



## 第Ⅱ編. レジャー・スポーツ・リクリエーション手段の自転車

# 第1章 自転車で楽しむ ライフスタイルの提言

目次	117
千葉市への提言	118
提言策定の背景と施策検討までの調査研究	
1. 提言の背景と課題	120-121
2. 他自治体における取り組み事例の調査・研究	124-126
3. 利用シーンの多様化のヒントを探る社会&生活者トレンド	128-132
4. 自転車を楽しむライフスタイルを実現する施策の方向性	134
5. 他自治体におけるイベント・PR施策の事例研究	136-138
6. 提言の実現に向けた施策プランニング活動	140-143
実証実験を交えた重点施策案	
7. 自転車で楽しむライフスタイルを実現する施策の全体観	146
8. 施策1 – 伝える施策	148-154
9. 施策2 – 広げる施策	156-162
10. 施策3 – 深める施策	164-171
11. サポート施策1	173-176
12. サポート施策2	177-181
13. 施策の展開により実現を目指す世界観	183

## 【提言】

# “自転車で楽しもう！” 自転車のあるライフスタイル提案で 自転車による街づくりを加速

## 自転車の利用頻度を増やすと同時に 地元への愛着を深め、地域も活性化

- 「自転車による街づくり」…具体的な施策として、例えば「自転車に乗る人のマナーを向上させる」、「自転車専用道路を整備して走行環境を整える」、「駐輪場などを整備して利用環境を整える」などの取り組みも非常に大切な取り組みだと認識していますが、果たしてその部分だけに注力していて本当の「自転車による街づくり」が実現できるのかという疑問もあります。それらの施策は、現在目に見えている問題や課題の解決に役立つものです。ただそれらを解決したとして、自転車を利用する頻度がいま以上に増加するかというと、正直疑問を感じざるを得ません。環境を整えても、自転車を利用する新たな理由がなければ、利用頻度は現状維持にとどまります。
- もう一点、自転車に乗る人を増やすという視点では、サイクリングルートなどの環境を整えるなどの施策もあります。イベントなどを誘致して自転車への関心を高めるという施策も重要です。ただ、ターゲット層はすでに「自転車」に興味・関心を持っている人が中心となりがちです。残念ながら、広く、多くの市民が「自転車」に乗る頻度を高めるまでの力は持っていないというのが現状です。
- 「自転車を楽しむライフスタイル提案グループ」が想定したターゲット層は、千葉市民の80%を占める自転車の所有層です。そして提言に込めたのは、10年後、20年後を意識した「自転車による街づくり」です。千葉市民が生活の中で「自転車」を上手に使いこなし、その結果、地域への愛着や誇りを感じる市民が増えたり、市民の交流が活発になり地域の活性化に結びついたりする。「街づくり」に「自転車」が大きな役割を果たしている市民生活の実現を目指しています。



# 提言策定の背景と 施策検討までの調査研究



## 1. 提言の背景と課題

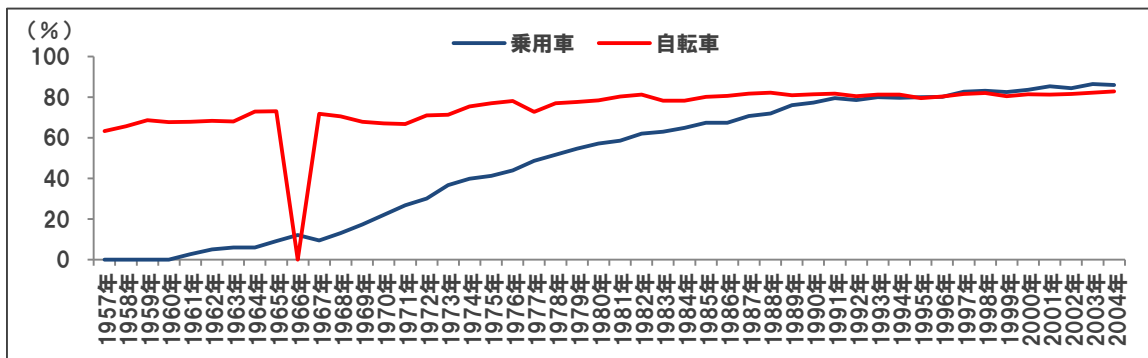
---

- 「自転車による街づくり」をテーマとした千葉市への提言書の作成にあたり、まずは千葉市民の「自転車」の利用実態に関するデータの考察を行った。
- 全国的には「自転車」の普及率はすでに80%を突破している。所有率を上げて大幅に自転車の利用頻度が上昇するとは考えにくい。千葉市民に限ってみても約8割が「自転車」を利用していると回答した。
- しかし、自転車を利用する千葉市民の自転車の利用頻度を見ると、利用者の約4割以上が“月に1～2回以下”の利用にとどまっている。また、自転車の利用方法を見ると「買物」や「手軽な移動手段」など、「便利なツール」として利用する人が多くなっている一方、「余暇活動」や「運動」など「生活を楽しむツール」として利用する人は少数派にとどまっている。

## 自転車の所有率は約80%に達しておりほぼ飽和状態

- 「自転車」の普及率は戦後の1957年にはすでに60%を突破。ゆるやかに上昇を続け2004年以降は80%に達していると考えられる。「自転車」は国民に親しまれている移動手段となっている。

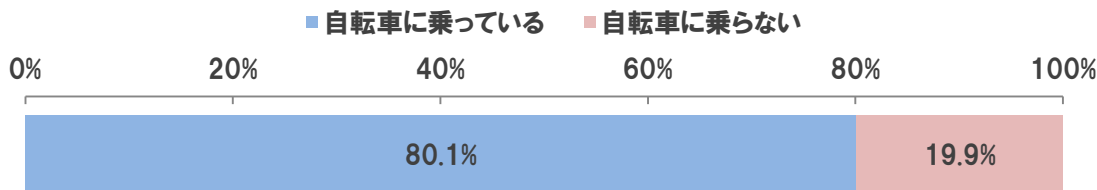
### 「乗用車」と「自転車」の普及率推移



【出典】内閣府「消費動向調査」

## 千葉市民の自転車の利用率は約8割

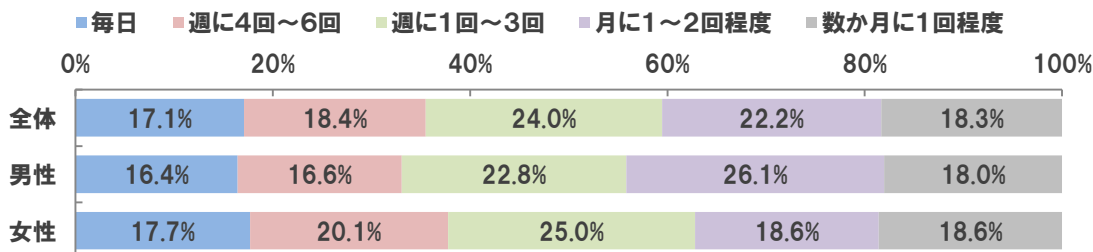
- 平成25年5月に実施した「自転車の利用実態に関するアンケート調査」によると、千葉市民の自転車の利用率は約80%に達しており、生活に密着したポピュラーな移動手段となっている。



【出典】「自転車の利用実態に関するアンケート調査」平成25年5月実施

## 自転車所有者の4割以上は“月に1～2回以下”の利用にとどまる

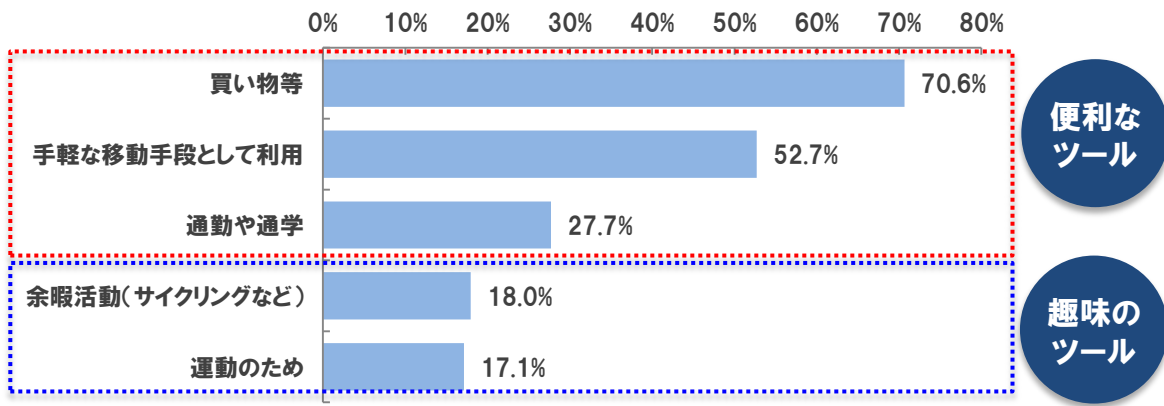
- 平成25年に実施した「自転車の利用実態に関するアンケート調査」では、「週に4回以上」利用している比率は約25%。一方、自転車を持っていても殆ど利用しない（月に1～2回以下）世帯比率は4割超。



【出典】「自転車の利用実態に関するアンケート調査」平成25年5月実施

## 利用目的は「買物」や「手軽な移動手段」～自転車は便利な生活道具

- 平成25年に実施した「自転車の利用実態に関するアンケート調査」では、利用目的は「買物など」が最も多く約70%、次いで「手軽な移動手段」の約53%。一方「余暇活動」や「運動目的」は20%弱にとどまり、“便利なツール”として利用されている実態を見ることができる。



便利な  
ツール

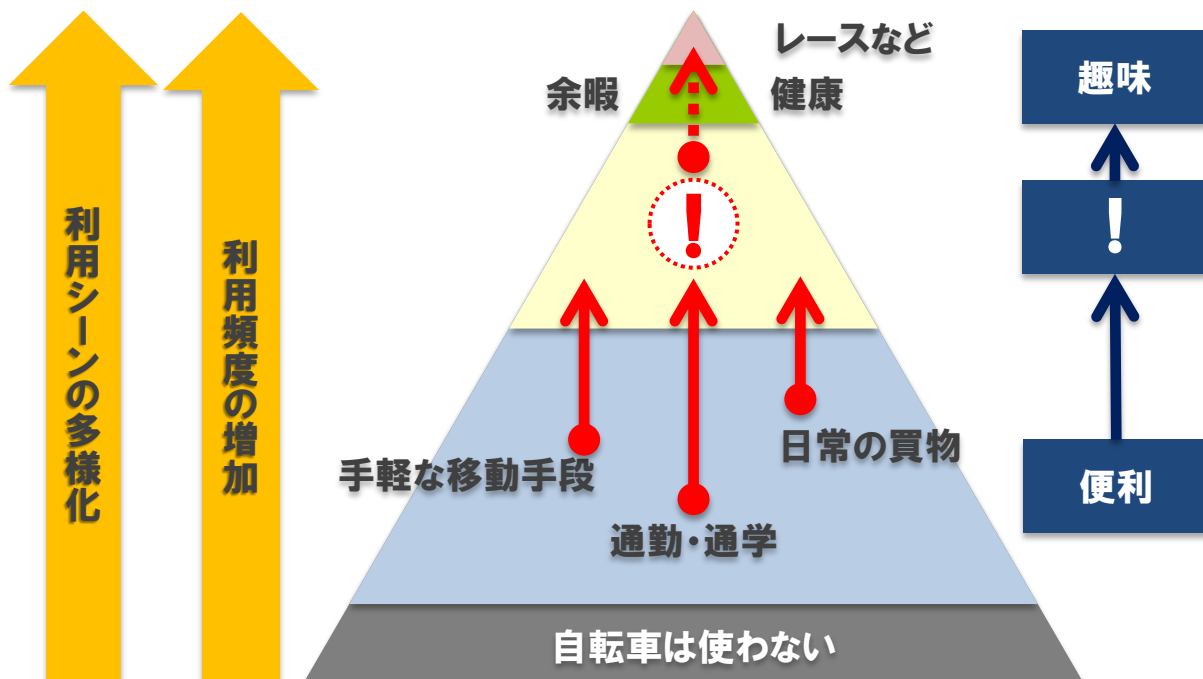
趣味の  
ツール

【出典】「自転車の利用実態に関するアンケート調査」平成25年5月実施



## 自転車の利用シーンを多様化し、自転車の利用頻度を高める

- 下記は、自転車の利用実態のイメージを図式化したものである。現状では、「日常の買物」や「手軽な移動手段」といった、限定されたシーンや目的における便利なツールとして自転車が利用されている。
- 今後、自転車の利用頻度を高めるためには、現在の自転車の利用シーンを拡大していく必要がある。しかし、突然「余暇」や「健康」を市民に意識させるにはハードルの高さがあることは否めない。自宅にあるママチャリやシティサイクルを今まで以上に利用できる生活シーンの提案が必要になってくる。





## 2. 他自治体における取り組み事例の調査・研究

---



- 最初に、自転車による利用シーンの多様化を目指すに当たり、具体的にどのような施策が有効なのかを検討する目的で、千葉県以外の地域での市民に向けた取り組みについて調査を行った。
- 自転車をベースとした一般利用者向けの取り組みとしては、大きく分類して「自転車道・サイクリングロードの整備」、「サイクリングコースの設置」、「自転車利用者への特典付与」、「イベントの開催」の4つが各地域で展開されている。

### 千葉県以外の地域での取り組み事例

「自転車で楽しむライフスタイル」とはどのようなものか。

- ・今までクルマでドライブを楽しんでいた親子や夫婦が自転車で遊びに出かける生活
- ・屋内でゲームを中心に遊んでいた子どもや若者が自転車での遊びを楽しむ生活

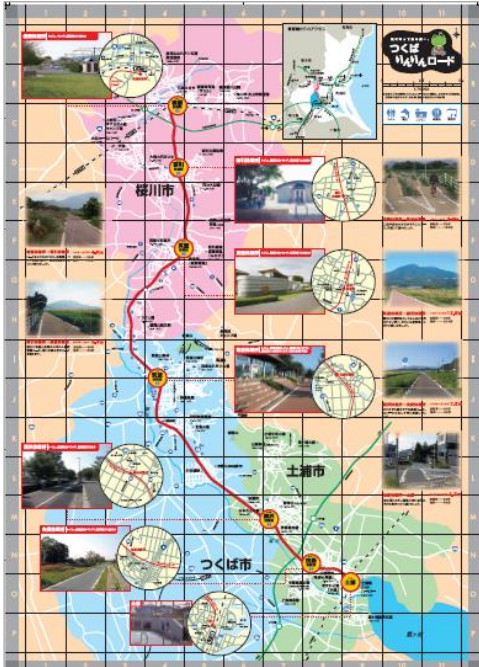
このようなライフスタイルを市民に定着させるためには、これまで自転車を移動手段としてしか利用してこなかった自転車利用者が「**自転車を楽しむ習慣**」を身に着けることが必要である。市民が「自転車を楽しむ習慣」を身に着け、自転車でお散歩（ポタリング）するような生活を実現するための施策を検討するにあたり、千葉県以外の地域では愛好家ではない自転車の一般利用者に対してどのような取り組みを行っているのか、事例を調査した。

その結果、概ね下記4分類の取り組みを行っていることがわかった。

1. 自転車道・サイクリングロードの整備
2. サイクリングコースの設置
3. 自転車利用者への特典付与
4. イベントの開催

分類	取り組み事例	内容
1. 自転車道・サイクリングロード整備	A.花見川サイクリングロード (千葉県)	稲毛海浜公園から花見川に沿って千葉県弁天橋までの14.3Kmのコース。
	B.つくばりんりんロード (茨城県桜川市～土浦市)	1987年3月に廃止された筑波鉄道の廃線跡を利用する40.1Kmの自転車道。
2. サイクリングコース設定	C.石山寺サイクリングコース (滋賀県大津市)	紫式部ゆかりの石山寺に琵琶湖と旧東海道をプラスした約18kmのコース。
3. 自転車利用者への特典付与	D.ナイスライダーパスポート (秋田県秋田市)	自転車利用促進のために協賛店で割引サービスパスポートを2,000枚配布。実施期間2014年5月30日～9月30日。秋田商工会議所主催。
4. イベント開催	E.岬自転車商會プレゼンツ スカベンジャーハント (神奈川県三浦市)	2013年9月に実施した三崎開港祭!! のイベント。三崎の町を自転車で巡りながら、リストに書かれたお題を集めていくゲーム。2人1組のチームで達成していき、最も点数の高いチームが優勝。 参加費：¥1,000(保険代込み) 時間：10:00～17:00 定員：40名。 地元自転車店の岬自転車商會主催。
	F.第1回トレジャーハントツーリング in 岡垣大会 (福岡県福岡市)	2015年3月8日実施。岡垣町の名所旧跡やグルメポイント26箇所のうち8箇所をサイクリングでめぐってクイズに答え、隠されたポイントを競い、お宝（岡垣町の名産品）をゲットする地図遊びサイクリング。中学生以上 1,500円、ファミリー（成人+小学生 合計2名）2,000円。 福岡県サイクリング協会主催。

## B. つくばりんりんロード



【出典】茨城県 <http://www.pref.ibaraki.jp/doboku/urado/doni/05roadmap.html>

## C. 石山寺サイクリングコース



【出典】大津e湖都市場 <http://www.e510.jp/o2/genji-map/cycling.html>

## D. ナイスライダーパスポート



【出典】秋田商工会議所 <http://www.akitacci.or.jp/>

## E. 岬自転車商會プレゼンツ スカベンジャーハント

ミサキシエスタサヴォワールクラブ・シコー・バイシクルサービスのコラボ企画第一弾「スカベンジャーハント」は、「がらくた集め」の趣味で、自転車に乗って町を巡りながら、リストに書かれた面白いものを集めていくゲームです。

例えば・・・

- 「魚のしっぽ3コ」 2.0点
- 「灯台と風車が一棟に写っている写真」 2.5点
- 「3人の漁師が笑顔で写っている写真」 1.5点

などなど。

二人一組のチームで、最も点数の高いチームの優勝！

優勝チームには三崎の記念プレゼントが！参加してくださったみなさんにも参加賞があります。

三崎の人たちと触れ合い、三崎を散策しながら、いつもとは違う三崎の魅力が発見できる、とっても楽しい自転車イベントです。

自転車とカメラ（携帯）をご用意の上、ご参加ください！

（自転車の無い方、レンタサイクルがらうりて借りられます。3時間 ¥500 1日 ¥1000 貸符台数6台 要予約！おひとりの方もぜひご相談ください！）

9月22日（日） 13:00-17:00

集合場所：サキ・シエスタ・サヴォワールクラブ 238-0243 神奈川県三浦市三崎3-3-6

参加費：1000円 保険代込み



【出典】岬自転車商會プレゼンツ スカベンジャーハント Facebookページ  
【画像出典】ウェブマガジン「greenz.jp」 <http://greenz.jp/2013/10/13/misaki/>

## F. 第1回トレジャーハントツーリング in 岡垣大会



【画像出典】福岡県サイクリング協会 <http://woodsite.net/FCA/event2015030801.html>

### 千葉市以外の地域での取り組みに対する考察

- 千葉市以外の地域での取り組みの4分類、「自転車道・サイクリングロードの整備」、「サイクリングコースの設置」、「自転車利用者への特典付与」、「イベント開催」のそれぞれについて、自転車で楽しむライフスタイルの提案について有効なのか考察を行った。
- 「自転車道・サイクリングロードの整備」、「サイクリングコースの設置」は、近隣に住む住民が自転車を楽しむ機会が増えるという効果が期待できるが、千葉市全域に対する施策としては採用が難しい。
- 「自転車利用者への特典付与」は買い物に出かける際の自転車の利用頻度を高める効果が期待できるが、自転車で楽しむライフスタイルを定着させる目的に対する効果は期待できない。
- 「イベント開催」は自転車の楽しさを知ってもらうきっかけとしての効果が期待できる。ただし、イベントに参加したいと思うための動機付けが必要である。

#### 考察1 自転車道・サイクリングロードの整備

各地で自転車道やサイクリングロードが設置されている。千葉市の花見川サイクリングロードのように河川沿いに歩行者・自転車の専用道を整備したり、廃線となった線路跡を歩行者・自転車の専用道として整備する事例もいくつかあった。

自転車道やサイクリングロードの整備は、自転車道やサイクリングロードの近隣に住む住民が自転車を楽しむための環境としての一定の効果は期待できるが、千葉市の全域に均質な自転車道やサイクリングロードを整備することは現実的に困難であり、施策としての採用は難しい。

例えば千葉市の若葉区や緑区の住民が花見川サイクリングロードを日常的に利用することは考えにくいし、また、市内各所に花見川サイクリングロードのような環境を整備することはコスト面から考えても現実的ではない。

#### 考察2 サイクリングコースの設置

この施策は、既存の一般道路に、史跡や名所を巡るサイクリングコースを設定して商工会議所などがホームページで紹介するものである。地元から離れた場所まで頻繁に自転車で出かける習慣のある自転車愛好家や観光客が利用する可能性はあるが、移動手段としてしか利用してこなかった地元の自転車ユーザが、地元から離れたコースを繰り返し利用するとは考えにくい。この施策の効果を得るためには、千葉市の各地域にサイクリングコースを設置する必要がある。

#### 考察3 自転車利用者への特典付与

自転車利用者への特典付与は、普段、自動車やバイクで買い物をしている市民が自転車で買い物に出かけるきっかけになる可能性がある。また、普段あまり自転車に乗らない市民が自転車で買い物に行ったことを契機に自転車の利用頻度が増える可能性もある。

ただし、参考にした事例では、実施期間が4か月、配布したパスポートが2,000枚であるため、施策の効果が限定される。また、自転車の利用目的が買い物という日常的な移動手段の範囲にとどまっているため、自転車を楽しむ利用者を増やす目的は達成できない。

#### 考察4 イベント開催

各地で自転車を楽しむイベントが多数開催されているが、そのほとんどがツーリングやエンデューロなど自転車愛好家向けのイベントである。シティサイクルでも参加できるイベントとしては、自転車でガラクタを集める遊びのスカベンジャーハントや、宝を探す遊びのトレジャーハンティングなどが開催されている事例があった。

これらのイベントに移動手段としてしか利用してこなかった利用者が参加することにより、自転車の楽しさを知るきっかけになる可能性がある。ただし、今まで参加したことがないイベントに参加しようとする意志を持たせる動機付けが必要である。





### 3. 利用シーンの多様化のヒントを探る社会 & 生活者トレンド



- 続いて、自宅にあるママチャリやシティサイクルを今まで以上に利用できる生活シーンの提案をプランニングする前段階として、自転車を取り巻く生活者や企業の動向、生活者が関心を寄せているレジャー動向、生活者の生活意識・行動などの社会 & 生活者トレンドの分析を実施した。
- その結果、プランニングの方向性として、「生活者や企業に見られる“自転車”のポジティブイメージの高まり」、「テレビ番組やレジャー雑誌などでキーワードとして登場する頻度が多い“お散歩”」、「生活者の生活パターンとして定着しつつある“地元志向”」の3つの視点が浮かび上がってきた。

## 1. “自転車”のポジティブイメージ上昇中

- 震災後、生活者の中で自転車に対する意識に変化。交通インフラとしての存在感（小回りの良さ）、環境への優しさ、「マラソンブーム」など健康意識の高まりなどを背景に「自転車通勤」など、生活に「自転車」を積極的に取り入れる動きが出始めている。
- 企業サイドも「自転車」に着目。自転車通勤手当の支給のほか、セブン-イレブンの「自転車」を利用した宅配事業の拡大など、「自転車」の存在感が徐々に大きくなってきている。

### 1. 「サイクリング」の実施人口は1,011万人、2006年調査比100.9%

10歳以上の63.0%（約7200万人）が過去1年間（平成22年10月20日～23年10月19日）に何らかスポーツ活動を実施。最も多かったのが「ウォーキング・軽い体操」で約4000万人（4017万人）の人が実施しており、総人口に占める割合は35.2%。「サイクリング」は、全体では7位。約1000万人（1,011万人）が実施しており割合は8.9%。男女別では男性が10.6%、女性が7.2%。

【出典】平成23年社会生活基本調査

### 2. 震災後、自転車通勤に取り組む人が増加

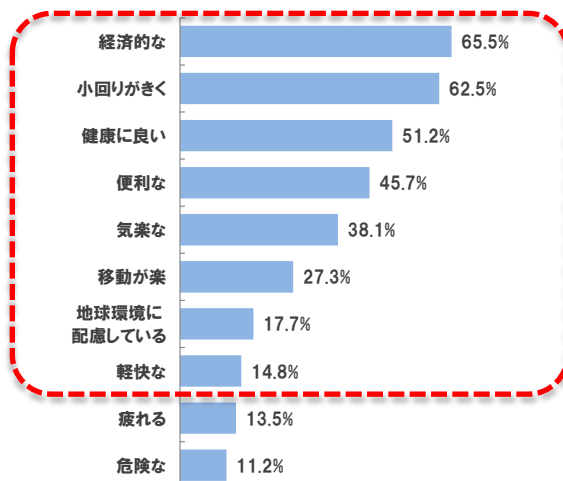
東日本大震災後、電車のダイヤが乱れた首都圏では、自転車通勤を始めた人や真剣に検討する人が増えている。スポーツ自転車専門店のバイクセオ晴海店では震災当日の3月11日、近くで働く社員が自転車を買い求める姿が目立った。この日だけで6万～7万円する自転車が10台売れた。交通機関がストップしたため、帰宅の足を確保しようと急ぎ、自転車を購入したという人も多いが、それだけではない。佐藤浩樹店長は「自転車通勤を考えていた人が震災で背中を押されたのでは」と話す。実際、経路検索サービスのナビタイムジャパンが2010年9月に始めた「自転車ルート検索」は震災前と震災後で、首都圏での検索数が約6倍に急増した。大西啓介社長は「震災後、自転車で出勤しようと思った人が利用した可能性が高い」とみる。

【出典】日本経済新聞 電子版 2011/5/2

### 3. 自転車の魅力は、経済的、小回りがきく、健康に良い

自転車のいいところのトップは「経済的な」の66%、次いで「小回りがきく」の63%、「健康に良い」の51%など、上位にポジティブイメージが並ぶ。「疲れる」や「危険な」などのネガティブイメージはそれぞれ10%程度にとどまり、「自転車」に対してポジティブなイメージを抱く生活者が目立っている。

【自転車に対するイメージトップ10】



【出典】マイボイス「自転車の利用に関するアンケート調査(第2回)」/2013年6月1日～5日/回答者数:10,420名

## 4. エコ&健康ブームでトレンドな乗り物に／自転車通勤手当の支給も

自転車が見直されている大きな要因は、環境問題と健康志向。ほかにも、交通費や維持費のコストが安い、渋滞や通勤ラッシュを回避できるといった、さまざまなメリットから。まだ少数派ではあるものの、従業員のマイカー通勤を規制したり、自転車通勤手当を支給したり、営業回りを自転車に切り替えるなど、エコ対策を積極的に推進する企業や団体、自治体も増えてきた。名古屋市役所では、職員の自転車通勤手当を従来の2倍にし、5km未満の自動車手当を半額にした。新制度では、5km未満の場合、自転車は月4,000円、自動車なら1,000円の手当が支給される。この結果、自転車利用は392人増加、自家用車の利用者は833人減少。

【出典】商品トレンドREPORT ●35 全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課

名古屋市の自動車・自転車の通勤手当

距離	自動車	自転車
～ 5km	2000円→1000円	2000円→4000円
5～10km	4100円	4100円→8200円
10～15km	6500円	6500円→8200円
15km～	8900円～（自動車・自転車同額）	

出典：「職場交通マネジメント」の手引き(H19.5.27版)



【画像出典】オールアバウト [http://allabout.co.jp/1/225879/1/product/225879\\_36.htm](http://allabout.co.jp/1/225879/1/product/225879_36.htm)

## 5. セブン-イレブン、全国1万6000点に電動自転車を導入

セブン-イレブン・ジャパンは宅配事業を拡大。配達に使う電動アシスト自転車を全国約1万6000店に導入するほか、工場や高齢者施設への配送を開始。2015年度をめどに売上高を12年度の5倍の1000億円に伸ばす。11月から順次、店舗に電動アシスト自転車を導入。グループ会社でまとめて購入し、加盟店に有償で貸し出す。注文が多い店舗には超小型電気自動車「コムス」も今年度中に1200台導入。早期に全店で対応できる体制を整える。



【出典】日本経済新聞 2013/9/24 【画像出典】ZIBUNLOG <http://zibunlog.com/life/sevenelevenbicycle/>

## 6. 自転車向けの交通インフラの整備が住民の健康を増進する

専用レーンや専用道路など、自転車にやさしい交通インフラを整備した街では、自転車で通勤する人が増加し、住民の健康度を高める可能性があることを、米ノースカロライナ大学の研究グループが明らかにした。ミネソタ州ミネアポリスは、自転車道や専用レーン、駐輪場などの交通インフラが十分に整備されており、世界で自転車に最も優しい街の一つとも言われている。研究グループは、ミネアポリスの街がこの10年間、自転車の交通インフラを整備したことで、どのような変化がもたらされたのかを調査した。ミネアポリスの住民のうち、住宅街とオフィス街を結ぶ自転車道「グリーンウェイ」の周辺に住む人々で、自転車通勤をする人が89%増加。研究グループは、徒歩や自転車での通勤が、体重の減少や心臓や循環器の疾病リスクの減少と相関しているという別の先行研究を引いて、自転車向けの交通インフラの整備が、住民の健康を増進する可能性があることを説明している。そして、地域の保健政策として、自転車にとって利便性の高い交通インフラの整備を、アメリカの各都市で行うべきだと主張している。

日本でも、専用レーンの設置など、自転車向けの交通インフラの整備が少しずつではあるが進みつつある。今後、健康政策の一環として、この流れを進めていくべきなのかもしれない。

【出典】IRORIO(イロリオ) 2014年11月06日 <http://irorio.jp/kamejiro/20141106/175742/>

## 7. 欧州23か国で、自転車の販売台数が自動車を上回る

米国の公共ラジオ局NPRによると、2012年の自転車新車販売台数は、欧州連合（EU）全体でおよそ1,970万台だった。これに対し、自動車の新車販売台数は1,205万台に留まり、自動車の販売台数は、ここ20年で最低のレベルにまで落ち込んだ。

自動車の販売台数が落ち込んだ最大の理由は、世界的な不況が原因とされている。中でも、欧州の経済状況は特に厳しいという。一方で、自転車の販売台数が自動車を上回った理由としては、欧州諸国における自転車の利用促進政策もあげられる。

【出典】えん乗り <http://ennori.jp/news/article/1139>

## 2. “お散歩”“街歩き”が静かな人気

- TV番組や書籍関係のトレンドを見てみると、“散歩”をテーマとしたTV番組やガイドブックが増加している。現場は“地元”。街歩きをテーマとした番組が訴求しているのは、偶然の出会いや発見のある時間の過ごし方の楽しさ。
- 旅行関係のガイドブックでは、観光地中心の旅行ガイドではなく、裏道や横丁の散策をテーマとするもの、店舗カテゴリに特化したものなど、車に頼らない楽しみ方を訴求している。それは“アナログ的な楽しみ方”であり、逆に新鮮なイメージとして受け止められている。

### 1. 散歩系のテレビ番組が増加中

「今はお散歩番組の戦国時代。各番組がどうやったら視聴者に見てもらえるか、工夫をこらしています」と言うのは、散歩番組に詳しいライターの広川峯啓さん。4月から新たに、国分太一がナビゲーターを務める『国分太一のおさんぽジャパン』（フジテレビ系）と、中田喜子と原日出子という女優2人がお出かけする『おでかけ日和』（フジ系）の2番組も加わって、お散歩番組はまさに花盛り。東京地区では毎日どこかのチャンネルで放送されている。

#### ※散歩系のテレビ番組

『ぶらり途中下車の旅』（日本テレビ）1992年～／『鶴瓶の家族に乾杯』（NHK）1997年～／『世界ふれあい街歩き』（NHK）2006年～／『ちい散歩』（テレビ朝日）2006年～2012年終了／『モヤモヤさまぁ〜ず2』（テレビ東京）2007年～／『プラタモリ』（NHK）2008年～2012年／『有吉くんの正直さんぽ』（フジテレビ）2012年～／『若大将のゆうゆう散歩』（テレビ朝日）2012年～／『国分太一のおさんぽジャパン』（フジテレビ）2013年～



【出典】NEWSポストセブン 2013年6月29日 【画像出典】各番組HP

### 2. 旅行ガイドのお散歩訴求

#### ●まっぷる 超詳細！さんぽ地図シリーズ

観光スポットを**自分のペースでじっくり巡りたい人向けに街歩きをサポート**する、見やすい地図とガイド情報を一体化。各エリアの見どころをおさえた「さんぽコース」を30コース以上紹介。話題の新スポットや定番の見どころはもちろん、路地裏にあるような穴場のお店まで収録。2014年10月、『まっぷる超詳細！京都さんぽ地図』が第1回京都ガイド本大賞を受賞。

#### ●ことりっふ さんぽ版

2008年の発売から約5年間で累計900万部を販売した女性向け旅行ガイド『ことりっふ』の読者の声から生まれた、おさんぽにぴったりのガイドブック。いつもは通り過ぎる駅でふと降りてみたり、猫をおいかけ、路地裏に迷い込んだり……。遠くへ旅行しなくても、ちょっぴり旅気分になれる、カメラ片手にのんびり歩きたいおさんぽコースをセレクト。



【出典・画像出典】まっぷるHP

### 3. 街の店舗カテゴリに特化したガイドブック

街やエリアを絞り込み、さらに店舗カテゴリを絞り込んだガイドブックが数多く出版されている。千葉に特化したガイドブックだけでも、「雑貨屋」、「レストラン」、「カフェ」、「パン屋」などが発売されている。

※千葉とおきの雑貨屋さん／千葉・成田・木更津 とおきの上等なランチ／休日のパン屋さん千葉／休日のごちそう食堂（レストラン）千葉／千葉すてきなカフェさんぽ／千葉の森カフェ…など



【出典・画像出典】Amazon



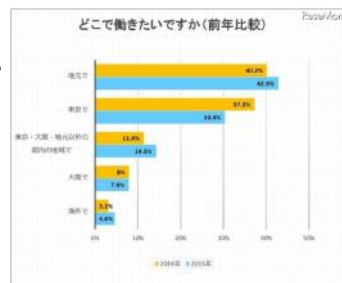
## 3. 地域への愛着が低い地元志向

- 就職や進学などの分野で「地元志向」の動きが目立ち始めている。収入格差などの影響のほか、ショッピングモールの進出やネットの発達なども関係している。
- 地元志向が強くなっているものの、本質は都会に出るのが面倒なだけで地域に対する愛着は低いのが特徴。千葉市のアンケートでも「街への愛着」を感じている層は2割強にとどまり、しかもダウントレンドにある。

### 1. 新成人の理想の働き方～「プライベート重視」と「地元志向」

新成人が理想とする働き方は、「プライベート重視」と「地元志向」であることが2015年の新成人400人を対象とした「将来の働き方に関する調査」の結果から明らかになった。日本のチームワークの向上と促進を提案する「ベストチーム・オブ・ザ・イヤー実行委員会」が2014年12月、インターネットで調査。働きたい地域は、「地元」が42.9%と最多で、「東京」30.4%、「東京・大阪・地元以外の国内の地域」14.3%、「大阪」7.9%、「海外」4.6%と続いた。「地元」という回答は前年の40.2%より増えており、「東京」と「大阪」が地元の人も含めるとその割合はさらに増加する。

【出典】ReseMam <http://resemom.jp/article/2015/01/07/22231.html>



### 2. 地元志向を反映～2014年、保護者に人気がある一貫校のトップは市川

首都圏319の学習塾の塾長、教室長に聞いた『保護者に人気がある一貫校ランキング』のトップは市川。昨年の5位からの躍進。今年の志願者は前年より122人増え3175人、首都圏私立中で第4位の人気。千葉の私立中での入試解禁日は1月20日で、東京や神奈川の2月1日より早い。本命を受験する前の“お試し受験”で人気が高い。地元塾の講師は「最近では試し受験だけでなく、地元千葉での中学受験熱が高まっています。地元の学校が第一志望の受験生が増え、市川の人気も上がっています」と話す。

【出典】ZAKZAK 2014.12.12 <http://www.zakzak.co.jp/society/domestic/news/20141212/dms1412121550005-n1.htm>

### 3. 地元志向は強いが地元への愛着は低い

- 神奈川県のような首都圏の若者たちも“上京”しなくなっているのか？  
15年間で約2千人の若者にインタビューしたが、神奈川のように20分もあれば都内に出られるところに住んでいても、『電車に乗るのが面倒』『どこでも同じものが買える』などの理由で、**地元ですべての用事を済ませる**若者が増えている。
- 若者の地元志向は郷土愛とは異なるのか。  
マイルドヤンキーのような若者が増えていることに、『若者が郷土愛に目覚め、地域共同体が復活するかもしれない』と期待を高める人もいるかもしれないが、残念ながらそれは早計だ。**彼らの多くは郷土としての地元が好きなのではない**。新しい人間関係の積極的な開拓や新しい土地での暮らしになじもうとする努力を徹底的に避け、中学時代と地続きの『居心地のよい生活』をキープしたいだけだ。
- どうしたら彼らの地元志向を郷土愛に転換させられるのか。  
都会に出るのが面倒になった若者が地元に残っているだけという状況は、地域としては前進ではない。**地域に積極的に愛着を持ってもらうための施策が必要**。



【出典】カナコロ 2014.10.14 [http://www.kanaloco.jp/article/78983/cms\\_id/106370](http://www.kanaloco.jp/article/78983/cms_id/106370) 【画像出典】Amazon

### 4. 千葉市に住み続けたい理由～「街への愛着」はダウントレンド

- 平成26年度の「市民1万人のまちづくりアンケート」によると、これからも千葉市に住み続けたいと思うかを尋ねた結果、「住み続けたい」「どちらかといえば住み続けたい」という肯定的な回答を合わせると、8割以上の方が千葉市に住み続けたいと回答。
- 住み続けたい理由としては、「自分の家（土地）を持っているから」が最も多く、6割以上。次いで「気候が暮らしやすいから」、「日常の買物が便利だから」、「親戚や友人が近くにいるから」が4割前後。
- 「まちに愛着があるから住み続けたい」は平成23年度の29.8%から平成26年度は23.4%と6.4%の大幅ダウン。

【出典】平成23年度・平成26年度「市民1万人のまちづくりアンケート」

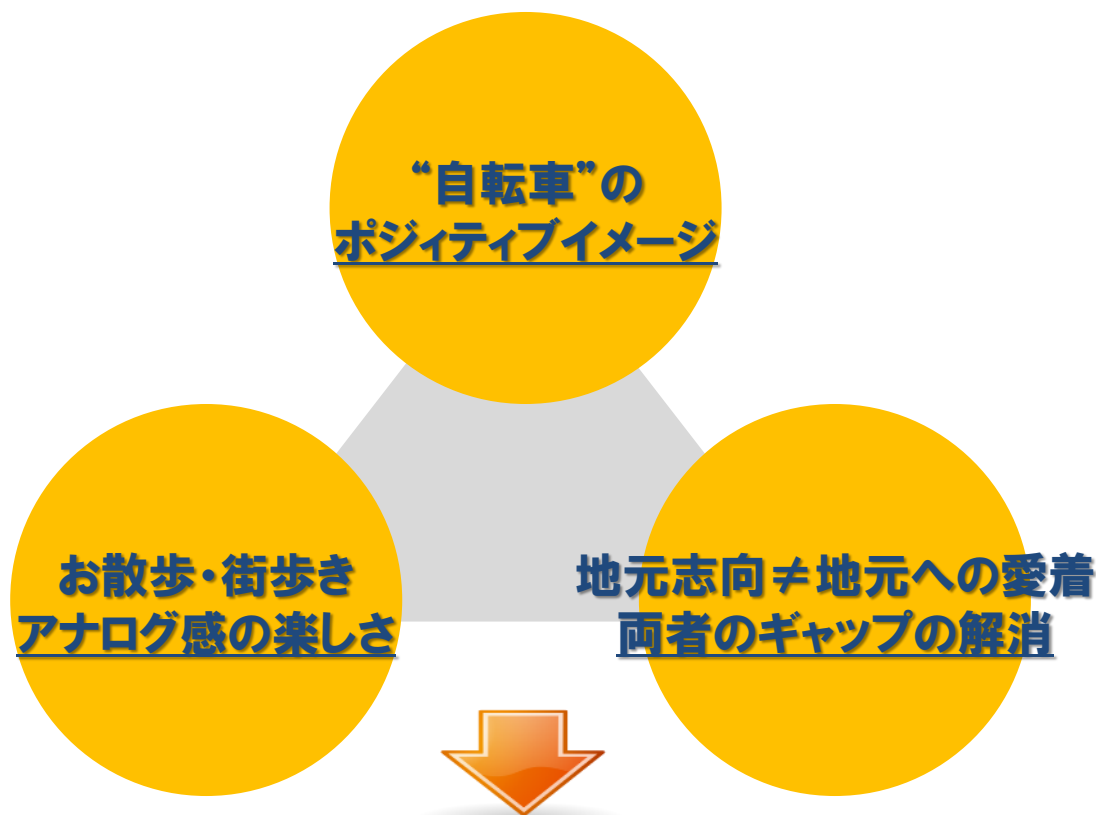






## 自転車＋散歩＋地元＝共感を呼びやすい施策

- 以上より、自宅にあるママチャリやシティサイクルを今まで以上に利用できる生活シーンの提案をプランニングするに当たり、「自転車のポジティブイメージの高まり」、「アナログ感覚が楽しいお散歩や街歩き」、「生活者の“地元志向”」の3つをキーワードを採用。「地元を自転車でお散歩（ポタリング）」するという生活提案を通じ市民の自転車の利用頻度を高めていくという方向性を決定した。



## 地元を自転車でお散歩(ポタリング)

“自転車”で生活を楽しむライフスタイル提案



## 自転車の利用頻度を高める



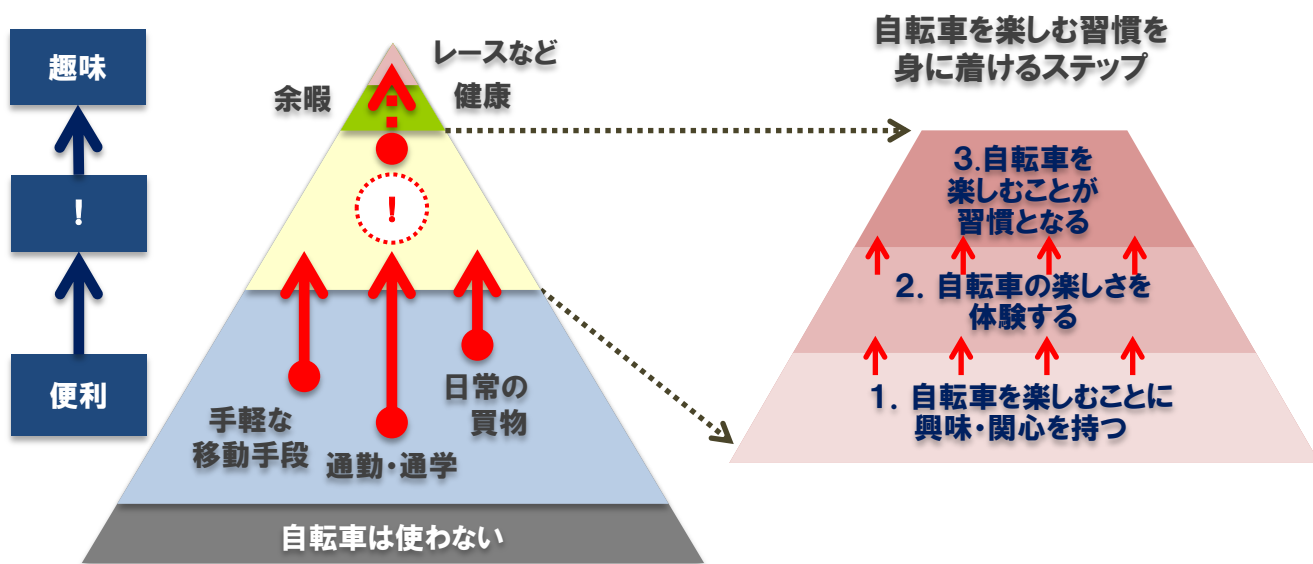
## 4. 自転車を楽しむライフスタイルを実現する施策の方向性

- 以上の調査・研究・考察した結果を踏まえ、自転車を楽しむライフスタイルを実現するためにはどのような施策が有効かを検討した。
- 自転車を移動手段としてしか利用しないターゲットユーザーが自転車を楽しむ習慣を身につけるためには、まず初めに自転車を楽しむことに興味・関心をもち、次に自転車を楽しむ体験を通して自転車の楽しさを知り、そして、自転車を楽しむことが習慣となり繰り返し自転車を楽しむという3段階のステップが必要だという仮説を立案した。

## 自転車を楽しむ習慣を身に着けるステップ

- 千葉市以外の地域での取り組みを調査し、考察した結果、市民が自転車を楽しむ習慣を身に着けるためには、自転車道・サイクリングロードの整備、サイクリングコースの設置等の道路環境の整備や自転車利用者への特典付与、自転車イベントの開催だけでは達成が難しいと判断した。
- 道路環境を整備しても自転車の楽しさを知らない利用者は利用しないし、自転車イベントを開催しても自転車で楽しむことに興味・関心がなければ自転車イベントに申し込むことはない。
- 自転車を移動手段としてしか利用しない利用者が自転車を楽しむ習慣を身に着けるためには、単に道路環境を整備したり、自転車イベントを開催して参加の申し込みを待つ姿勢では不十分であり、**自転車利用者の意識やライフスタイルを段階的にステップアップ**する方法が有効ではないかという仮説を立てた。

ステップ	自転車利用者の意識・行動様式
1. 自転車を楽しむことに興味・関心を持つ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・時には自転車で外出をしてみようかと思う</li> <li>・友人・知人から自転車で楽しんだ体験を聞き興味を持つ</li> <li>・友人・知人から誘われた自転車イベントに心動かされる</li> </ul>
2. 自転車の楽しさを体験する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元を実際に自転車で走ってみる</li> <li>・知人から誘われた自転車イベントに参加してみる</li> </ul>
3. 自転車を楽しむことが習慣となる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家族・友人と恒常的に自転車を楽しむ</li> <li>・自転車の楽しみ方が多様化する</li> <li>・友人・知人に自転車の楽しさを伝える（クチコミ）</li> </ul>





## 5. 全国で展開されるイベント・PR施策の事例研究

- 社会 & 生活者トレンド分析と同時並行で、「地元を自転車でお散歩（ポタリング）」するという生活提案を実現する施策のプランニング作業に備え、全国で展開されているイベントやPR施策の中からプランニングの視点として参考になりそうな事例の収集活動を実施した。一部、他の自治体の取り組みも重複している。

## 収集されたイベントやPR施策の事例

施策の内容	出典
● <b>自転車販売店と周辺店舗の提携事例</b>	自転車販売のCLAMPホームページ
秋田商工会議所はこのほど、自転車利用促進のために「ナイスライダーパスポート」の配布を開始した。協賛店などで提示すると、商品の割引や、粗品などがプレゼントされる特典が受けられる。自転車利用者を周辺店舗への入店につなげる狙いだ。パスポートには駐輪場情報のほか、同所ホームページのQRコードが記載されており、携帯端末などで簡単に参加店の情報やサービス特典を見ることができる。配布予定数は2,000枚。サービス提供期間は9月30日まで。	2014/6/18 日本商工会議所ホームページ
● <b>自転車でスイーツ巡り</b>	2011/2/12 京都新聞
● <b>岬自転車商會プレゼンツ スカベンジャーハント</b>	ミサキファンクラブ ホームページ
● <b>宇都宮まちかど情報マップ</b> 本サービスは、電子地図を利用した市内の公共施設サービスです。施設位置に表示されたアイコンをクリックすると、その施設の概要が表示され、ホームページへジャンプすることもできます。また、距離や面積の計測・オリジナル地図の作成など、地図情報発信だけでなく電子地図をベースとした日常生活に役立つ便利なツールとしてもご利用いただけます。	宇都宮市ホームページ
● <b>空き店舗が目立つ商店街とその周辺を活性化させる事業</b> 大阪市大正区が取り組む。若年層を中心とする人口減に歯止めをかけるため、建築を学ぶ関西の大学生もプロジェクトに協力。その中で、自転車愛好家が集う街づくりも提案された。来年1月には商店街の再生プランなどを作成するワークショップを行う予定で、町にぎわいを呼び戻す試みが本格的に動き出した。産経新聞大阪社会部 上岡由美) 大正区は海と川に囲まれた水辺の町。住民の約4分の1を沖縄出身者とその家族が占めるとされ、沖縄関係の飲食店や品物を扱う店も多い。しかし近年、区内の人口が減少傾向にあり、住民の高齢化も進むなど、定住人口を増やすことが課題となっている。そこで今年5月、区と民間が協力し、地域をリノベーションで活性化させるプロジェクト「リノベ@大正区」を立ち上げた。市大の横山俊祐研究室からの提案は、平尾地区が最寄り駅の大正駅（JR大阪環状線、市営地下鉄）から遠いという立地に着目した「都市型サイクリングツーリズム」。民家を自転車愛好家が集う宿と自転車のパーツが並ぶ店舗、カフェに生まれ変わらせる計画で、街全体でサイクルカルチャーをサポートしていく。	自転車新聞 2014/12/5
● <b>自転車映画祭「グルメ&amp;サイクリング・フィルム・フェスティバル」</b> 栃木県那須町のJR黒田原駅前通りなどを会場に2014年10月18、19日、自転車映画祭「グルメ&サイクリング・フィルム・フェスティバル」が開かれる。黒田原地区は駅を中心に役場や銀行などがあり、町の中心部としてにぎわったが、駅利用者の減少や大型店の進出で衰退。商店も昭和30～40年代と比べ4分の1程度に減少している。 同町が新たな町づくりの柱に置く自転車に加え、映画、グルメの3つを組み合わせた企画。炭の保管庫だった大正時代の倉庫などを会場に、自転車のシーンが印象的な名作「E.T.」、ロードレースをテーマにした「シャカリキ！」をはじめ、アニメやドキュメンタリーを含め自転車をテーマにした作品が無料上映される。また、自転車イベントとして、那須地域を拠点にするロードレースのプロチーム「那須ブラーゼン」の選手によるトークショーや、ブラーゼン選手との電動自転車サイクリングなどを予定。グルメは地元・黒田原をはじめ町内から各種店舗が出店する。	自転車新聞 2014/10/16
● <b>ガールズ&amp;パンツアー×茨城県大洗町</b> 「ガールズ&パンツアー」のアニメ放送以降、急増したファンへの訪問に対応するため、各商品へのキャラクターパネルの設置やオリジナルグッズの販売、町主催のイベントでの同アニメ関連の企画などを実施。町を訪れたファンをいかにもてなすかということを街ぐるみで実践し、多くのリピーターを生むことに成功した。鹿島臨海鉄道大洗鹿島線や茨城交通バスで本作キャラクターを描いたラッピング車両が運転されるなど様々な活動を展開。例年11月に開催されている「あんこう祭」は、5千～6千人が訪れる程度の町の催事だったが、アニメ放送を契機に、2012年は6万人、2013年は10万人が来場するイベントへと成長した。	観光いばらき
● <b>らき☆すた×久喜市</b> 2007年の放送後、聖地巡礼者の来訪があり初めて地域側（埼玉県鷲宮町商工会※現久喜市商工会）が作品の存在に気づき、製作者（角川書店※現KADOKAWA）にコンタクトを取ったのが始まり。地域と製作者が相互に高い信頼で結ばれ、長期にわたるタイアップを成功させたという意味で画期的なものとなった。鷲宮神社を会場としたイベント「らき☆すた」のランチ&公式参拝in鷲宮を開催したほか、「桐絵馬形携帯ストラップ」など、地元商工会による関連商品の製作、「らき☆すた」キャラクターをあしらった当たりくじ付きスクラッチカードを活用したセールなどを展開。原作者の旧宅を資料館として整備。久喜市の鷲宮神社は、アニメ放送開始後、三が日の参拝者数がおよそ3倍に増加。	久喜市商工会
● <b>「Ingress」を利用した観光振興</b> 岩手県は2014年9月25日、「岩手県庁Ingress活用研究会」を発足する。Googleが公開しているスマートフォン向け位置情報ゲーム「Ingress」をPRツールとして使い、観光振興や情報発信を進めていく狙いだ。自治体によるIngressを使った同様の試みは全国初。研究会は、県庁各課の有志職員計10人で構成。（1）県内の観光地をポータルとして申請してもらうための方策の提案、（2）観光協会への啓蒙や周知、（3）プレイヤー有志とのイベント開催の働きかけなどを行う予定。	ITmedia ニュース 2014/9/24



## 収集されたイベントやPR施策の事例

施策の内容	出典
<p>●<b>「くまもとサプライズ」</b> 平成23年3月の九州新幹線全線開業をきっかけに、熊本県の人びとが、自分たちの周りにある「サプライズ＝ハッピーなびっこ」を再発見し、「サプライズ＝ハッピーなびっこ」を熊本県の人びとをはじめ、全国の人びとへ広め、熊本をさらに活気とハッピーがあふれる街へと成長させていくプロジェクト。</p> <p>●<b>稼ぐキャラクター～くまモン、5つの成功の秘訣</b> 2011年の九州新幹線の開業に合わせ、観光客誘致を目的に生み出されたこのPRキャラクター。関西圏を中心としたPR活動と並行して、熊本県内では「くまモン隊」を結成し各地でキャラバン活動を展開。幼稚園・保育園・小学校の訪問や各イベントなどで「くまモン体操」を披露するほか、県テレビへの出演など、県内における「くまモン」に対する愛着心を醸成。誕生から11年10月までに1年3か月に出演回数は県内だけで1132回。</p>	
<p>●<b>岩手県二戸町～「楽しく美しいまちづくり」</b> 小原豊明(前)市長がかかげたスローガンを基に1992年から「宝探し」プロジェクトスタート。※「宝さがしによる地域興し」では市民総参加による二戸市の活性化をめざす。特に様々な文化を継承してきたお年寄りの参加や、郷土料理、織物などを守り続けてきた女性の参加を重要項目として掲げた。</p> <p>【第1期】(1992年～1993年)：市民から寄せられた7371件の宝に関する情報からスタート 【第2期】(1994年～1995年)：楽しく美しいまちづくり推進委員会が集めた膨大な資料情報をもとに宝を生かしたまちづくりの指針と提言を練る 【第3期】(1996年～1997年)：宝探しツアー、宝の案内板の設置、宝マップの作成で充実を図る 【第4期】(1998年～1999年)：市の中心部から地区や集落へと、さらに宝探しを深く進める。</p>	未来政策研究所
<p>●<b>新潟「美少女図鑑」ソーシャルに反旗の深いワケ</b> 新潟美少女図鑑は、新潟市を中心に発行されるフリーペーパーだ。新潟市にある企画制作会社のテクスファームが2002年に創刊。地元の美容室を広告主として、地元の素人モデル、カメラマンを使い、ロケ地も地元、と地元密着のスタイルを持つ。美少女図鑑の読者層は、最近地方の消費ボリューム層として注目される「マイルドヤンキー」とも違う。美少女図鑑に登場するのは地域で活動する店主やクレーターであり、読者は地域のセレクトショップや美容院に通っている。両者はゆるやかにつながっている。地域活性化をアピールしないことも興味深い。「地域活性化は外の感覚でやっているように見える。僕らは僕らの場所を面白くしたい。暮らしている人の満足度を高めると、外から人がくるようになる」と指摘する。美少女図鑑は、東京からは地域の情報をピックアップしてくれる都合の良いメディアに見えつつ、実態は地域の人による地域のためのメディアとなっている。それを成立させているのは、テクスファームの編集者たちが、情報を絞り込み、ソーシャルメディアと切断し、コントロールしていることだ。</p>	日本経済新聞 2014/4/1
<p>●<b>NPO法人 吉備野工房ちみち</b> 吉備野の持つ歴史や文化や自然などを生かしたまちづくり及び、まちづくりに関連するその他の市民活動を行うと共に、それらを支援することを通じて吉備野の魅力高め、まちづくりの推進と文化の振興に寄与することを目的とする。</p> <p>※活動内容 1)吉備野に2000以上もある古墳を、現代の私たちにつながる生活文化としてとらえ、サイクリングやウォーキング等、化石燃料に頼らず地球の環境に配慮した移動手段で回るプログラムの提案。 2)吉備野の地域資源を活かした商いトライアル、環境問題、地域活性化、福祉等の分野の社会起業や自己実現の場を設ける提案。 3)吉備野の中山間・農村地域での親子体験を通し、地産地消や食農教育、及び地域と都市部間の交流、及び他地域との交流を目的とし、地域をよく知る人が地域資源を最大限活用する環境負荷の低い着地型観光を推進する提案。 4)行政、地元企業、市民団体との協働により、吉備野で埋もれている多くの観光資源を発掘。そこから新たな商品化を進めることにより、吉備野にしかない資源を活用し地域の個性や魅力を発揮した観光に更なる奥行きを作るプログラムの提案。</p>	
<p>●<b>マップ事例集</b> 宇都宮餃子オフィシャルMAP(栃木県宇都宮市) / 鉄板こなもんMAP(神戸市新長田地区) / 朝市・横丁マップ(青森県八戸市) / 東京スカイツリー周辺ガイドマップ(東京都墨田区) / まちなかトイレマップ2010(こら版(福岡県北九州市) / 手仕事のあふる風景(福岡県八女市) / 新潟の町 小路めぐり(新潟県新潟市) / 甘☆夏map・イク☆メnmap(和歌山県田辺市) / Domannaka Walker Map(宮崎県宮崎市) / おすすめまち案内絵図(青森県青森市) / てんでん銚子まち歩きマップ(千葉県銚子市) / 長崎さくらマップ(長崎県長崎市)</p>	
<p>●<b>千葉市都市文化賞に10点選出 西千葉のカフェなど</b> 千葉市のすぐれた都市景観と建物を表彰する「千葉市都市文化賞」の今年受賞作に、西千葉駅前のカフェ「カフェ・ル・グレ」や「千葉市中央コミュニティセンター・松波分室」など10点が選ばれた。25日午後1時半から同市中央区の市生涯学習センターで、表彰式と「魅力ある景観形成と都市文化」をテーマにしたシンポジウムが開かれる。同賞は2011年から始まり、今年は「景観部門」に27点、「建築部門」に24点の応募があった。</p>	東京新聞 2014年 12月14日
<p>ここ数年、おゆみ野地区で、住民による自転車と歩行者の棲み分け対策が実施された。おゆみ野地区には全国でも珍しい周回遊歩道が整備されている。ここでは自動車、オートバイは乗り入れ禁止で、千葉市により自転車歩行者専用道路に指定されている。歩行者と自転車にとってクルマが来ないことで安全な遊歩道で、住民は暮らしているが、通勤通学時間帯は、様子が一变する。電車の駅に急ぐ自転車が走り、その横を小学校に登校する子供たちが集団で歩く。自転車と歩行者との接触が長い間、問題視されていた。そこで対策に乗り出したのが、自主住民組織である、おゆみ野自転車共生会議のメンバーである。長期間にわたる話し合いや、通行実験を経て、路面に自転車と歩行者の通行位置を示す。路面表示を行った。今では、遊歩道に面した小学校4校の通学路において、路面表示がなされ、自転車と歩行者との緩やかな棲み分けが実現している。</p>	おゆみ野自転車共生会議より (朝日新聞、千葉日報、地域新聞の記事でも紹介された)
<p>千葉市が作成した自転車走りやすさマップは住民のボランティアが実地調査に加わった。おゆみ野自転車共生会もおゆみ野地区の調査を中心に参加した。メンバーは普段はクルマの運転が主だが、ママチャリ、電チャリなどで、長い距離を車道を走って、様々な学びがあったようだ。道交法では自転車は車道を走るのが原則とは言うが、自転車にとっぴかにクルマが、怖い存在か。またクルマの目線からは、自転車の走り方に怖さを感じることも、理解できたようだ。それらを克服し、自転車のポテンシャルを最大限に引き出し、快適に走りたく感じている。</p>	おゆみ野自転車共生会議より 千葉市HPなど
<p>おゆみ野では自転車についてのルールが分かりにくく、子供たちの走行しかたが心配であると、根強い声が住民から出ていた。おゆみ野自転車共生会議はこの声を受け、子供も大人も一緒に自転車のルールについて知らないことに着目し、親子自転車安全教室を、複数回開催した。メンバーで話し合いを重ね、実技や座学、工夫を重ねて進化してきた。最近では、ガールスカウトに声をかけて、体験型の安全教室を開催した。まず実際に街へ出て、自転車を始め様々な交通手段が通行している様子をもらい、どのように感じるかを話してもらった。次に小教室で実際に見てきた様子を道交法に照らして、どうすべきとされているか学んでもらった。そして最後には、自分たちが自転車に乗って走る場合にどうしようと感じたかを話し合ってもらった。ガールスカウトからは、いろんな交通手段を尊重しドライバー同士コミュニケーションをとることが大切だという感想が聞かれた。</p>	おゆみ野自転車共生会議 緑区HP





## 全国各地で展開されているイベントやPR施策から プランニングのための4つのヒントを抽出

- 研究員が注目したイベントやPR施策の内容・視点・特徴を見ると、「市民関与・自分ごと化」、「地域コンテンツ」、「ゲーム」、「ICT」という4つのキーワードに分類される。
- 「市民関与・自分ごと化」とは、市民が施策に積極的に関与することでその施策が自分にとっても身近なことであるという気づきを与えるという視点。「くまもとサプライズ」や「NPO法人吉備野工房ちみち」、岩手県二戸町の「楽しく美しいまちづくり」など。
- 「地域コンテンツ」を有効に活用するパターンも多い。以前は、観光集客としてよく活用されるその土地ならではの歴史資産を活用した展開が多かったが、近年は「アニメ」や「映画」の舞台として取り上げられたのをきっかけに地域活性化へと結びつける動きが目立っている。「大洗町」や「久喜市」などがその代表。
- 「ゲーム」とは、施策にゲーム性を取り入れる手法。ただ観光をするのではなく、その過程としてスタンプを集める、探してくるなどのゲーム要素を組み込むことで楽しさの幅を広げている。「岬自転車商會プレゼンツ スカベンジャーハント」など。
- 「ICT (Information and Communication Technology)」の活用事例も多い。施策展開への「SNS」の活用や、電子マップの展開、上記の「ゲーム」との関連では岩手県における「Ingress」を活用した観光施策などが見られる。

### 市民関与・自分ごと化

- 市民参加 / 市民の視点
- 市民が自信を持つ / 自信を持たせる



### 地域コンテンツ

- 脱観光(石仏、風景、景観大賞)
- 千葉市が舞台(漫画、ドラマ、CM)
- 商店街とのコラボ→地域活性



### ゲーム

- ゲーム要素
- ゲーミフィケーション
- 「Ingress」などの位置情報ゲーム



【画像出典】くまもとサプライズHP、NPO法人吉備野工房ちみちHP、ガールズ&バンザイ×茨城県大洗町サイト、三崎開港祭2013 YOUNG BAY!!!HP、あしたのコミュニティラボ 2015年8月24日、宇都宮まちかど情報マップ



## 6. 提言の実現に向けた施策プランニング活動

---





# 6. 提言の実現に向けた施策プランニング活動

- 続いて、研究員メンバーによる施策のプランニング活動を展開。プランニングに際しては、常に「市民関与・自分ごと化」、「地域コンテンツ」、「ゲーム」、「ICT」という4つのキーワードに注意を払う形で作業を進めた。
- プランニングシート作成の際には、具体的な取り組みだけではなく、施策の目的は何なのか、ターゲットは誰なのか、そして施策のポイントなども常に考慮しての作業となった。

## 研究員によるプランニングアイデア一覧

NO.	担当	プラン名	企画の目的	ターゲット	具体的な内容	期待効果
1	志村	Webアプリ構築	企画PR	メール	● 企画PRの手段としてWebアプリの構築 ● 市民関与の手段としてWebアプリの構築 ● 地域活性化の手段としてWebアプリの構築 ● 市民関与の手段としてWebアプリの構築	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● 市民関与の手段としてWebアプリの構築 ● 地域活性化の手段としてWebアプリの構築 ● 市民関与の手段としてWebアプリの構築
2	志村	SNSの積極的活用	広報PR/情報シェア	メール	● SNSの積極的活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● SNSの積極的活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● SNSの積極的活用によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● SNSの積極的活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● SNSの積極的活用によるまちづくりの主体性を伝達
3	志村	デジタルサイネージ	広報PR	デジタルサイネージ	● 高層ビルを中心としたデジタルサイネージの活用 ● Webサイトのコンテンツを一部活用する形でデジタルサイネージの活用 ● 高層ビルを中心としたデジタルサイネージの活用 ● Webサイトのコンテンツを一部活用する形でデジタルサイネージの活用	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● 高層ビルを中心としたデジタルサイネージの活用 ● Webサイトのコンテンツを一部活用する形でデジタルサイネージの活用
4	志村	紙入書へのアプローチ	広報PR	市外からの紙入書	● 市民関与の手段として紙入書の活用 ● 市民関与の手段として紙入書の活用 ● 市民関与の手段として紙入書の活用	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● 市民関与の手段として紙入書の活用 ● 市民関与の手段として紙入書の活用
5	志村	歩いて1分2分3分	生活者巻き込み	メール	● 歩いて1分2分3分の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● 歩いて1分2分3分の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● 歩いて1分2分3分の活用によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● 歩いて1分2分3分の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● 歩いて1分2分3分の活用によるまちづくりの主体性を伝達
6	志村	地域の宝探しマップ	生活者巻き込み	マップ	● 地域の宝探しマップの活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● 地域の宝探しマップの活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● 地域の宝探しマップの活用によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● 地域の宝探しマップの活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● 地域の宝探しマップの活用によるまちづくりの主体性を伝達
7	志村	スモール紹介	広報PR/情報シェア	メール	● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達
8	志村	スモール紹介	生活者巻き込み	メール	● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達
9	志村	商店街との連携ツール	地域活性化	各商店街の広域連携用ツール(半径5~10km)	● 商店街との連携ツールによるまちづくりの主体性を伝達 ● 商店街との連携ツールによるまちづくりの主体性を伝達 ● 商店街との連携ツールによるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● 商店街との連携ツールによるまちづくりの主体性を伝達 ● 商店街との連携ツールによるまちづくりの主体性を伝達
10	志村	スモール紹介の活用	広報PR	デジタルサイネージ/ウェブ	● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● スモール紹介の活用によるまちづくりの主体性を伝達
11	志村	デジタルサイネージ	広報PR	デジタルサイネージ	● デジタルサイネージの活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● デジタルサイネージの活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● デジタルサイネージの活用によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● デジタルサイネージの活用によるまちづくりの主体性を伝達 ● デジタルサイネージの活用によるまちづくりの主体性を伝達
12	石橋	自転車利用者の啓蒙	自転車利用者の啓蒙	自転車利用者の啓蒙	● 自転車利用者の啓蒙によるまちづくりの主体性を伝達 ● 自転車利用者の啓蒙によるまちづくりの主体性を伝達 ● 自転車利用者の啓蒙によるまちづくりの主体性を伝達	● 市民関与によるまちづくりの主体性を伝達 ● 自転車利用者の啓蒙によるまちづくりの主体性を伝達 ● 自転車利用者の啓蒙によるまちづくりの主体性を伝達



研究員によるプランニングアイデア一覧

No. 氏名	プラン名	企画の目的	ターゲット	具体的な内容	ポイント
23 高木	地域自然探訪	生活者を巻き込む	各ターゲットに興味がある人	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 町の各所々に、あるターゲットで、地域の豊かさを自然を通して見て知る。</li> <li>● ターゲット               <ul style="list-style-type: none"> <li>・植物：季節の花(梅、菜の花、桜、ハス、アジ、ひまわり)、紅葉</li> <li>・動物：オオノヅチツグスネガキ</li> <li>・気象：天候、朝日、夕焼け、曇空、天候、台風、モロヘニ</li> <li>・川：川を渡る</li> </ul> </li> <li>● その他提案：田圃、畑等のいい風景、道</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 上記No.24のポスターに加え、イベント的な要素を入れることで、No.24の目的を達成し行動に誘うことができる。</li> </ul>
24 高木	地域文化プログラム「チカワ」	生活者を巻き込む	各ターゲットに興味がある人	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ある提案したターゲットで、そのターゲットに関するイベントや展示を「チカワ」で実施する。</li> <li>● ターゲット               <ul style="list-style-type: none"> <li>● 上記No.20～No.23のターゲット</li> <li>● No.20～No.23のターゲット</li> </ul> </li> <li>● 上記No.20～No.23のターゲットを「チカワ」にまとめた、必要な情報を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● No.1-6の情報をWeb上の「チカワ」に示すことで、ポスターだけではいへない情報を提供する。</li> <li>● 1人で情報入力力がいい人がいるので、複数人で、複数人での情報提供の形態、見出しや内容を考える。そして、その情報提供の形態、見出しや内容を考える。</li> </ul>
25 高木	「チカワ」の企画、並行して実施する「チカワ」の企画	生活者を巻き込む	既に「チカワ」の企画で、その世界観を共有したい人	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既に「チカワ」の企画で、その世界観を共有したい人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既に「チカワ」の企画で、その世界観を共有したい人</li> </ul>
26 高木	近代建築探訪ツアー その1	文化性、歴史性、芸術性を味わう	全ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 近代建築探訪ツアーは、千葉市中央区にある近代建築探訪ツアー</li> <li>● 近代建築探訪ツアーは、千葉市中央区にある近代建築探訪ツアー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 近代建築探訪ツアーは、千葉市中央区にある近代建築探訪ツアー</li> </ul>



## 開発されたアイデアの7つの方向性

- 研究員によって開発されたイベントやP R施策のアイデアは、最終的に「スポット訴求」、「利用促進」、「市民参画」、「レクリエーション」、「ルート提案」、「MAPの整備」、「PORTAL SITE」の7つの方向性が提示された。
- 「スポット訴求」は歴史や食、自然をテーマに自転車で訪れるスポットを紹介・開拓していくというもの。千葉市らしさを打ち出せる方向性でもある。
- 「利用促進」は、イベントやスポーツ観戦などの現場や商店街に「自転車」で訪れてもらうというもの。実施者にはインセンティブが提供される。
- 「市民参画」は、市民だから知っている新しいスポットや宝探し。市民からの情報を集めるという視点ではすでに「ちばレポ（ちば市民協働レポート）」が稼働しているが、その変型判。ポジティブ情報の収集。
- 「レクリエーション」は、「自転車」を使った遊び方の可能性を知らしめるもの。広報やPR的な意味合いのほか、話題喚起、商店街との連携による地域活性化も期待できる。
- 「楽しみ方提案」は、自転車を使ったお散歩の楽しみ方の提案。具体的なランドマークの視点の紹介や、具体的なルート、モデルコースなどの紹介も考えられる。
- 「MAPの整備」は、「自転車」に乗って街を探索する際のツール整備。散歩に行きたくなる、スポット地点までのルートを知る、散歩の最中の場所を知るなど、シーン別のニーズの違いに対応する。
- 「PORTAL SITE」の整備。「自転車による街づくり」に関するすべてのコンテンツを集約したサイトを想定している。

### スポット訴求

歴史(史跡、遺跡、貝塚、古墳、石仏、仏像、文化財)  
食(カフェ、スイーツ、カレー、各国料理、観光農園)  
自然(植物、鳥、朝日、夕焼け、星空、天体、川、海)

### 利用促進

イベント(区民フェスティバル等)、  
スポーツ観戦来場者優遇策  
→商品購入割引券など  
商店街などとの連携→ポイント制度など

### 市民参画

新しいスポット作り、地域の宝探し  
→学校・教育委員会との連携・協力  
地域の課題発見・解決プロジェクト

### レクリエーション

広報・PR的な意味合い、話題性を喚起  
地域活性化(商店街との連携)  
スカベンチャーハント(がらくた集め)  
Ingress(陣取りゲーム)

### 楽しみ方提案

自転車を使ったお散歩の楽しみ方訴求  
具体的なルート提示  
散歩の視点紹介(鉄道、川、ランドマーク)

### MAPの整備

用途・目的によるMAPの整備  
既存スポット・地域のお宝スポットのマップ公開  
手書き地図の取り組み・マップ公開

### PORTAL SITE

自転車によるお散歩を提案するサイト  
コンテンツの二次・三次利用  
(転入者や対デジタルデバイス層)



# 実証実験を交えた 重点施策案



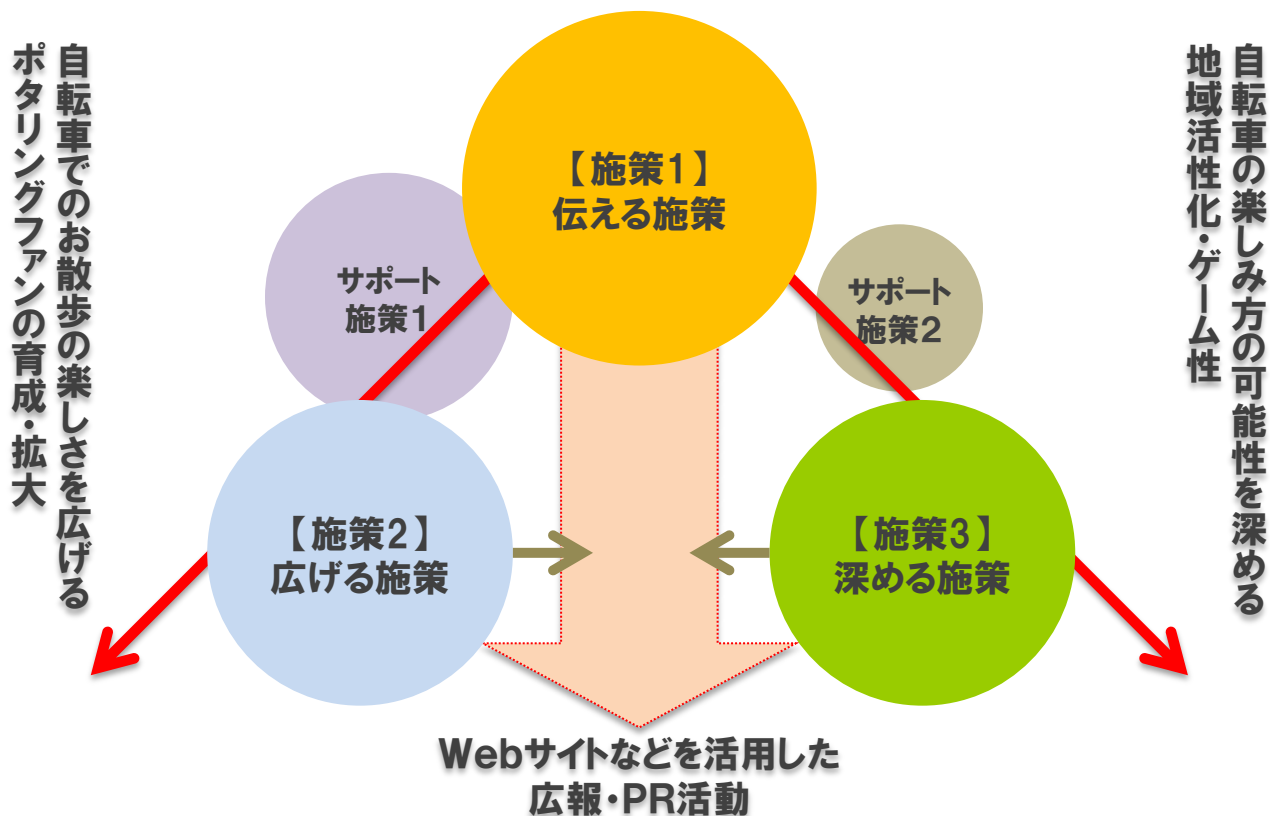
## 7. 自転車で楽しむライフスタイルを実現する施策の全体観



- 自転車を移動手段としてしか利用してこなかった自転車ユーザが、自転車を楽しむ習慣を身につけるためのステップを経て、自転車で楽しむライフサイクルを実現するにはどのような施策を実施すればよいか検討した。
- 検討の結果、自転車の楽しさを伝えるための「ベースとなる施策」、自転車を楽しむ利用者を「広げる施策」、自転車の楽しむ方を「深める施策」、およびサポート施策1、サポート施策2を考案した。

## 自転車で楽しむライフサイクルを実現するための施策

施策	内容・目的	自転車を楽しむ習慣化ステップ
【施策1】 伝える施策	千葉市民に向け「地域を自転車で散歩しながら地域の魅力を発見する」というライフスタイルを提案。そのようなライフスタイルの認知を高めると同時に、興味・関心を持ってもらうことが目的。「自転車のお散歩（ポタリング）」という言葉や概念自体が新しいものであることから、ポタリングに関する解説から始まり、地域へ関心を持ってもらうキッカケとなる「手書き地図」などのコンテンツ整備を行い、ポータルサイトや千葉市の広報などを通じ情報を発信する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポタリングに興味を持つ</li> <li>自転車で外出してみようかなと思う</li> <li>友人・知人からの体験談を聞き興味を持つ</li> </ul>
【施策2】 広げる施策	「自転車のお散歩（ポタリング）」を体験する場を提供する施策。体験者を拡大すると同時に、住民同士の交流などにも結びつけることができるなどの効果を狙う。	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元を自転車で走ってみる</li> <li>ポタリングイベントに参加してみる</li> </ul>
【施策3】 深める施策	地域での自転車の楽しみ方の可能性に気づいてもらう施策。ゲーム要素の付加や商店街との連携による地域活性化など、ポタリングにとどまらない自転車の楽しさを訴求する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>自転車を楽しむ機会が増える</li> <li>自転車の楽しみ方が多様化する</li> <li>自転車の楽しさを他人に伝える</li> </ul>
サポート 施策1	実際に「ポタリング」を楽しむ人に向けたMAPツールの整備。地域へ関心を持ってもらうための「手書き地図」をベースにMAPを電子化することで、より「ポタリング」に取り組みやすくする環境を整える。	
サポート 施策2	自転車の楽しみを深めるイベントを支援するアプリ作成。具体的な提案、イベントの企画・運営の支援など。	





## 8. 施策1－伝える施策

「チャリdeお散歩 ワークショップキャラバン」



## 【施策1】伝える施策

～市民による地域の宝探しプロジェクト～

## 「チャリdeお散歩 ワークショップキャラバン」

## 【はじめに】

## ■ 自転車のお散歩（以下ポタリング）の意味

散歩をするようにのんびりと自転車で走ること。「だらだら歩く」という意味のpotterから作られた和製英語で、個々人の体力や都合に合わせて自転車で走り景色や風情などを楽しむもの。2012年には一般財団法人日本自転車普及協会の主催によりイベント「春を先取り!ポタリング」が開催されており、14年には「とちぎ3大ポタリング祭り」のように各自治体などがポタリングを取り入れたイベントを開催するようになってきている。

【出典】コトバンク 知恵蔵miniの解説

## ■ ポタリングの楽しみ方

ポタリングの楽しみ方について明確な定義があるわけではないが、「自転車で楽しむライフスタイル提案グループ」の方針として以下のような楽しみ方を想定している。

ポタリングの舞台は、例えばサイクリングコースのように決まった場所ではなく、生活者の居住エリアである。ポタリングに出かける際に、目的地は定めても定めなくても構わない。目的地を決めず、気の向くままにブラブラするのも「ポタリング」、目的地を定めて自転車だけでかけるのも「ポタリング」である。

目的地を定めた場合は、ひたすら目的地を目指すのではなく、目的地までの道中を楽しむという点に「ポタリング」の特徴がある。気になったものがあれば立ち止まる、横丁や路地に入ってみる、地元住民に話しかけてみる、買い食いをする…したがって、「ポタリング」にはモデルルートなどは存在しない。目的地までのルートを決めるのは一人ひとり、100人いれば100のルートがある。「ポタリング」とはそんな自転車の楽しみ方である。

## 【施策の目的】

本施策の目的は、自転車で生活を楽しむライフスタイルを提案していくための基本となるコンテンツを開発すること、「ポタリング」の経験者および今後の活動の協力者の育成である。「ポタリング」の意味や具体的な楽しみ方などの情報は、ポータルサイトや広報誌を通じ市民に向けて発信されることとなる。

## 1. 市民による地域の魅力（宝）発掘

「ポタリング」を楽しむ際にキーポイントとなる地域コンテンツの発見・開発。

見る角度を変えることでまったく違って見える見慣れた風景。道端にひっそりとたたずむ、昔からそのエリアに住んでいた人々の息吹を感じさせる石仏、神社、仏閣。そのエリアに住んでいる人が見れば、誰もが自分の住んでいるエリアと判断できるランドマーク。地元の人に昔から愛されるお店…。

長く住んでいるからこそ当たり前すぎて見えなくなってしまう地域の魅力・宝物を再発見し、その情報をエリア住民に発信することで「ポタリング」を始めるきっかけへと結びつける。

## 2. 「ポタリング」へと誘う「手書き地図」の作成

発見された地域の魅力・宝物の情報を「手書き地図」としてコンテンツ化。

「手書き地図」の魅力は、地域への「愛」や「想い」をストレートに感じさせる効果があることである。縮尺や距離感などは電子地図の正確さには及ばないが、そのエリアに行きたいと思わせる大きな力を持っている。「こんなところに石仏があるんだ!」「この景色、そんなに良かったっけ?」「そう言えばこんな店があったなあ…」などなど、居住するエリアへの興味・関心を喚起するには効果的なツールとなる。

## 3. 「ポタリング」の面白さを伝える体験者の育成

市民の中に「ポタリング」の体験者を増やし、今後の活動への協力者を育成。

ポータルサイトや広報誌での情報発信の際に「ポタリング」の体験者モデルとして登場してもらったりするシーンも想定する。

## 【施策概要】

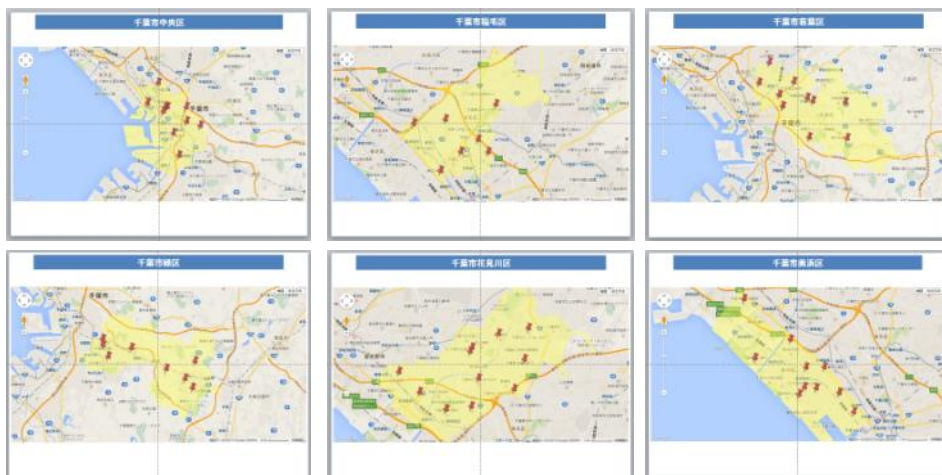
「自転車による街づくり」が全千葉市民に向けての提案であることを考えると、実行に向けての施策はできるだけ千葉市全域をカバーするものでなければ意味を持たないものとなる。したがって、本施策のターゲットは全千葉市民であり、全エリアで展開することで市民の「自分ごと化」として認識してもらうことにつなげていくものである。なお、施策概要に関しては研究員自らの「ポタリング」実験を通じて最終形を決定した。

### 実施期間

- 施策展開決定より2年6ヶ月  
※準備期間4ヶ月、トライアル2ヶ月、本格展開2年間

### 実施エリア

- 中学校の学区を1エリアに設定して実施。順次学区を変えてキャラバン展開。  
※最終的には千葉市内中学校区55カ所で実施する。  
※当初2学区での実施を検討したが実験の結果1学区に変更した。



### 実施内容

#### 【参加者の募集】

- 学区内の小学校・中学校ルートで各家庭に案内状を配布し参加者を募集。
- なお、参加者はエリア内住民とエリア外住民の混合4～5人が望ましい。  
※エリア内住民だけの場合、見慣れた風景としてスルーされてしまうケースが出てしまうため、エリア外住民の視点も導入することとした。

#### 【ワークショップ展開イメージ】

- 5～6時間かけて自転車に乗りながら地域散策（宝探し）を行う。  
基本的には集団行動。  
※集団行動の意味は、他の人の感覚・感性を尊重するという部分にある。  
※エリア内住民が何も感じなくても、エリア外住民が「すごい！」と判断する場合も多く、それはエリア内住民が見落としていた地域の宝物の可能性が高い。
- 活動中は、各人の主観で、気に入った場所、風景、店などを撮影。
- 「ポタリング」活動終了後、全員の共同作業で「手書き地図」を作成する。  
※「手書き地図」は、「ポタリング」活動へ参加した全員の体験・感動・発見・意識などが凝縮されたコンテンツとなる。

#### 【ワークショップ結果の広報・PR展開】

- 「チャリdeお散歩 ワークショップキャラバン」の様子と「手書き地図」は、活動終了後ポータルサイトや千葉市の広報誌を通じて市民に対して公開される。  
※「手書き地図」に関しては、最終的にはプロのイラストレーターにリライト依頼。  
※「手書き地図」はポータルサイトなどへの掲載にとどまらず、2次利用、3次利用を視野に入れている。

## 【施策運営の課題と解決策】

施策運営に関しては、研究員に代わる「ワークショップリーダー」の育成と「ワークショップ」のレベルの統一が大きな課題となる。この部分は「ワークショップ」の根幹に関わる部分でもあるため、外部機関との連携を模索している。

### 課題1

#### ワークショップリーダーの育成

- 中学校の学区は55あり、「ワークショップ」はすべてのエリアで展開することを想定しているため、延べで50人近くのリーダー的存在（ワークショップリーダー、指導者）が必要となる。
- 1人の担当を約5～6エリアと仮定すると10人程度のワークショップリーダーが必要。
- 基本的には、活動に関心を持って頂けるボランティアをお願いしようと考えている。

### 課題2

#### ワークショップレベルの統一

- 「ワークショップ」は千葉市の全地域で実施され、その成果やコンテンツはポータルサイトや広報紙、印刷物として世の中に発信されることから、エリアにより成果物のレベルに差が生じるのは避けなければいけない。
- 発見された宝物の内容、レベルなどはもちろん、活動中の画像撮影、活動後の「手書き地図」など、すべてのエリアである一定のレベルをクリアする必要がある。



### 「リーダーの育成」と「レベル統一」部分で 「手書き地図推進委員会」との連携を模索



手書き地図推進委員会  
作者の愛が詰まった手書き地図で  
その土地のおもしろさを再発見

- 2015年3月31日（火）、「手書き地図推進委員会」のメンバー川村氏を訪問。考慮中の企画案を紹介した上で、「リーダーの育成」と「レベル統一」部分での解決策などを相談。
  - 「手書き地図推進委員会」がすべての企画に関わることはマンパワー的にも不可能。
  - 方法としては、「手書き地図推進委員会」がワークショップリーダーに対して、街歩きの視点や手書き地図を作成する際のポイントなどを集合研修形式で実施。実際の活動はリーダーが現場に戻って自主的に実践するが、成果物である「手書き地図」に関しては内容をチェックをさせて頂きたいとの事。
  - また、「手書き地図推進委員会」監修など、何らかのクレジットを入れて欲しいとの要望も頂いた。
  - 現状では、研究員の個人的感性をベースに展開している部分も多く、また「ポタリング」に組み合わせる「手書き地図」のアイデアは「手書き地図推進委員会」を参考にした経緯もあり、本格稼働の際には協力を仰ぎたいと考えている。
- ※「手書き地図推進委員会」の詳細は次頁を参考のこと。



## 手書き地図推進委員会について

### Concept

**手書き地図は作者の主観的視点を追体験できるメガネです。  
作者がその場所に見出した価値や面白さを、ストーリーで伝えてくれます。**

道具として利便性を極めた地図は、物理的に正しく、客観的に正しい情報を伝えます。しかし、「手書き地図」は、現実にはあるが地図上では省略されているものがあれば、縮尺さえも正しいとは限りません。主観的に書かれているところに魅力があるのです。

作者にとって、大事な情報は大きく情熱を込めて大きな存在になり、見るべき価値がないと判断されたものは、地図上の世界ではもはや存在しません。そのかわり「手書き地図」を手にとった人に、その場所での体験や目に見るものの意味までも変えてしまう力があるのです。

手書き地図推進委員会は、全国に埋もれてしまっている作者の愛が感じられる「手書き地図」を紹介し、多くの人に知ってもらうことで日本各地の土地固有の面白さやユニークさを発見してもらうことを目的として設立されました。ゆくゆくは、「手書き地図」をWeb上で提供できるようにし、手書き地図の濃さと、正しい位置情報によるナビゲーションというアナログとデジタルの良いところの融合を実現させていきたいと思っています。

「手書き地図」の魅力に気付く人を増やし、「手書き地図」を持ってその土地を訪れる楽しみ方を上げられるように、尽力していきます。

2013年11月 手書き地図推進委員会一同

## 手書き地図推進委員会の活動事例

グッド・オカヤマ・プロジェクトで作成した手書き地図  
イオンモール岡山の未来屋書店のブックカバーに採用



“公式ビニール袋”に手書き地図を活用（佐久市観光課）



銀座の「29」を紹介する手書き地図「いい肉の日地図」/肉の日地図×MapFanイラストマップ



【出典・画像出典】手書き地図推進委員会HP

## 研究員による「チャリdeお散歩 ワークショップキャラバン」トライアル

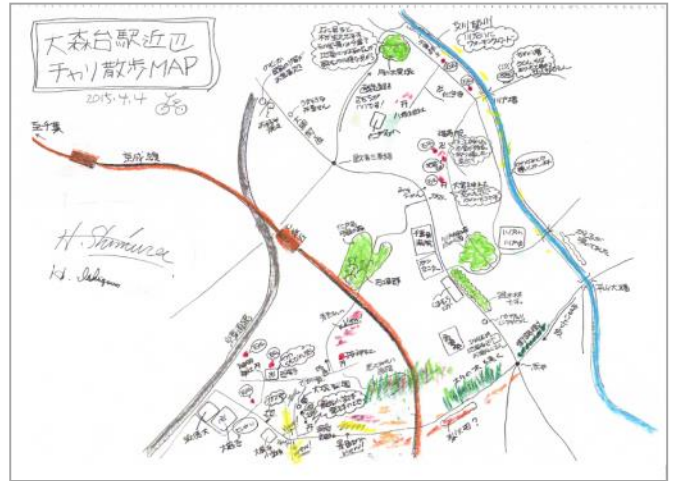
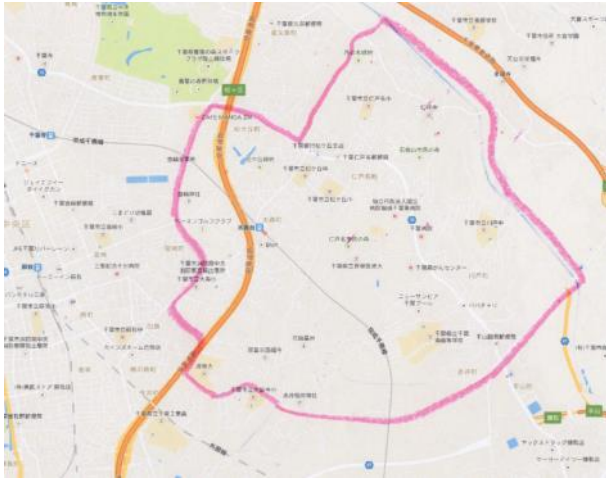
2015年4月、大森台駅エリアと幕張・新検見川エリアで研究員による「ワークショップキャラバン」を実施。実施エリアの広さはどうか、地域の宝物は発見できるのか、手書き地図は書けるのかなど一連の流れを体感することを目的とした。

【実施日】 2015年4月4日（土）

【参加研究員】 志村、石黒

【実施学区】 仁戸名中学校、松ヶ丘中学校 ※京成線大森台駅近辺

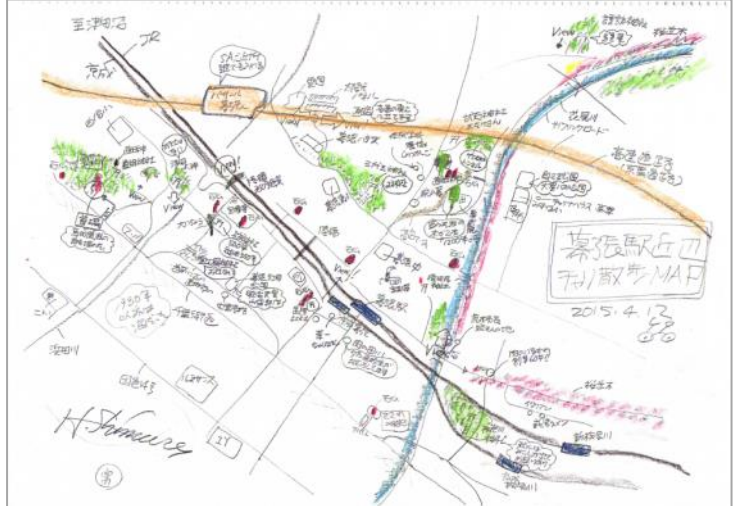
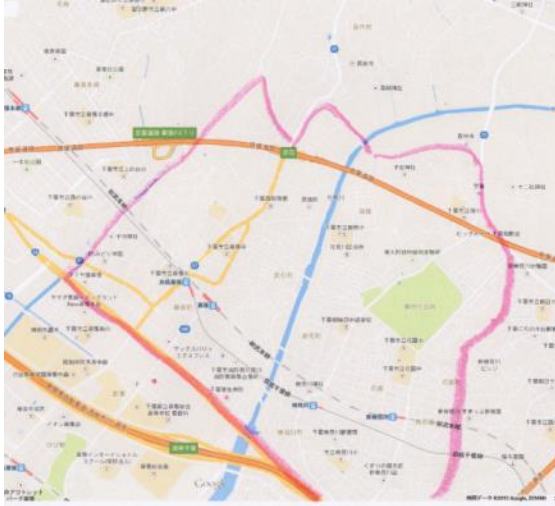
大網街道沿いにはロードサイド店が並ぶが、一步横道に入ると多くの自然が残る。「都川」沿いにはウォーキングロードが整備されているほか、「古墳群」や「貝塚」、「石仏」などが生活の中に溶け込んでいる。川戸中学校エリアに時間がかかり、松ヶ丘中エリアの大森台駅近辺の探索までは手が回らなかった。





【実施日】 2015年4月12日（日）  
 【参加研究員】 志村、富木  
 【実施学区】 幕張中学校、花園中学校 ※幕張駅、新検見川駅近辺

国道14号線よりも山側のエリア。千葉街道を境に、幕張メッセ側は1980年代以前は海。エリアの歴史は古く、「子守神社」ができたのは約500年前、宝幢寺、真蔵院は806年。エリア内には多くの石仏も点在する。すべてを回ろうとすると、相当の時間がかかる。花園中学校エリアは残念ながら一部をかじっただけとなった。



## 【結果・考察】

- 「ポタリングワークショップ」の実施エリアに関しては、中学校エリア2学区では範囲が広く一日では回りきれない。実施の際には1学区を1単位としての展開が望ましい。
- エリア住民と何度かコミュニケーションを取る機会があったが、一様に地域についての知識は乏しい。逆に、「手書き地図」などをベースにしたライフスタイル提案により地域への関心を高められる可能性は高い。
- 「地域の宝は発見できるか？」であるが問題はないと思われた。特に、地元以外の人々の目を通すことが多くの宝物の発見につながる事が判った。
- 果たして「手書き地図」は書けるのか？これもさほど問題はなかったが、事前にベースとなる下書き用の地図は必要かもしれない。

## 「手書き地図」の二次利用・三次利用展開アイデア

「ワークショップ」によって作成された「手書き地図」は、広報・PR用のコンテンツとして公開されるだけでなく、「施策2-広げる施策」における「ポタリング」のイベント、「施策3-深める施策」の企画策定時にも活用されるものとなっている。

さらに、「自転車による街づくり」の活動のみに利用されるだけでなく、学校現場での教育ツールや区役所窓口などにおけるコミュニケーションツールとしての活用も視野に入れている。

活動によって作成された「手書き地図」は、最終的にはプロのイラストレーターに依頼してリライトされて公開・利用されることを想定している。



### イベントでの活用 プランニングの基礎情報

各地で展開を予定している「エリアポタリング」や「スカベンジャーハント」などのイベントを開催する際のツールとして活用。

### 学校教育現場 地域を知る授業での活用

小学校2年生の授業で実施される「地域を知る学習」などの教育現場での活用。地域を知る授業にも関わらず、教員は他のエリア在住であるなどのミスマッチも見られることから、教員用の授業前の予習データとしての活用。総合的な学習の時間での活用も考えられる。

### 区役所窓口 転入者コミュニケーション

千葉市に転入する年間4万人の生活者とのコミュニケーションツールとしての活用。転入届の際に訪れる窓口にて、千葉市の自転車の取り組みについて説明すると同時に、新住所近辺の「手書き地図」を渡すことで地域への関心を高める。

### 出版 「千葉市ポタリング地図」

最終的には千葉市全エリアの「手書き地図」が完成することから、将来的には「千葉市ポタリングマップ」などの名称での書籍化も考えられる。



## 9. 施策2－広げる施策

「地域を自転車で探検しよう！ ●●ポタリング」

※●●はエリア名



## 【施策2】広げる施策

## ポタリング体験イベント

## 「地域を自転車で探検しよう！●●ポタリング」

※●●はエリア名

## 【はじめに】

## ■ 地域の魅力満載の手書き地図を活用したポタリング

施策1で発掘した地域の魅力（宝）を掲載した手書き地図を作成した。こうした宝は、近隣に住んでいる人でも、案外知らない人が多い。灯台下暗し、である。その宝を知ると、これまで当たり前のように住んでいた自分の街が、とても魅力あふれる街だということに気付く。その宝は、地域の様々なところに隠され、車で移動していると見過ごし、徒歩で見ると自宅から少し離れた宝にはたどりつきにくい。「自転車で楽しむライフスタイル提案グループ」では、地域の宝を見つける最適な手段は、自転車だと考える。自転車ならば、車のように宝を見過ごすことなく、徒歩よりも少し離れた宝を見て回ることができる。自転車は、地域の宝を見つけるのに最適な移動手段なのである。

とはいえ、いきなり地域にはたくさん宝があるから自転車でまわってみな、と言われても、実体験・実感覚がないと、「へー、そうですか」で終わるだろう。そこで、地域の宝が掲載された手書き地図をもとに、自転車で地域をまわって宝を見つけてもらい、まずは実体験・実感覚として、地域の宝を感じて頂くワークショップを市内各所で行うことを提案する。こうして、一度、地域の宝の見つけ方がわかり、その宝に心動かされた人は、自ら地域を自転車で巡り、自分だけの宝を探し、さらにその地域の素晴らしさを感じていけると、当グループでは考える。街を自転車で巡っていくと、その行く先々では、新たな住民同士の出会いがあるかもしれない。そうした住民同士の新たな交流も期待している。このような体験をした人が市内で増えることで、自転車を単なる便利な移動手段ではなく、自転車を楽しみとして使う人が増えるのではないだろうか。

## 【施策の目的】

本施策の目的は、「自転車のお散歩（ポタリング）」を体験する場を提供し、自転車を趣味のツールとして利用する楽しさを知ってもらう施策である。ポタリングによって街の魅力の再発見をし、さらには参加した住民同士や参加者と街の人との交流などにも結びつくなどの効果を狙う。

## 1. ポタリングの楽しさを伝える

現状、自転車は、買い物や手軽な移動手段といった便利なツールとして使われる場合が多い（「自転車の利用実態に関するアンケート調査」平成25年5月実施）。本施策により、ポタリングの楽しさを知ってもらい、自転車を便利なツールだけでなく、趣味のツールとして利用することを提案する。

## 2. 街の魅力の再発見

自分の住んでいる街であっても、車で移動したり、自転車で移動したとしても周囲に関心が無いと、意外とその魅力を見落としがちである。周囲に関心を持ちながら自転車に乗ることで、今まで気づかなかった街の魅力を見直し、その街に暮らすことが楽しくなり、ますます自転車で街を巡ってみたいくなるかもしれない。

## 3. 住民同士の交流

ポタリングイベント参加者同士の交流により、新たな住民同士の交流が生まれる。特に、SNSをイベントで活用することで、イベントが終わったあとも交流が続いていく。一つ隣の街のポタリングイベントに参加することで、隣町の住民と知り合い、近隣街区の住民間の交流が生まれる。

## 【施策概要】

施策1と同様、本施策のターゲットは全千葉市民であり、全エリアで展開することで市民が自転車を、移動手段として便利なツールだけでなく、街を楽しむ趣味のツールとして認識することにつなげていく。

### 実施エリア

- 施策1と同様に、中学校の学区程度の範囲を1エリアに設定して実施。施策1で作成した手書き地図を利用するため、施策1実施済の学区から展開する。

### 実施内容

#### 【参加者の募集】

- 施策1と同様、学区内の小学校・中学校ルートで各家庭に案内状を配布し参加者を募集。並行して、SNSやWeb、市政だより等、様々な手段で募集。
- 参加者は、対象地域内または近隣住民及び在勤者、対象地域に興味のある人。

#### 【イベント事前準備】

- 施策1で作成した手書き地図の電子マップ化。
- ※ 必須ではないが、その地域の歴史について簡単に調べ、当日共有すると、ポタリングで見つけたものの歴史的背景がわかり、ポタリングをより楽しむことができる。
- ※ 必須ではないが、イベントのFacebookページを作成することで 事前・当日・事後に参加者同士の交流ができ、イベントをより盛り上げることができる。

#### 【イベント実施】

- 2～3人のグループで、3～4時間かけ自転車に乗りながら地域散策を行う。
- 活動中は、各人の主観で、気に入った場所、風景、店などを撮影。Facebook ページがある時は、画像をその場でアップすることで、他の参加者が見つけたもの、訪れた場所などの情報を共有することができる。
- 「ポタリング」活動終了後、グループごとに撮ってきた写真を全員に共有しながら、感想を述べてもらう。
- ※ 古くから対象地域にお住いの住民の方に参加して頂けると、見つけたものの歴史的背景なども理解でき盛り上がる。
- 手書き地図や電子マップにも載っていないおもしろいものを見つけた場合は、電子マップにデータを追加する。

## 【施策運営の課題と解決策】

施策運営に関しては、施策1と同様、研究員に代わる「ワークショップリーダー」の育成が必要である。また、ポタリングで使用できる地図としては、電子マップ、紙マップ（電子マップを紙に印刷したもの）、手書き地図があるが、ポタリングで使うにはどれも一長一短ある。どのような地図を使うと効果的なのか、また、手書き地図を電子化してそれを維持管理するのは誰が良いのか、検討していく必要がある。

### 課題1

#### ワークショップリーダーの育成

- 施策1と同様、中学校の学区は55あり、「ワークショップ」はすべてのエリアで展開することを想定しているため、延べで50人近くのリーダー的存在（ワークショップリーダー、指導者）が必要となる。
- 1人の担当を約5～6エリアと仮定すると10程度のワークショップリーダーが必要。
- 基本的には、活動に関心を持って頂けるボランティアをお願いしようと考えている。

### 課題2

#### ポタリングに適したマップの作成と維持管理（詳細はサポート施策1を参照）

- 施策1で作成する「手書き地図」、それを電子化した「電子マップ」、電子マップを紙に印刷した「紙マップ」といった地図をどのようにポタリングで使うと効果的かさらに検討を進めていく必要がある。
- 手書き地図から電子マップを誰が作成・維持管理するのか検討を行う必要がある。

## 「幕張ポタリング」トライアル

施策1で手書き地図を作成した幕張地域を対象にポタリングのトライアルを実施。手書き地図で描かれたスポットをGoogleマップ上に電子化した電子マップ、及びその電子マップを印刷した紙マップを参加者に配布し、3時間半、2～3名のグループでポタリングを行い、最後は各グループで見つけたスポットを、写した写真と共に共有した。そして、本施策の目的である、①ポタリングの楽しさを伝える、②街の魅力の再発見、③住民同士の交流が実現できているかどうかの検証を行った。

- 【実施日】 2015年8月9日（日） 13:00～17:00
- 【参加研究員】 志村、石黒、富木
- 【実験ご協力】 市役所：久能さん、松田さん／千葉市観光PR大使：小亀さん／幕張ベイトウン自転車サークル うなちゃり：田中さん、初井さん、松本さん
- 【ご協力】 幕張町住民：中里さん姉妹
- 【実施エリア】 JR/京成 幕張駅周辺





## 【実施までの手順】

- 準備期間-1  
施策1により、幕張地域の手書き地図を作成。
- 準備期間-2  
イベント参加者が情報共有するFacebookイベントページを作成。  
手書き地図に描かれているスポットをGoogleマップ上に電子化。  
電子化したマップをもとに印刷して配布する紙の地図も作成。  
ポタリング対象地域についての簡単な歴史的背景を説明した資料を作成。  
「幕張ポタリング」終了後のアンケート作成
- 実施当日のスケジュール
  - 1.集合～事前ミーティング（10:00～10:30）於：幕張公民館  
自己紹介、ポタリング実施エリアの簡単な歴史的背景について解説、  
提供するマップの配布とその説明
  - 2.幕張ポタリングの実施（約3.5時間）※昼食は各自自由  
行き先はチームにより自由、14時までに帰還。  
ポタリング実施中、Facebookでお互い見つけたものを共有。
  - 3.結果報告（14:00～15:30）於：幕張公民館  
各チームの報告。  
幕張町住民の方による解説。  
アンケート記入～解散。

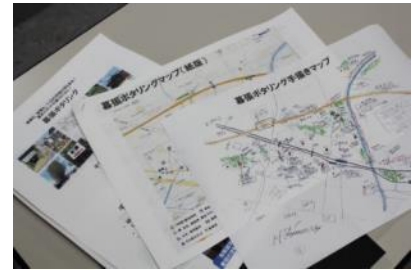


## 【結果・考察】

- ポタリングの楽しさは伝わったか？  
後述するアンケート結果から、参加者全員、今後もポタリングを行うと回答。  
ポタリングの楽しさは伝わったものとする。
- 街の魅力の再発見  
今回の参加者のほとんどは、対象地域の隣町の、美浜区の新興住宅地に住む住民が多かった。すぐ隣町に、歴史的なスポットが多くあることを知り、その魅力を感じて頂いた。
- 住民同士の交流  
イベントで近隣住民同士が知り合い、イベント開催後もFacebook上で交流が続いている。
- マップに関して  
後述するアンケート結果や、意見交換より、今回使用した手書き地図、紙マップ、電子マップは、それぞれ一長一短があり、参加者は、用途によって使い分けているようであった。詳細は、後述するサポート施策1で説明する。

## 【「幕張ポタリング」トライアル】

### 1. 集合～事前ミーティング (10:00～10:30)



### 2. ポタリングの実施 (10:30～14:00) ※Facebookを活用したコミュニケーション



### 3. 結果報告 (14:00～15:30)



## 「幕張ポタリング」アンケート結果

### 1.実施時間

A. 短い	12%
B. ちょうど良い	75%
C. 長い	13%

- B.季節が秋なら。自転車が事故車だったのでペダルが重かった。
- B.暑かったこともあり、少し疲れました。
- C.行動範囲内にとどまれば、設定時間は十分すぎて長かった。

### 2.エリアの広さ

A. 狭すぎる	29%
B. ちょうど良い	71%
C. 広すぎる	0%

- A.この時間設定であればやや広げていいと思います。
- B.道的にはちょっとせますぎた。以外と坂が多く行き止まりも多かったので大変だった。

### 3.ポタリングに適切な人数

A. 1人	0%
B. 2人	55%
C. 3人	45%
D. 4人以上	0%

- B.駐輪スペースの配慮が必要。
- B.C.道路にもよるが、多くなると危ない気がする。
- C.他人どうしなら。

### 4.使用したマップについて

A. 電子マップ中心	25%
B. 紙マップ中心	50%
C. 電子・紙の両方	25%

- A.地図をみながら、と言うのはむずかしい。道路や街に予め設定されたコースが明示されたほうがいい。
- B.手書き地図は見やすいが詳細位置がわからず、電子マップは全体を見ることができず、また毎回出すのが面倒。

### 5.紙マップについて

A. 使いづらかった	25%
B. 使いやすかった	50%
C. 使わなかった	25%

- A.見る時にポケットから取り出して、広げて見て、またしまうので。
- A.コンビニなど、もう少しランドマークとなるものを記載すべきか。
- B.出発するまでは手書きMAPを見ていたが、実際、路上では電子MAPの紙版を使用した。
- C.歩きならいいが、自転車では紙も電子も使いづらい。

### 6.電子マップについて

A. 使いづらかった	45%
B. 使いやすかった	44%
C. 使わなかった	11%

- A.画面に日が当たると見づらい。
- A.圏外のエリアが多かった。
- A.スマホだと画面が小さい。毎回ポケットから出すのは面倒。行く場所がわからなくなったとき自分の位置がわかって便利。
- A.B.歩きならいいが、自転車では紙も電子も使いづらい。歩き－地図、車－ナビ、自転車－？
- B.道がわからなくなった時に利用した。
- B.道に迷った時に使った。

### 7.今後のポタリングについて

A. 一人でする	17%
B. 友達とする	50%
C. 家族とする	33%
D. したいと思わない	0%



## 「幕張ポタリング」アンケート結果

### 8. どんなスポットに興味がありますか？

- ・心霊スポット
- ・古い町並み
- ・地形
- ・自然が多いところ
- ・歴史・景観の良い所
- ・歴史的なところ、美味しい店、おしゃれなカフェ
- ・飲食店、地域の中でつながりのあるスポット
- ・大久保城跡の景色が素晴らしかった。

### 9. 千葉市内でポタリングしたいところはありますか？

- ・工場見学
- ・地形の特色が出ているところ
- ・どこでも。田舎道がいい。
- ・若葉区、緑区、蘇我
- ・検見川、稲毛、西千葉、千葉

### 10. マップにどんな情報が載っているとうれしいですか

- ・地形（色別、標高など）
- ・トイレ
- ・カフェ
- ・自転車で見やすい看板の場所
- ・幕張グルメスポット
- ・歴史的なスポット
- ・住民だけが知っているちょっとした魅力スポット
- ・コンビニ
- ・おすすめ飲食店
- ・史跡、景観の良いところ、飲食店

### 【フリーコメント】

- ・FBでの情報共有が楽しかった。
- ・事前に歴史の背景の説明があってわかりやすかった。
- ・公式にポタリングを行う場合、民地に勝手に入ることは抵抗があります。
- ・説明板がない所も多いので、ARの技術などを使って、うまくできるとよいと思います。
- ・かなり楽しかったです。ありがとうございました。



## 10. 施策3－深める施策

### 「●●スカベンジャーハント」

※●●はエリア名

## 【施策3】深める施策

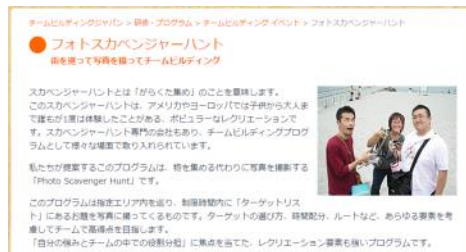
### 自転車を使った地域活性化イベント 「●●スカベンジャーハント」

※●●はエリア名

#### 【はじめに】

##### ■「スカベンジャーハント」とは

- (1) ごみ拾い、を意味する英語。「無用の調べ物」などの意味の場合もある。
- (2) アメリカの大学などで行われるイベントで、ヒントを探し当てて次のヒントの手がかりとなる指示を得る、といったアクションを重ねていき、最終的に目的に辿り着く遊び。  
スカベンジャーハント専門の会社もあり、チームビルディングプログラムとして様々な場面で取り入れられている。



海外では手軽なレクリエーションとして人気だが、日本ではまだまだ珍しいレクリエーション。ただ最近では、次頁の事例のように、三浦市や福岡市の姪浜エリア、京都などで「スカベンジャー・ハント」のイベントが開催され始めている。

【出典・画像出典】Weblio辞書 日本語表現辞典／チームビルディングジャパンHP

#### 【施策の目的】

本施策の目的は、自転車で生活を楽しむライフスタイルを提案の中で、地域における自転車の楽しみ方の幅広さや可能性の深さに気づいてもらう点にある。ゲームや競争要素を取り入れたり、地元の商店街との連携など、「ポタリング」にとどまらない自転車の楽しさ・深さを追求することができる。

単発的なイベント開催をイメージしており、「スカベンジャーハント」実施の様子はポータルサイトや広報誌を通じ市民に向けて発信される。

##### 1. 自転車の楽しみ方の可能性を深める

地域を舞台に、「ゲーム」要素を取り入れた自転車を使ったレクリエーション。

「ポタリング」が個人をベースとしたレクリエーションの色合いが強いのに対し、数人で楽しめるレクリエーションとして自転車を活用できることを訴求する。

将来的には、市民が自主的に楽しめるレクリエーションの一つとして実施されることを期待する。

##### 2. 商店街との連携で地域活性化

地元の商店街に対し「スカベンジャーハント」への協賛を依頼。賞品の提供など。「スカベンジャーハント」の舞台である地域にある商店街を巻き込むことで、地域活性化の効果も期待できる。

次頁で紹介する「姪浜★スカベンジャーハント」では、イベントの参加費の中に地元の飲食店で利用できる「飲食チケット」が含まれている。

##### 3. 地域の魅力再発見

「お題」として提出されるテーマは、前述の「手書き地図」の情報にとどまらず、そのエリアに生息する花などの自然、オブジェなどなど、地域を実感できるものを多く盛り込んでいる。

エリア居住者にとっては、今までは見落としていた地域の魅力に気づいてもらうキッカケに、エリア外の居住者は未知のエリアの魅力を知るキッカケとなる。

## スカベンジャーハント実施事例

### 1. ミサキ☆スカベンジャーハント

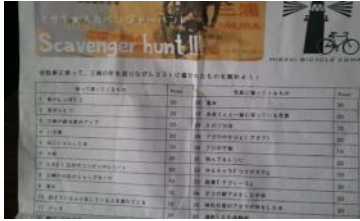
【場所】神奈川県三浦市三崎 【日時】2013年9月22日（月・祝）13時～16時

【参加費】1000円 保険代込み 【定員】40名

【主催】岬自転車商會 ※「三崎開港祭」のイベントの中の一つ

【概要】

「魚のしっぽ 3個：20点」「3人の漁師が笑顔で写っている写真：15点」など、ユニークなものや地元の人しか知らないマニアックなお題にそって「持ってくるもの」と「撮影してくるもの」を戦利品として持ち帰り、集まった物のポイントを競い合う。優勝者には地元、三崎で城ヶ島ラーメンを作っている丸清製麺からラーメンが贈呈された。



【出典・画像出典】greens <http://greenz.jp/2013/10/13/misaki/>

### 2. 姪浜★スカベンジャーハント

【場所】福岡市西区姪浜駅近辺 【日時】2014年6月8日（日）9時45分～15時30分

【参加費】大人1000円 / 子ども500円（保険代・協賛サポーター店で利用できる飲食チケット500円分含む）

【定員】10組（2～3人1組で申し込み）

【主催】西日本新聞社 地域づくり事業部 ニュースカフェ事務局

【概要】

自転車でまちを縦横無尽に駆け巡り、リストに書かれたものを集めながら、地域の魅力を発見するシティ散策サイクリング。「姪浜駅で〇〇の写真を撮ってくる（10点）」「愛宕神社の石段は何段？（20点）」など地域にちなんだお題や地の人に尋ねてみないとわからないお題も含まれている。2～3人1組で最も高いポイントを集めたチームが優勝。優勝チームには景品を用意した。



【出典・画像出典】姪浜★スカベンジャーハントFacebookページ

スカベンジャーハント静岡  
2013年5月12日 14:30-17:00

第一回あっちこちスカベンジャーハント（京都）  
2014年6月28日 13:00-18:00



【画像出典】スカベンジャーハント静岡Facebookページ / 第一回あっちこちスカベンジャーハントFacebookページ

#### 【事例の特徴】

##### (1) 多様な主体の交流促進

参加者が神社で遊んでいる子供に声をかけて一緒に探したり、地元の人に聞いてみたりして交流を促進。地元の人にはラーメン店が試食を出したり、魚屋さんで写真を撮るお題を出したり、昼食スポットを提供したりなど、普段関わらない人とコミュニケーションをとっている。

##### (2) 地元の魅力に触れる機会の創出

地元の人に話しかけないと解けないお題を提出することで地元住民の人柄を感じられるように工夫。お題に関しても、階段の数を数えるなど、実際に体験させる工夫を凝らしている。

## 【施策概要】

「スカベンジャーハント」は、自転車を使ったリクリエーションの幅の広さを実感してもらうと同時に、商店街との連携を通じ地域活性化に結びつける取り組みである。施策のプランニングに関しては、すでに実施されている「ミサキ☆スカベンジャーハント」の事例を参考に、海浜幕張エリアでのトライアル実験を行い最終形を作り上げた。

### 実施期間

- 千葉市の主催により年に2～3回実施（春・秋の季節の良い時期が望ましい）  
※体験者による自主開催は含まれない。

### 実施エリア

- 「自転車による街づくり」のイベントの一つとして開催。春または秋の季節に実施。
- 地域活性化を目指し商店街との連携などを考えた場合、各商店街との単発形式での交渉・イベント実施になるものと考えられる。  
※現在千葉市内には49ヶ所の商店街が存在している。

No	商店街名	住所	No	商店街名	住所
1	穴川商栄会	稲毛区穴川	26	高浜ショッピングセンター商店会	美浜区高浜
2	市場町商栄会	中央区市場町	27	千葉銀座商店街振興組合	中央区中央
3	稲荷町商工親交会	中央区稲荷町	28	中央銀座商店会振興組合	中央区中央
4	今井町商店会	中央区今井	29	千葉中央一番街商店会	中央区中央
5	稲毛商店街振興組合	稲毛区稲毛	30	千葉ショッピングセンター商店会振興組合	中央区富士見
6	稲毛東商店会	稲毛区稲毛東	31	千葉寺商店会	中央区千葉寺
7	稲浜ショッポ商店会	美浜区高浜	32	千草台団地商店会	稲毛区千草台
8	大森商栄会	中央区松ヶ丘町	33	千城台西商店街振興会	若葉区千城台西
9	大宮台商店会	若葉区大宮台	34	千城台東町商店会	若葉区千城台東
10	小倉台商店会	若葉区小倉町	35	千種商店会	花見川区千種町
11	鎌取商交会	緑区鎌取町	36	長洲商工振興会	中央区長洲
12	京成団地商店会	稲毛区宮野木町	37	西銀座商店街振興組合	中央区富士見
13	京成宮野木商栄会	稲毛区宮野木町	38	西千葉マロニエ商店会	中央区春日
14	検見川商工振興会	花見川区検見川町	39	にしが商店会	若葉区西都賀
15	小仲台商栄会	稲毛区小仲台	40	富士見商店街振興組合	中央区富士見
16	こてはし台中央商店会	花見川区こてはし台	41	誉田商店会	緑区誉田町
17	栄町通り商店街振興組合	中央区栄町	42	松波商工振興会	中央区松波
18	三和ショッピングセンター共栄会	稲毛区天台	43	松ヶ丘商栄会	中央区仁戸名町
19	さつきが丘名店街	花見川区さつきが丘	44	幕張銀座通り商栄会	花見川区幕張町
20	さつきが丘小売市場協同組合	花見川区さつきが丘	45	幕張ベイタウン商店街振興組合	美浜区打瀬
21	幸町一丁目商店会	美浜区幸町	46	真砂第三ショッピングセンター商店会	美浜区真砂
22	白旗商店会	中央区白旗	47	みゆき通り商栄会	中央区富士見
23	蘇我駅東口商店会	中央区南町	48	若葉文化商業組合	中央区中央
24	高根グリーンタウン商店会	若葉区中田町	49	ゆりの木商店会	中央区松波
25	高洲第一ショッピングセンター商店会	美浜区高洲			

### 実施内容

#### 【参加者の募集】

- ・千葉市広報紙、ポータルサイトなどを活用して募集。
- ・参加費徴収 ※上限で1000円？

#### 【開催準備】

- ・実施エリア内で、お題となるテーマの検討。
- ・参加者に向けた「スカベンジャーハント」のパンフレット作成。
- ・商店街との打ち合わせ、提供賞品などの決定。

#### 【開催当日】

- オリエンテーション・・・  
ルール説明、熱中症対策（夏場）、交通ルールなどへの言及、その他注意点
- スカベンジャーハント実施・・・実施時間は3～4時間程度。
- 集計・表彰～解散・・・ポイント計算、表彰式



## 「スカベンジャーハント」トライアル

「スカベンジャーハント」の楽しみ方としてはアイデア次第で様々な展開パターンが考えられるが、今回は自転車で町を巡りながら、お題として出されたリストを参考に、海浜幕張近辺の街ならではの面白いもの、特徴的なものなどを集めていくゲームとしてアレンジした。なお、今回はトライアルにも関わらず、富木研究員のルートで「幕張ベイタウン商店街振興組合」の協賛を得ることができ賞品を提供頂いた。

【実施日】 2015年8月9日（日） 13：00～17：00

【参加研究員】 志村、富木、石黒

【実験ご協力】 研究員：湊さん、清水さん、土井さん親子／市役所：松田さん、高野さん

【協賛】 幕張ベイタウン商店街振興組合

※商品を提供頂いた：ベイタウンワイン白・赤、ベイタウンおこげ、ベイタウンラーメン

【実施エリア】 海浜幕張駅周辺・・・浜田川、花見川、東関東自動車道内エリア



### 【実施までの手順】

- 準備期間- 1  
研究員による対象エリア内の探索を2日間かけて実施。  
最終的に「集めるテーマ」を10、「撮影するテーマ」を25ピックアップした。
- 準備期間- 2  
「スカベンジャーハント」用のパンフレット作成  
「スカベンジャーハント」終了後のアンケート作成
- 実施当日のスケジュール
  1. 集合～事前ミーティング（13:30～13:50） 於：ベイタウンコア  
自己紹介、自転車の交通ルール、熱中症対策、ツール配布、ルール解説
  2. スカベンジャーハントの実施（約2時間）  
行き先はチームにより自由、16時までに帰還
  3. 結果報告・表彰式（16:00～17:00） 於：ベイタウンコア  
各チームの成果物を全員で確認しながらポイント換算。  
獲得ポイントで順番を決めて表彰式。  
アンケート記入～解散。

【画像出典】千葉市まちづくり未来研究所 自転車で楽しむライフスタイル提案G



## 【スカベンジャーハントで制作したパンフレット】





**「スカベンジャーハント」って？**

- ごみ拾い、を意味する英語です。「無用の調べ物」などの意味の場合もあります。
- アメリカの大学などで行われるイベントで、ヒントを探して次のヒントの手がかりとなる指示を得る、といったアクションを重ねていき、最終的に目的に辿り着く遊びです。

海外では手軽なレクリエーションとして人気ですが、日本ではまだまだ珍しいかもしれません。ただ最近では、三浦市や京都などで「スカベンジャー・ハント」のイベントが開催され始めています。

「スカベンジャー・ハント」の楽しみ方としてはアイデア次第で様々な展開パターンが考えられます。  
今回は自転車で町を巡りながら、お題として出されたリストを参考に、海浜幕張近辺の街ならではの面白さ、特徴的なものなどを集めていくゲームとしてアレンジしてみました。  
次頁のリストを参考に、無理のない範囲で海浜幕張近辺の街の面白さを見つけて下さい。

2015年8月9日  
千葉市まちづくり未来研究所 お散歩・MAPチーム  
特別協賛：幕張ベイタウン商店街振興組合

### 「スカベンジャーハント」の実施エリア

● 浜田川、花見川、幕張の浜、東関東自動車道に囲まれたエリア内が今回の「スカベンジャーハント」の実施エリアです。



### 2. 撮影してくる

テーマ	ヒント(場所や由来など)	ポイント
1 カモメのオブジェ	美浜大橋、メッセモール、平成橋、QVC	10
2 錠の模様のオブジェ	メッセ大橋	10
3 小高い丘／下からの風景と頂上からの風景	花見川緑地／QVCマリンフィールド近く	30
4 テーブルみたいな噴水	メッセモール	10
5 全裸で横たわる男二人	メッセモール	10
6 友好広場の碑	メッセモール／米ウィスコンシン州の姉妹県州として提携、ウィスコンシン州は、キックマンが醤油の製造工場を建て現地製造を始めた地。	20
7 MAXコーヒーを売っている自動販売機	利根コカ・コーラボリングのプライベートブランド。かつては千葉県・茨城県・栃木県を中心とした地域で限定販売されていた商品。	30
8 WBGの写真を4枚。	WBGはワールド・ビジネス・ガーデン。撮影ポイントはどこからでもOKです。	20
9 自転車専用レーン	幕張総合高校近く／磯辺橋	20
10 左折限定の交通看板	海岸沿い／矢印が3枚	20
11 幕張ベンチャーズ	幕張にパイプライン？／花見川緑地	10
12 お菓子のうち	大芝生広場	30
13 花時計	大芝生広場／全景を自転車と一緒に	10
14 であいかい種子	大芝生広場	10
15 バンタイン監督の思い出	バンタイン通りの看板、京葉銀行横の展示物、ベイタウンコアの展示物など	10
16 3D飛び出すオブジェ	QVC本社近辺	20
17 幕張の浜の8本松	幕張の浜	30
18 植物の動物オブジェ	タヌキ、くじら、燕など	20
19 池の鯉	美浜園／中には入らないで下さい	20
20 海浜幕張駅前のでっかい野球ボール	海浜幕張駅	10
21 ロッテの選手の手形(好きな人誰でも)	6親達成記念モニュメント／QVCマリンフィールド	20
22 自分の星座(ペアで)	パティオ1〜6番街の12星座モニュメント	30
23 ベイタウンにある標準型信号機	ベイタウンの中の信号機の中で、形が違っている信号機が一つだけあります／打瀬小近く	20
24 犬川ムサシと犬塚ケイ	海浜幕張駅	30
25 幕張新都心に入り込んでいる路線バス	平和交通、あすか交通、京成バス、千葉海浜交通、ちばシティバス、千葉シーサイドバス	10

### 1. 集めてくる

テーマ	ヒント(場所や由来など)	ポイント
1 貝殻(巻貝5個)	幕張の浜	20
2 貝殻(二枚貝の片割れ5個)	幕張の浜	10
3 松ぼっくり5個	幕張の浜／花見川緑地	20
4 映画のチラシ3枚	シネプレックス	10
5 アイスクリームや飲料のレシート	自費でお願します。自転車で移動中、CVSなどに立ち寄って休憩してください。	20
6 ガーデンウォークの施設案内図	ガーデンウォーク幕張	10
7 WBGショップガイド	ワールド・ビジネス・ガーデン／エントランス	20
8 せみの抜け殻	エリア内の公園など	30
9 郵便貯券はがき3枚	イオン幕張店	10
10 猫じゃらし3本	エリア内の公園など	10

## 【「スカベンジャーハント」トライアル実験の様子】

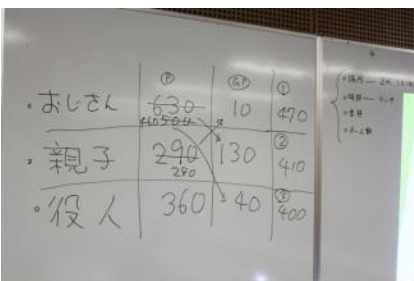
### 1. 集合～事前ミーティング（13:30～13:50）



### 2. スカベンジャーハントの実施（14:00～約2時間）



### 3. 結果報告・表彰式（16:00～17:00）



## 【結果・考察】

- 「スカベンジャーハント」のトライアルとしては、いくつか課題は残るもののおおむね高評価の中で終了した。
- 「スカベンジャーハント」の面白さを左右するのは、集めてくるガラクタの豊富さやユニークさであり、テーマの決定をないがしろにしてしまうとイベント自体が盛り上がりなくなってしまう。しかし、今回の運営で最も苦労したのはテーマ決定であり、仮に他のエリアで実施する場合には、エリアに詳しい住民の協力を得る必要があることを実感した。
- 商店街との連携が必要不可欠。参加費を徴収する場合は、福岡市の姪浜のように、地元のカフェや食堂とのコラボレーションで昼食代が一部含まれるなどの工夫が欲しい。また賞品の提供などの部分を考えた場合も商店街の協賛を獲得したいところである。
- 季節的には、夏場は苦しいかもしれない。特に、ファミリーで参加する場合などは子どもの熱中症などの懸念も深まる。季節的には春や秋が望ましい。

## 「スカベンジャーハント」トライアルアンケート結果

### 1.実施時間

A.短い	16%
B.ちょうど良い	67%
C.長い	17%

- A.もう少し時間がほしかった。
- A.もう30分か1時間くらい、それ以上はつらいと思います。
- B.2時間はちょうどよい頃合いだと思います。心地よい疲労感あり。
- B.長いかと思いましたが、あっというまでした。
- C.体力が…。

### 2.エリアの広さ

A.すぎる	0%
B.ちょうど良い	83%
C.広すぎる	17%

- B.これ以上ひろいとミッションが多いのでこまります。
- B.海・川・高速と境界線がはっきりしていて迷う余地がなく明確。
- B.絶妙です。これでもまわりきれないところがありました。
- B.まくはりは海も緑も街もコンパクトでおもしろい。緑区には海がない。
- C.少し広がったです。

### 3.収集するガラクタの数

A.少ない	0%
B.ちょうど良い	83%
C.多すぎる	17%

- B.多いと少しこまる。
- B.ギリギリ全部は集まらなかった。
- B.2枚貝と巻貝ではレア度が大きく異なるので配点は変えてほしい。
- B.全体を把握するのが大変でした。
- C.せみのぬけがらが…。

### 4.実施時期

A.暑くてつらい	50%
B.暑くても気にならない	50%

- A.少し暑かったです。
- A.年が…。
- B.暑かったけど今日は涼しかったので気になりませんでした。
- B.今日ぐらいなら大丈夫。
- B.許容範囲ギリギリ。先週だったらアウト。

### 5.適切なチーム人数

A.1人	0%
B.2人	62%
C.3人	38%
D.4人以上	0%

- B.2人のほうが楽しい。
- B.3人だと街中を一緒に動くのは、危ないし、ジャマ。
- B.2～3人がいいと思います。
- BC.丁度よかった。家族単位なら3～4人もありだと思ふ。「街コン」なら4人（2：2）も良いと思ふ。
- C.3人だともめそうでおもしろい。



## 「スカベンジャーハント」トライアルアンケート結果

### 6. 走行中の危険について

A. 感じなかった	100%
B. 1～2回感じた	0%
C. 3回以上感じた	0%

- A. 特に感じませんでした。
- A. 気をつけていたからです。
- A. マリンスタジアムのごみは気を使った。
- A. イベント野球の試合で人が多く、気は使った。

※トライアル実施の当日は、マリンスタジアムでファンイベントを実施していた。

### 7. 新しい発見や面白い体験

A. あった	100%
B. なかった	0%

- A. ほとんど行ったことがないので新鮮でした。
- A. いろいろな人のおもしろいところがわかりました。
- A. 地域の新たな場合がわかった。
- A. 色々と細かい、知らないものを見つけられた。
- A. マリンには何度も行ったが知らないところがあった。
- A. 海が…。他チームがおもしろい。

### 8. 今後の参加について

A. 参加したくない	0%
B. 参加したい	100%

- B. おもしろく、たのしいから。
- B. 知らない人とペアを組んだりすると面白いでしょう。
- B. 春か秋にやりたいですね。
- B. しかし、体力が…。

### 9. どんな賞品がもらえたらうれしいですか？

- 自転車関連（タオル、グローブ等）
- ストラップ、アイス、お茶
- ちよっとしたものでいいと思います。
- その地域のものがうれしいです。
- スイカ（カードのポイント）
- 特にアイデアがないです。開催地にちなんだものなら良いと思います。

### 10. 有料の場合、いくらまでなら参加しますか？

- 120円～155円
- ワンコイン500円
- 500円までか？
- 500円くらい…？
- 1000円
- 1,000～2,000円、2000円の場合、賞品が要る。

### 【フリーコメント】

<10代女性>

- 失格などをきびしくきめて！
- スポットのミッションは「サクラの木」、「落車再現写真（花時計公園のコンクリート内）

<30代男性（公務員）>

- ①時期（春や秋がいいかも）
- ②自転車ルールの徹底（開始前に時間をとって説明が必要だと思います。）

- 走行方向

- 駐輪

参加の人数が多くなると事故になったり苦情になると思います。

- ③地域のお店をめぐるのも1つのポイントにするといいと思います。

<30代男性（公務員）>

- 自転車で走っていると気分がよくてなかなかポイントを発見が難しかった。
- 美浜区のことあまりまだわからないのでとても勉強になった。

<40代男性>

- かえてきてからのレビューが楽しかったです。



## 11. サポート施策1

### 地域に飛び出して行きたくなるMAPコンテンツ



## 【サポート施策1】

# ～ポタリング時の面・線・点のニーズに対応～ 地域に飛び出して行きたくなるMAPコンテンツ

- 千葉市の自転車関連のマップとしては、自転車の走りやすさを示した「千葉市自転車走りやすさマップ」と、千葉市ベイエリアのポタリングを目的とした「ちばベイエリアポタリングマップ」がある。また、2013年に千葉市観光協会が発行した観光ガイド「千葉とっておき2013」には、千葉市内のおすすめサイクリングコースが2つ掲載された。
- 「千葉市自転車走りやすさマップ」は、道路環境を示すことが目的のマップである。また、「ちばベイエリアポタリングマップ」や「ちばとっておき2013」に掲載されたコースは、観光を目的としたモデルコースを示したマップであり、コースを決めずにぶらぶら散歩するポタリングに適したマップとは言えない。「自転車で楽しむライフスタイル提案グループ」では、地元をポタリングするのに適したマップはどのようなものかの検討を行った。



【画像出典】千葉市自転車対策課



【画像出典】千葉市集客観光課

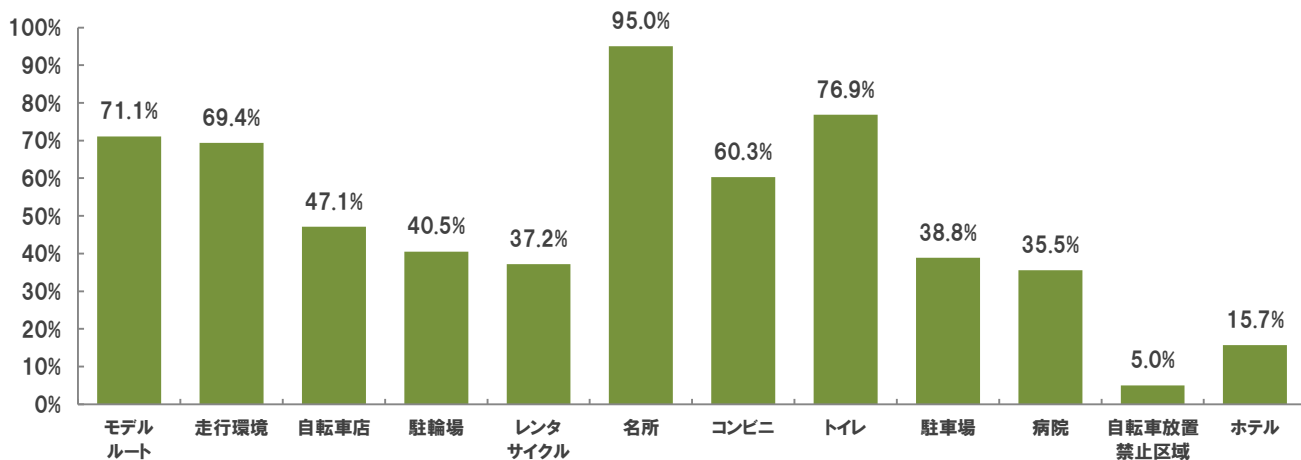


【画像出典】千葉市観光協会

## 全国の自転車マップ調査

- まず日本各地で、どのような自転車マップがあるのかを調査し、モデルになるようなマップがないかを探した。全国104の自転車マップを調査したところ、その多くは、観光目的のサイクリングマップであり、地元の人がポタリングをする目的で作られたマップは非常に少なかった。ほぼすべてのマップで名所の情報が掲載されているものの、そのほとんどは、観光名所のようなメジャーなスポットであった。調査を行ったマップでは、地元の魅力スポットを見つける目的でポタリングを行う際に使うものとしてモデルになるものはなく、独自に検討を行わないといけないことがわかった。

全国104の自転車マップに掲載されていたスポット情報



【出典】千葉市まちづくり未来研究所 自転車で楽しむライフスタイル提案G調べ

## ポタリングマップの検討

- 前述の通り、自転車の楽しさを「伝える施策」(施策1)のトライアルで、幕張地域を対象に手書き地図を作成した。手書き地図に加え、この手書き地図で描かれているスポットを電子化した電子マップ、電子マップを印刷した紙マップの3種類を用意し、どのマップがポタリングとして適しているかの検証を行った。
- 電子マップは、既存のツールを使って手書き地図で描かれているスポットを電子化して作成した。スポットを描くベースとなるマップについては、GoogleマップとOpen Street Mapの2つを比較した。Open Street Mapは、オープンソースの地図で、利用の制限が厳しくない。Googleマップは、Google社の規定に従って利用する必要があり、利用には制限がある。Open Street Mapのほうが、利用制限が少ないことから、独自にマップを作成するには都合がいいが、郊外部でポタリングを行うには情報量が少なすぎて支障をきたすことがわかった。そのため、Googleマップをベースとして手書き地図のコンテンツをプロットして電子化し、ポタリング時での使い勝手を検証することとした。
- 手書き地図は、地元の魅力スポットの大雑把な位置関係を示した地図で、余計な情報を排して見やすい。その一方、その場所にたどりつくためには、詳細な地図のほうが便利な場合もある。電子マップは、パソコンかスマホで見る必要があり、特にスマホでは一覧性が劣ることため、全体の位置関係を把握したいときは、紙の地図が適している。手書き地図と電子マップの欠点を補うものとして、電子マップを印刷した紙マップも用意し、ポタリング時での使い勝手を検証することとした。

## オリジナルマップを使った幕張ポタリングでの実験

- 自転車の楽しさを「伝える施策」(施策1)のトライアルで作成した幕張地域の手書き地図、手書き地図で描かれているスポットを電子化した電子マップ、電子マップを印刷した紙マップの3種類を用意し、自転車の楽しさを「広げる施策」(施策2)のトライアルとして実施した幕張ポタリングでそれぞれのマップがどのように使われ、ポタリングの際に有効であるかどうか検証を行った。
- アンケート結果や意見交換の結果から、3種類のマップは、それぞれ異なる目的で使われることが見えてきた。手書き地図は、ワクワクする気持ちを喚起し、行きたい場所に目星をつけるのに有用である。実際に目的の場所に行くときは、今の自分のいるところから目的地の位置を確認するのに詳細な位置と全体像が見える紙マップが使われ、自分のいる位置や目的地の場所がわからなくなったときにスマホのGPSで位置を確認できる電子マップが役に立つようである。
- 地元全体を面として見て行きたいところに目星をつけるのに手書き地図が、実際にその場所に行くときに今の自分の位置と目的地の位置を線で結んで行き方を知るのに紙マップが、自分の位置や目的地の場所といった点を把握するのに電子マップが、それぞれ有効なようである。
- 今後さらに、各地図の要件や利用シーンを明確化し、ポタリングに適したマップを検討していくことを提言する。そして、よりポタリングを楽しむためのサポートツールとなるマップを作ることで、自転車で楽しむ市民が増えることを期待する。

			手書き マップ	紙 マップ	電子 マップ (スマホ)	電子 マップ (Web+PC)
1	街に興味を持つ 行きたい場所に想いを馳せる	面	◎	△	×	○
2	行きたい場所に目星をつける		◎	○	×	○
3a	その場所へと行ってみる	線	△	◎	△	×
3b	自分の位置を知る、 行きたい場所の位置を確認する		△	○	◎	×

■手書き地図



■紙マップ



■電子マップ(スマホ)





## ポータルサイトによる情報共有とマップの維持管理

- より多くの市民にポタリングの楽しさを知ってもらうためには、施策1・2のイベント行くと共に、Webサイトからの情報発信も必要不可欠である。Webサイトで手書き地図や電子マップを公開することで、誰でも簡単にマップを入手することができるようになる。また、地図情報を一方的に流すだけでなく、市民からも地元の魅力スポットの情報を投稿できるようにすることで、マップのコンテンツがより充実することが期待できる。
- その一方で、こうしたWebサイトや電子マップの維持管理を誰がやるべきなのか、という問題が生じる。また、現在は既存のツールを使ってマップの電子化を行っているが、いずれはより使い勝手のよい、地元の魅力スポットが掲載されてポタリングに向けた電子マップにすべきであり、こうした電子マップを誰が開発するのか、ということも考えないといけない。  
当初は、当グループ研究員で行っていくとしても、いずれは、研究員だけでは大きな負担となって維持管理が難しくなり、継続した活動を行うことが難しくなるだろう。
- 例えば、IT技術を使って街をよくする活動を千葉市で行っている非営利団体Code for Chibaに協力を仰ぐことが1つの方法だろう。この団体はテクノロジーを活用して公共サービスの開発や運営を支援することを目的に活動しており、優れたIT技術者が所属している。そのため、ポタリングに合った電子マップのWebサイトやスマホアプリを開発することができるだろう。開発したWebサイトやスマホアプリのコンテンツとなる魅力的なスポット情報の維持管理についても、要員が必要であるが、これについては、どのように要員を確保すべきか継続して検討を行う必要がある。
- 自転車を楽しむライフスタイル提案グループが提言する各施策の推進、そしてポタリングを楽しむためのマップの開発や維持管理を行うためには、それを担う人が必要で、その受け皿としてNPOのような団体の設立も念頭に入れることを提言する。





## 12. サポート施策2

### 自転車を楽しめるアプリ活用推進

## 【サポート施策2】

### ～市民参加によるアイデアソン・ハッカソン～ 自転車を楽しめるアプリ活用推進

- 前述の通り、自転車の楽しさを「深める施策」のトライアルとしてスカベンジャーハントを実施した。今回のスカベンジャーハントを通じ、自転車の楽しさを深めるためのツールとして、スマートフォン用のアプリを導入することでイベントをより楽しむことができたり、企画・運営の負担を軽減できる可能性があるのではないかと感じられたことから、アプリを活用したイベントの事例を調査し、自転車を使ったイベントへの転用の可能性を考察した。

### アプリを活用したイベントの事例

イベント名	概要	主催
1 ポータル探して盛岡街歩き (岩手県盛岡市)	Googleが提供するスマートフォン向けの陣取りゲーム「Ingress」を活用した街歩きイベント。3～5人のグループで3種類のルートを歩き、ポータル（ゲームの要所）を探す。 2014/11/9開催。参加費は実費のみ。	岩手県庁Ingress活用研究会事務局
2 広小路界限スマホde まちあるき (愛知県名古屋)	まちあるき案内アプリ「名古屋歴史スマートナビ」を活用した街歩きイベント。名古屋の都心に残る歴史・魅力スポットを歩き、4カ所のチェックポイントをすべて見学したら記念品がもらえる。 2014/10/1～12/25が記念品引換期間。参加無料。	名古屋市中区区民生活部まちづくり推進室
3 とみこんラリー (富山県富山市)	スマホアプリ「とみこん・ラリー」を使い、まちなかにセットされたスタンプマークを集めるイベント。 2013/12/28～2014/3/15開催。参加無料。 ※総務省平成24年度補正予算ICT街づくり推進事業	富山まちあるきICTコンシェルジュ事業事務局
4 まちなかダンジョンクエスト (岐阜県大垣市)	スマホアプリ「まちかどロゲイニング」を使い、まちなか商店街に隠された看板をヒントにチェックポイントに向かい、チェックポイントでQRコードを読み取ってポイントを獲得するイベント。 2015/9/6,10/4,11/1開催。参加費1組¥500。 ※平成27年度大垣市市民活動助成事業	NPO法人 森とIT
5 箱根補完計画 ARスタンプラリー (神奈川県箱根町)	ソフトバンクモバイルのスマホ向けアプリ「ふらっと案内」を活用して箱根の名所に設置された箱根を周遊するイベント。スタンプポイントでは様々なエヴァンゲリオンAR（拡張現実）と出会うことができる。地域別、移動手段別、目的別、期間限定の計11コースを用意。 2014/12/1～2015/3/31（期間延長決定）。参加無料。	箱根町観光協会
6 地下謎への招待状 (東京都)	東京メトロの一日乗車券がセットになった謎解きキットを購入して地下鉄で移動し、実際に街を歩いて謎解きをしながら次の目的地を見つけ出す「ナゾキ街歩きゲーム」。最後の答えの入力、ヒントサイトの閲覧のために専用サイトへの接続が必要。 2015/10/1～12/27開催。キット代¥2,160。	東京メトロ

- 全国各地でアプリを活用したイベントが開催されている。東京メトロが主催のイベントを除き、その他5イベントは地域活性化を目的として開催されている。事例として取り上げたイベントは自転車を使ったものではないが、どのイベントも徒歩や交通機関の移動を自転車の移動に置き替えても成立するイベントである。
- イベントにアプリを活用することがどれだけイベントの楽しさに貢献したかを測り知るのは難しいが、アプリを活用してゲーム要素を加えたことにより、参加者の満足度は高まるものと考えられる。例えば、千葉市内で活用できる複数のゲームをアプリとして用意すれば、自転車を使ったイベントにアプリを活用することによって自転車の楽しさを深めることが可能になる。
- また、自転車を使ったイベントの企画・運営の負担も軽減する。アプリをイベント以外の時にいつでも使用できるようにすれば、特別なイベントに参加しなくても好きな時に家族や友人と自転車を使ったゲームを楽しむことができるようになり、自転車の楽しみ方の多様性が広がる。
- 岩手県、名古屋市、富山市の事例では、自治体を中心となってアプリ活用を推進している。千葉市としても自転車の楽しさを深めるためのアプリ活用を推進する施策に取り組むことが望ましい。



## 1. ポータル探して盛岡街歩き

**岩手県庁Ingress活用研究会**  
初の野外イベント!  
1st contact

「ポータル探して盛岡街歩き」

参加費: 11950 (税別) 盛岡大中央  
申込期間: 9月20日(火)~12月30日(水)  
場所: ちりあび歴史文化商店街

参加方法: 参加申し込みが必須です。  
申し込み期間: 11月26日(水) 盛岡歴史文化商店街 Facebookにて参加申し込み。  
申し込み: <https://www.facebook.com/evc1st>

主催: 岩手県庁Ingress活用研究会  
協力: ちりあび歴史文化商店街、岩手県観光協会、  
ちりあび歴史文化商店街 Facebook、Ingress、  
岩手県立大学アクトゥア情報学専攻研究室、  
Saku Data Factory

「ポータル探して盛岡街歩き」参加要項コース

コース	内容	参加費	申込期間
A	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	2000円(税別)	9月20日(火)~12月30日(水)
B	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	1500円	9月20日(火)~12月30日(水)
C	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	800円	9月20日(火)~12月30日(水)

お申し込み方法などについて

- お申し込み
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
- 参加費について
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。

お問い合わせ: 岩手県庁Ingress活用研究会 岩手県観光協会 Facebookにてお問い合わせください。  
お問い合わせ: 岩手県庁Ingress活用研究会 岩手県観光協会 Facebookにてお問い合わせください。

【出典】岩手県 [https://www.pref.iwate.jp/dbps\\_data/\\_material/\\_files/000/000/031/399/machiaruki.pdf](https://www.pref.iwate.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/031/399/machiaruki.pdf)

## 2. 広小路界隈スマホdeまちあるき

参加費: 広小路界隈スマホdeまちあるき

「ポータル探して盛岡街歩き」参加要項コース

コース	内容	参加費	申込期間
A	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	2000円(税別)	9月20日(火)~12月30日(水)
B	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	1500円	9月20日(火)~12月30日(水)
C	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	800円	9月20日(火)~12月30日(水)

お申し込み方法などについて

- お申し込み
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
- 参加費について
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。

お問い合わせ: 岩手県庁Ingress活用研究会 岩手県観光協会 Facebookにてお問い合わせください。  
お問い合わせ: 岩手県庁Ingress活用研究会 岩手県観光協会 Facebookにてお問い合わせください。

参加費: 広小路界隈スマホdeまちあるき

「ポータル探して盛岡街歩き」参加要項コース

コース	内容	参加費	申込期間
A	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	2000円(税別)	9月20日(火)~12月30日(水)
B	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	1500円	9月20日(火)~12月30日(水)
C	盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。盛岡市街を一周するコース。	800円	9月20日(火)~12月30日(水)

お申し込み方法などについて

- お申し込み
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - お申し込みは、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
- 参加費について
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。
  - 参加費は、岩手県庁Ingress活用研究会のホームページから、お申し込みください。

お問い合わせ: 岩手県庁Ingress活用研究会 岩手県観光協会 Facebookにてお問い合わせください。  
お問い合わせ: 岩手県庁Ingress活用研究会 岩手県観光協会 Facebookにてお問い合わせください。

【出典】名古屋市 <http://www.city.nagoya.jp/naka/cmsfiles/contents/0000073/73067/chirasi.pdf>

## 3. とみこんラリー

とみこんラリー

スマホでまちなかを探索!

とみこんラリー(祭り発掘)とは?

とみこんラリーとは、スマートフォンでまちなかを探索するイベントです。

参加費: 無料

申し込み: <http://www.ict-concierge.net/rally/>

【出典】まちあるきICTコンシェルジュ事業事務局 <http://www.ict-concierge.net/rally/>

## 4. まちなかダンジョンクエスト

まちなかダンジョンクエスト

スマホでまちなかを探索!

まちなかダンジョンクエストとは、スマートフォンでまちなかを探索するイベントです。

参加費: 無料

申し込み: <http://www.ict-concierge.net/rally/>

【出典】NPO法人 森とIT 配布ちらし

## 5. 箱根補完計画 ARスタンプラリー

箱根補完計画 ARスタンプラリーとは?

箱根補完計画 ARスタンプラリーとは、スマートフォンで箱根を探索するイベントです。

参加費: 無料

申し込み: <http://www.hakone.or.jp/eva/>

【出典】箱根金山 <http://www.hakone.or.jp/eva/>

## 6. 地下謎への招待状

東京を走らせる力 X SCRAP

ナゾキ歩きゲーム「地下謎への招待状2015」開催

参加費: 無料

申し込み: [http://www.tokyo-metro.jp/news/2015/article\\_pdf/metroNews20151029\\_88.pdf](http://www.tokyo-metro.jp/news/2015/article_pdf/metroNews20151029_88.pdf)

【出典】東京メトロ [http://www.tokyo-metro.jp/news/2015/article\\_pdf/metroNews20151029\\_88.pdf](http://www.tokyo-metro.jp/news/2015/article_pdf/metroNews20151029_88.pdf)

## アプリ活用のための推進方法

アプリ活用の推進方法として、市民参加によるアイデアソン・ハッカソンの実施を提言する。

### アイデアソン (Ideathon)

アイデア (Idea) とマラソン (Marathon) を掛け合わせた造語。ある特定のテーマについて多様性のあるメンバーが集まり、対話を通じて、新たなアイデア創出やアクションプラン、ビジネスモデルの構築などを短期間で行うイベント。

### ハッカソン (Hackathon)

ハック (Hack) とマラソン (Marathon) を掛け合わせた造語。エンジニア、デザイナー、プランナー、マーケティングなどがチームを作り、与えられたテーマに対し、それぞれのテーマに対し、それぞれの技術やアイデアを持ち寄り、短期間（1日～1週間程度）に集中してサービスやシステム、アプリケーションなどを開発（プロトタイピング）し、成果を競う開発イベントの一種。

【出典】Build Insider <http://www.buildinsider.net/hub/hackideathon/01>

アイデアソン・ハッカソンは2013年頃から話題となり、2014年になってから一気に全国に広がった。全国各地で、地域課題の解決、新事業創造、オープンデータ活用など様々なテーマのアイデアソン・ハッカソンが頻繁に開催されており、主催者も公的機関、企業、各種団体、大学・研究機関など多岐にわたる。

### 公的機関が地域活性化や地域課題解決のためにアイデアソン・ハッカソンを主催する事例も多数

イベント名	概要	主催
1 地域資源×ITマッチングワークショップ（青森県）	青森の豊かな地域資源をフル活用したITソリューションを生み出す“ハッカソン”スタイルの合同合宿。セミナー・アイデアワークを経て、ビジネスプラン立案とプロトタイプ開発を競う。 2015/1/16～18開催。参加無料。	青森県
2 クルマと道の未来を描く もっと！しずみちinfo アイデアソン×ハッカソン （静岡県静岡市）	静岡市とトヨタITCが提供するデータを合わせて、道路とクルマに関連した新しいサービスを創出する。 アイデアソン2015/9/5、ハッカソン2015/10/10～11開催。参加無料。	静岡市

青森県では「地域資源×IT」の他にも、「介護×IT」、「農業×IT」、「雪・インフラ×IT」をテーマにした地域課題ITソリューション提案ワークショップを継続的に開催している。また、今回取り上げた事例以外にもオープンデータ活用を目的としたアイデアソン、ハッカソンなど、公的機関が主催するイベントが全国で多数開催されている。

### 市民参加によるアイデアソン・ハッカソンによってアプリ活用を推進する利点

- 市民が自ら自転車の楽しさを深めるためのアイデアを考えることにより、市民のニーズに合った仕組みが作成できる。
- アイデアソンに参加した市民が自転車を楽しむことに興味・関心を持つ。
- アイデアソン・ハッカソンに参加した市民同士の交流が深まる。
- 千葉市の自転車のまちづくりに対する市民の理解が深まる。

### イベントに参加した市民の参加と“Code for Chiba”との共同

アイデアソンには、施策1や施策2で実施した「自転車でのお散歩（ポタリング）イベント」の参加者や、施策3で実施した「自転車を使った地域活性化イベント」に参加した市民の参加が必須である。実際のイベントに参加した経験を生かし、アプリに必要な機能についてアイデアを考えてもらえば実用的なアプリが実現できる。

また、アイデアソン・ハッカソン開催あたり、千葉市を中心に活動している非営利団体Code for Chibaの協力を仰ぐべきである。この団体は市民参加型のコミュニティ運営を通じて地域の課題を解決するためのアイデアを考え、テクノロジーを活用して公共サービスの開発や運営を支援することを目的に活動している。市民が自転車の楽しさを深めるためのアプリ検討にあたり、市民の目線でアプリ活用を推進できるメンバーの参画は重要な成功要因の一つである。







## 13. 施策の展開により実現を目指す世界観

## 【施策の展開でこんな生活が…】

# 暮らしが変わる、意識も変わる

ライフスタイルに  
変化を生み出す  
自転車の地位向上

### 家族間のコミュニケーションの 多様化・活性化

時には車を使わず、  
家族揃って自転車でお出かけ



### 地域への愛着、 居住エリアに対する自信

見ていなかった  
地域の魅力への気づき



### 他のエリアの居住者との 交流の活発化

他のエリアの居住者との交流の活発化  
他のエリアからの来店客の増加による商店街活性化

