？砂浜美術館「Tシャツアート展」って？開催期間＆見どころは？

https://www.jalan.net/news/article/149811/

⑪ 空き地の公園化“アーバンピクニック”

アーバンピクニック公式ウェブサイト

http://urbanpicnic.jp/

⑫ おもちゃ交換会で防災訓練

イザ！カエルキャラバン公式ウェブサイト

http://kaeru-caravan.jp/

⑬ 高校生レストラン

三重県立相可高等学校ウェブサイト（まごの店＆まごスイーツ）

http://www.mie-c.ed.jp/houka/mago/mago.html

五桂池ふるさと村ウェブサイト

https://gokatsura.com/magonomise/

⑭ 地元名産品でギネス認定

月刊事業構想ウェブサイト　自治体 PR ガイド　ギネス世界記録で名産いちごを PR

https://www.projectdesign.jp/200004/pr-effect/004165.php

⑮ ゴミ置き場をアートに

greenz.jp ゴミ置き場アートで街を変える！「GARBAGE BAG ART WORK」

https://greenz.jp/2009/11/12/gba/

GARBAGE BAG ART WORK

http://www.gba-project.com/

⑯ 交差点を地元民がペイント

TABIZINE【ポートランド】住人による手作りの街作りが素敵すぎる

https://tabizine.jp/2015/05/08/35954/

greenz.jp ポートランド・シティリペアのまちづくり～たった一つの交差点が法律を変え、世界を変える

https://greenz.jp/2019/12/13/the_city_repair_portland/

⑰ 街中にピアノ

世界のストリートピアノ

http://streetpiano-jp.com/world.html

sing for hope

https://www.singforhope.org/

⑱ タバコの吸い殻投票箱

TABI LABO　タバコのポイ捨てを、劇的に減らした「看板」。その斬新すぎる仕掛けとは？

https://tabi-labo.com/180482/litteringtovote

Social Design News　看板1つで「ポイ捨て」を減らすロンドンの粋なプロジェクトが世界に広がる！

http://social-design-net.com/archives/31816/

⑲ こいで充電ブランコ発電機

FUN DO　ブランコでスマホを充電！？オランダのユトレヒト中央駅に現れた画期的な発電機が話題！

https://fundo.jp/253067

ニコニコニュース　ブランコで遊んでスマホを充電！オランダの駅にユニークな発電機、電車を見送って漕ぎ続ける客も

https://news.nicovideo.jp/watch/nw5565037

⑳ ピアノ鍵盤型の階段

IT media NEWS　駅の階段が鍵盤に　“世界一深い”ごみ箱も

https://www.itmedia.co.jp/news/articles/0910/09/news071.html

Sustainable Japan　【スウェーデン】「楽しさ」が人々の行動を変える。フォルクスワーゲンが提唱する「ファン・セオリー」

https://sustainablejapan.jp/2014/07/03/funtheory/10978

㉑世界一深いゴミ箱

PEOPLE MAGNET TV　世界一深いゴミ箱　リサイクル率世界一のスウェーデン発！ゴミが地中奥深くまで落下するゴミ箱！？

http://www.ntv.co.jp/pmtv/sp/channel/contents/m018.html

ガベージニュース　これは不思議・自称「世界一底が深い」ゴミ箱

http://www.garbagenews.net/archives/1098121.html

㉒安全運転宝くじ

greenz.jp 制限速度を守れば宝くじに当たっちゃう！スウェーデン発、効果テキメンの新たな交通ルールとは？

https://greenz.jp/2010/12/03/speed_cameralottery/

Innova ブログ　人の行動を左右するポイントは「面白そう」にあった！

https://innova-jp.com/the-fun-theory/

㉓瓶入れアーケードゲーム
Innova ブログ　人の行動を左右するポイントは「面白そう」にあった！
https://innova-jp.com/the-fun-theory/
youtube
https://www.youtube.com/watch?v=zSiHjMU-MUo&feature=youtu.be

㉔プラスチックに代わるバナナ包装紙
IDEAS FOR GOOD ビニールの代わりにバナナ？タイのスーパーが打ち出した、地域特有のプラスチック削減方法
https://ideasforgood.jp/2019/04/29/banana-leaves-packaging/
カラパイア　野菜を包むビニール袋をバナナの葉に変更。プラスチックゴミ削減を目指すタイやベトナムのスーパーの試み
http://karapaia.com/archives/52273361.html

㉕現代版ストリート電話ボックス
AXIS　Web Magazine　古びた街の電話ボックスを大胆なデザインに　上海の100architects と MINI China がコラボ
https://www.axismag.jp/posts/2018/12/111207.html
IDEAS FOR GOOD 生まれ変わる上海の公衆電話ボックス。過去の遺物を新たなパブリックスペースへ
https://ideasforgood.jp/2019/01/28/orange-phone-booth/

㉖クレジットカードをスライドして募金
Social Design News　これは素敵なアイデア！世界が注目する寄付キャンペーン5選
http://social-design-net.com/archives/23936/
マネーの達人　クレカを使った新しくスタイリッシュな寄付の形「The Social Swipe」
https://manetatsu.com/2015/10/52287/

㉗信号待ちイライラ解消ゲーム
FUN DO　赤信号で向かいの人と対戦ゲームができる遊び心あるドイツの信号が面白い
https://fundo.jp/10845
Gigazine 信号待ちのイライラを解消してくれる信号機・装着型ゲーム「StreetPong」
https://gigazine.net/news/20140302-streetpong/

㉘1 枚で 28 万人に PR

greenz.jp　パンダの着ぐるみペアがチラシ 1 枚だけで取り組む、ユニークな街頭寄付プロモーションとは？

https://greenz.jp/2011/08/14/wwf_oneleaflet_donation/

㉙愉快な歩道橋

Fun Theory: Funny bridge - YouTube

https://www.youtube.com/watch?v=sWYFaPDHCqs

㉚ペットボトルツリー

livedoor NEWS リトアニアの財政難を救う!?　クリスマスツリー

https://news.livedoor.com/article/detail/6117497/

Dr.Wallet ナビ　捨てないで！ペットボトルが大変身？おもしろペットボトルアート特集

https://www.drwallet.jp/navi/24909/