

令和6年度「民学産公」協働研究事業

魅力あふれる活力・にぎわいのまちの実現に
寄与しうるサステイナブルな新しいイベントの研究

成果報告書

打矢 聡（参加と協働推進枠）

2025年2月20日

目次

1. 「民学産公」協働研究事業の概要・目的
2. 申請、参加団体のプロフィール
3. 協働研究事業の期間
4. 協働研究事業の背景
5. 協働研究事業の詳細
 - 1) まちづくりの学び直し
 - 2) 先行事例調査
 - 3) アンケート調査の実施
 - 4) ワークショップ実施
 - 5) 三鷹と言えば〇〇の調査
6. 考察
 - 1) キーワード（新しさ、サステナビリティ、新しい経済）についての要素分解
 - 2) イベントに参加する欲求についての考察
 - 3) まちづくり観点での目的の追加
 - 4) 我々が目指すイベントに必要な項目
 - 5) イベントコンセプトの立案
 - 6) 新しいイベントの提案
7. 今後の進め方
8. 謝辞
9. 参考文献
10. インタビュー内容詳細

1. 「民学産公」協働研究事業の概要・目的

本研究は、第5次三鷹市基本計画「魅力あふれる活力・にぎわいのまち」の実現に寄与する持続可能な新しいイベントとは何かを考察するものである。

目的は、既存イベントではなしえない新たな経済の活性化、特に観光を推進するためである。現在市内で開催されているイベントの大半は特定団体が主催し、内容もほぼフォーマット化している。また、イベント創業当時と現在では社会の情勢や価値観が変わり、イベントに求められる要素も変化している。中でも観光推進へどう結びつけるかは大きなテーマである。今回考察する新しいイベントが目指すところは、主催者、市内事業者、市民、来訪者の共通の関心事となり、相互理解と絆を深め、市内経済の活性化はもとより、最終的には大都市近郊ベッドタウンの経済活性化のモデルケースとして、シティプロモーションアワードなどの受賞の対象になりうる取り組みである。

市民参加型のまちづくりは三鷹市において長年実践されてきた手法であり、今回の研究事業を実施する私たちもその参加者として、2023年度に、「まちづくり補助金事業」を利用し、「観光大使の原石発見」をテーマとした2つのイベントを開催した実績もある。今回の研究は広範な課題をカバーするため、マチコエ各グループが扱った内容と関連付けしやすく、マチコエ_ロスを感じる元メンバーのエネルギーや培った知見の受け皿となりうるとも想像する。

2. 申請、参加団体のプロフィール

申請は打矢 聡（参加と協働推進枠）、参加団体は「三鷹の魅力を知る日実行員会」であり、三鷹市が募集した市民参加でまちづくり協議会、通称「マチコエ」が終了後、観光・インバウンドグループを中心に他のグループ員も参加し、結成したグループである。まちづくりに関して市民ができることを実践する活動を行っており、昨年度は「三鷹市市民参加でまちづくり補助金」を活用し、三鷹の魅力発信サロン、トークライブを実施した。

【メンバー員】

リーダー：打矢 聡

実行メンバー：石河 穂紀、莊 あけみ、田邊 健史、富木 由美、並木 敏夫、
原 英之、箕輪 清、吉村 まゆみ

3. 協働研究事業の期間

2024年6月20日～2025年2月15日

4. 協働研究事業の背景

三鷹は近隣に吉祥寺や立川といった大型商業地域があるため、市外から三鷹に行く理由が少なく、また、観光面では三鷹の森ジブリ美術館は有名だが、それ以外については第5次三鷹市基本計画で掲示されているように、三鷹市の魅力のPRが不十分の状況であり、「惜しい三鷹」の状況と言える。

一方、社会情勢や価値観は変わっているが、三鷹市内の主なイベントは「第 56 回」「第 32 回」など、大半がほぼフォーマット化されている。そこで、三鷹の魅力を活かし、市内の事業者、市民、来訪者の共通の関心事となり、異なる価値観の人たちが興味をもてる「新たなイベント」を三鷹に作るにより、まちのにぎわいを増やし、三鷹への訪問者や市民のまちづくりへの協働者を増やすことを行いたい。

5. 協働研究事業の詳細

1) まちづくりの学び直し

① 國學院大學観光まちづくり学部 小林教授との対談

【日時】 2024 年 10 月 14 日 11:00～12:00

【場所】 國學院大學たまプラーザ研究室&下連雀テラス

【対談形式】 対面&WEB 接続

【インタビュー】 國學院大學観光まちづくり学部 小林裕和教授

【インタビューア】 たまプラーザ研究室： 莊、吉村

下連雀テラス： 石河、田邊、富木、原、並木、箕輪、打矢

【小林教授から頂いたご教示内容】

- まちづくりと観光を融合して考える
- 三鷹市が行ってきたまちづくりと三鷹市にある観光、商業の把握
- 「三鷹と言えば〇〇」というオーガニックイメージの発掘
 - ・ 既にある三鷹ならではのものを発掘して、振り切ったものを構築
 - ・ 新たなもの、例えば環境問題や社会課題解決を軸にした構築もあり
- イベントは媒体
 - ・ イベントを通じ、伝えたい内容は何かを考えることが必要
- 活動については共感者を増やしていき、協力者を作る



國學院大學たまプラーザ研究室と web 接続中の様子（下連雀テラスにて）

②書籍「シティプロモーションでまちを変える」（彩流社、2016 年、216p）からの学び
著者：河井孝仁（東海大学文学部メディア学科教授）

- シティプロモーションとは以下のように述べている
「地域(まち)に真剣(マジ)になる人を増やすしくみ」であり、地域(まち)に真剣(マジ)になる人を増やすことによって、地域(まち)の力を強くすること」
- 地域(まち)に真剣(マジ)になるとは以下の3つが含まれることを述べている
 - ・地域活動に参加すること
 - ・その活動を伝えること、地域(まち)の魅力を伝えること
 - ・その活動に参加している人に感謝すること

③書籍「地域は物語で 10 倍 人が集まる」（生産性出版、2021 年、259p）からの学び
著者：増淵 敏之／安田 亘宏／岩崎 達也 【編著】 コンテンツツーリズム学会

- 人が集まるポイントは要約すると以下のように言及している
 - ・作品への共感、作者への敬愛を前提としたコンテンツツーリズムは地域がファンを継続的に楽しませるしくみを構築することで、長く愛される「聖地」となる
 - ・例：「シャーロック・ホームズ」ベイカー街 221B、「金色夜叉」熱海市
- コンテンツ例は以下が挙げられている
文学、アニメ、映画、大河ドラマ、ゲーム、ユーチューバー等

④論文「地方活性化に向けた旅行者のニーズの定量的調査：

観光動機に基づくタイプ分類と体験意欲の把握

著者：破田野智己/竹澤智美/杉本匡史/徐睨哲/森川貴嗣/東泰宏/洪田一夫/長田典子

(<https://magazine.serviceology.org/2022/10/04/1004/> 2022/10/4 閲覧)

- 要約すると6つの観光動機尺度を基にしたアンケート結果から8つの観光動機タイプの分類を行っている

観光動機尺度：都市、現地、刺激、出会い、文化、自然

観光動機タイプ：欲張り型、一人旅型、休息型、地域体験型、自然型、家族型、ツアー型、気まぐれ型

- 7つの地域ストーリーに対して、観光動機タイプ別に体験意欲が異なることが判明し、観光動機タイプに応じて観光資源を整えることの有効性が示されたことが述べられている。



8つの観光動機タイプにおける6つの観光動機尺度の度合いを示したグラフ

2) 先行事例調査

三鷹で開催しているイベントを以下にまとめた。

イベント名	開催日	イベント名	開催日
第32回三鷹市民駅伝大会	2024/2/18	第22回三鷹の森フェスティバル	2024/10/13
三鷹の森アニメフェスタ 第22回インディーズアニメフェスタ	2024/3/2,3	第15回みたか太陽系ウォーク スタンプラリー	2024/10/18~11/24
Have fun in MITAKA! ～みたか都市観光協会の5年間で 体感してみよう～	2024/3/17	星と森と絵本の家秋まつり	2024/10/19
Mitakaみんなの防災フェスタ	2024/3/23	三鷹・星と宇宙の日 (国立天文台特別公開)	2024/10/19
第47回みたか商工まつり	2024/7/15,16	第71回三鷹市市民文化祭	2024/10/27~11/24
第40回ふるさと三鷹 夏まつりマルシェ	2024/7/28	第8回三鷹まちゼミ	2024/11/1~11/30
第57回三鷹阿波おどり	2024/8/17,18	第62回三鷹市農業祭	2024/11/9,10
三鷹八幡大神社大祭	2024/9/7,8	第8回星マルシェ	2024/11/24
第33回三鷹国際交流フェスティバル	2024/9/22	第22回みたか市民活動・ NPOフォーラム	2024/11/30,12/1
大沢の里水車・古民家まつり	2024/10/5,6	Cleanup&Café Club みたかだい	毎月第4土曜日

この中から、大規模、小規模のイベントを抽出し、主催者にイベントに関するインタビューを実施した。

①CCC (Cleanup&Coffee Club) みたかだい

【日時】2024年8月31日 10:00~12:00

【場所】井の頭東部地区公会堂

【インタビュー】CCC みたかだい発起人（代表）荒金由美様
井の頭一丁目町会 会長 竹上恭子様

【インタビュアー】田邊、富木、原

●運営体制

- ・企画開催が容易

●魅力

- ・地域の顔の見える関係性の構築
- ・ライトな友達作りができる
- ・次の市民活動、地域活動への入口

●課題

- ・運営費用（コーヒーなど）の捻出方法（現在はコーヒー代寄付に変更）

●参考にしたい点

- ・参加者側から企画側に移る敷居の低さ



CCC みたかだい発起人の方へのインタビューの様子

②みたか太陽系ウォーク

【日時】2024年9月7日（土）14:30～16:00

【場所】三鷹ネットワーク大学 学習する会議室

【インタビュー】NPO 法人三鷹ネットワーク大学推進機構

（みたか太陽系ウォーク事務局）山下哲平様、小山田佳代様

【インタビュアー】石河、並木、打矢

●運営体制

- ・事務局の体制が盤石で、アンケート含めての振り返りを翌年に反映
- ・毎年、新たな企画を立案

●魅力

- ・天文台との共催で、天文を学べる参集型のイベントが多数企画されている
- ・街歩きで三鷹の新たな魅力を発見

●課題

- ・チェックポイントの商店側の経済効果が乏しい
（コロナ以前はサイエンスカフェが開催されていた）

●参考にしたい点

- ・回遊型＋参集型のミックスイベントとしての企画立案内容

③三鷹阿波おどり、三鷹市役所生活経済課、みたか都市観光協会

【日時】2024年9月25日 19:10～20:30

【場所】三鷹市消費者活動センター会議室

【インタビュー】三鷹阿波おどり実行委員長 星野 博忠様

三鷹市役所 生活環境部生活経済課観光振興担当 今井 信介様

特定非営利活動法人みたか都市観光協会 瓜生田 和正様

【インタビュー】 莊、吉村、打矢

i) 三鷹阿波おどりについて

●運営体制

- ・運営マニュアルなしでのリーダー交代でコロナ明けの再スタート時が困難だった

●魅力

- ・生身の人間の表現から発するエネルギーの渦は新鮮で感動が深い

●課題

- ・認知度向上：小中学生への開催チラシ配布推進
- ・関心が薄い人にも呼び込む仕組みを検討中

●参考にしたい点

- ・参集イベントとしての高揚感の演出

ii) 三鷹市役所 生活経済課の役割

- ・生活経済課は、観光協会の観光振興支援、予算支援が主な業務。
- ・市民団体への観光関連の補助金は現在ない。
- ・イベントへの助成は商店会や三鷹阿波踊り振興会など、規約がある等のしっかりした団体には行っている。
- ・補助事業であれば、集客予定数、目的、事業計画が明確で、安全性があつてなど、全体を確認はしたい。

iii) みたか都市観光協会の役割

- ・観光協会は単独で観光事業を行っていることは少なく、コーディネーター的な役割が大きい。それぞれの団体が実行していくことに支援したり、他団体同士のつなぎ役を担うことが多い。
- ・後方支援はどんどんやりたい。観光協会は資源、マンパワーが少なく、単独でのイベント開催は難しいので、コーディネートがウエイトが大きい。ただ、三鷹のお土産商品の商品開発は続けていきたい。「みたか宙球ゼリィ」は、色々な関係者に入ってもらってプロジェクトチームで開発した。
- ・イベントは主催者の人繰りが難しい。ボランティアとの信頼関係は重要。日頃の関係性の積み重ねが大切。

iv) イベント開催への助言

- ・この20年の間に商店会での「いわゆるイベント」の数が減ってきている。数としては昔の方が多かった。その大きな理由は、やっている人（主催者側）が疲弊して本業がおろそかになってしまったという課題があつたことから。イベントからまちゼミ、ちょい呑み、100円商店街などに潮流が変わっていった。

- ・主催者が楽しまないと続かない。企画委員会の4つのルール、①提案者が自ら行う（自分でやる）②できないことを他人のせいにならない（他人を非難しない）③無理をしない（急ぎ過ぎない、たくさんやりすぎない）④人の話を聞く（他人を尊重する）、が重要と思っている。



三鷹阿波おどり実行委員長へのインタビューの様子

④三鷹国際交流フェスティバル

【日時】2024年9月28日 16:30～18:30

【場所】三鷹市市民協働センター ミーティングルーム

【インタビュー】三鷹国際交流フェスティバル実行委員長 入月裕樹様

【インタビュアー】富木、原、打矢

●運営体制

- ・リーダー交代、運営マニュアル整備が良好
- ・パフォーマーの直接探索など、毎年内容を進化
- ・小規模スタートでイベント規模が年々拡大

●魅力

- ・国際交流として、多様な国を認識、理解する内容が盛り込まれており、三鷹にしながら世界を知ることができる

●課題

- ・屋外での開催のため、天候に左右される。
- ・運転資金の確保、スタッフの育成、ボランティアの確保。

●参考にしたい点

- ・運営の手法については参考になる点が数多くある。

⑤アニマン祭（武蔵野市開催案件）

三鷹市開催のイベントではないが、近隣地域のイベントということで、インタビューを行った。

【日時】 2024 年 8 月 21 日 14:00～15:00

【場所】 武蔵野商工会議所

【インタビュー】 武蔵野商工会議所業務部振興課課長 小泉拓郎様

イベント実行委員 石和田直孝様

【インタビューア】 原、石河

●運営体制

- ・強力なリーダーが皆を牽引し実現
- ・市内アニメ製作会社とタイアップし作品の版權問題を上手く処理

●魅力

- ・アニメファンが喜ぶ企画を複数実施

●課題

- ・人は呼べたが、街にお金が落ちていない

●参考にしたい点

- ・イベント企画におけるリーダーの重要性
- ・武蔵野市の資産（アニメ制作会社）を活用している点

3) アンケート調査の実施

2 種類のアンケートを準備し、一つは 2024 年 12 月 1 日に開催された みたか市民活動・NPO フォーラム（三鷹市市民協働センターにて開催）において、アンケートに回答するとコーヒー&クッキーセットを割引で提供することにより、以下のアンケートを実施した。

1. 性別
2. 年齢層
3. 地域
4. 三鷹市内で参加して良かったイベントがあれば教えてください。
5. そのイベントが良かった理由を教えてください
6. 三鷹市内で参加してざんねんを感じたイベントがあれば教えてください。
7. そのイベントをざんねんを感じた理由を教えてください。
8. 三鷹市以外で参加して良かったイベントがあれば教えてください。
9. そのイベントが良かった理由を教えてください
10. 三鷹市以外で参加してざんねんを感じたイベントがあれば教えてください。
11. そのイベントをざんねんを感じた理由を教えてください。
12. あなたは今後参加するイベントにどんなことを期待しますか。

もう一つのアンケートは三鷹市と三鷹市以外を分けずに質問数を 8 問に短くしたものを後に説明するワークショップの案内ちらしに QR コードを添付し、広くアンケート募集した。

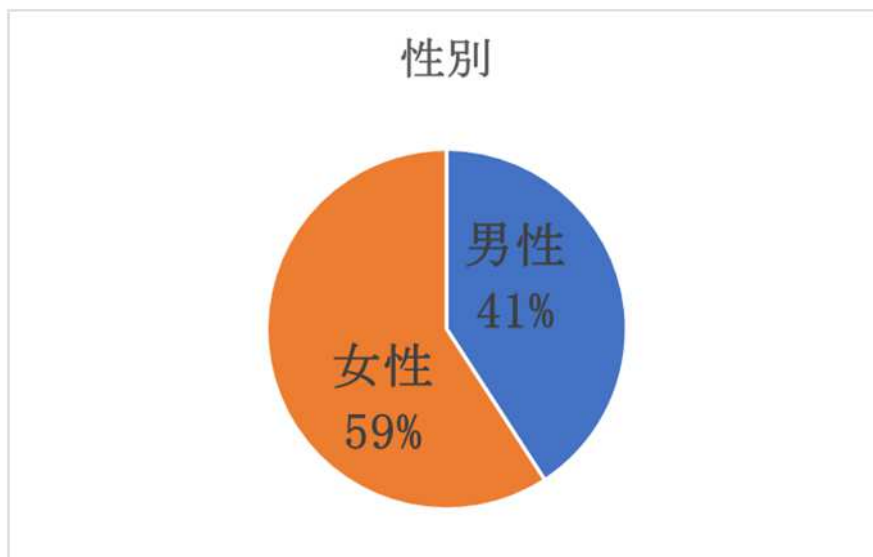


みたか NPO フォーラムでのコーヒー&クッキー販売及びアンケート実施の様子

結果としては質問 12 問タイプのアンケートが 41 名分、質問 8 問タイプのアンケートが 8 名分集まった。集計としては三鷹市、三鷹市以外を合わせてグラフ化を行った。その結果を以下に示す。

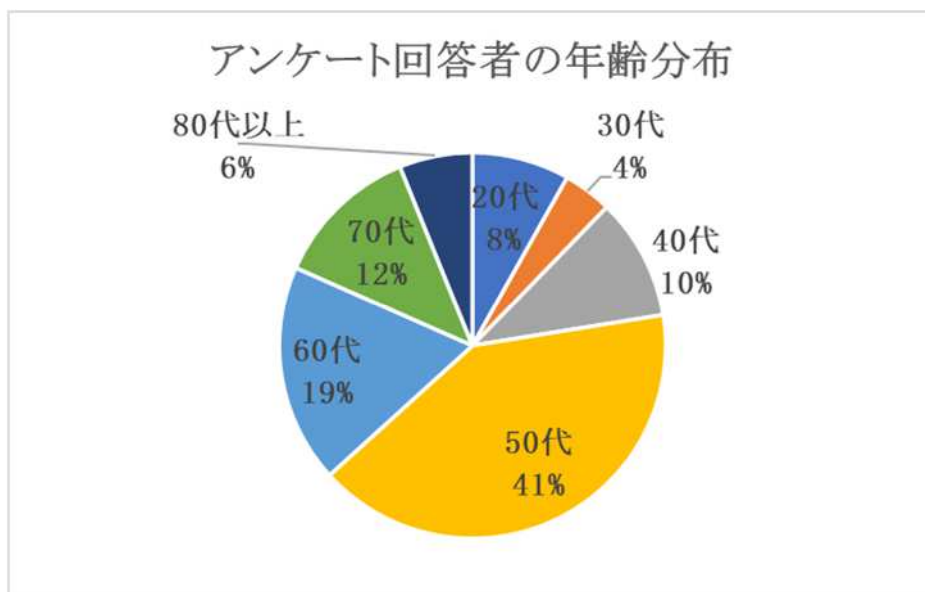
1. 性別

女性が 6 割、男性が 4 割であった。



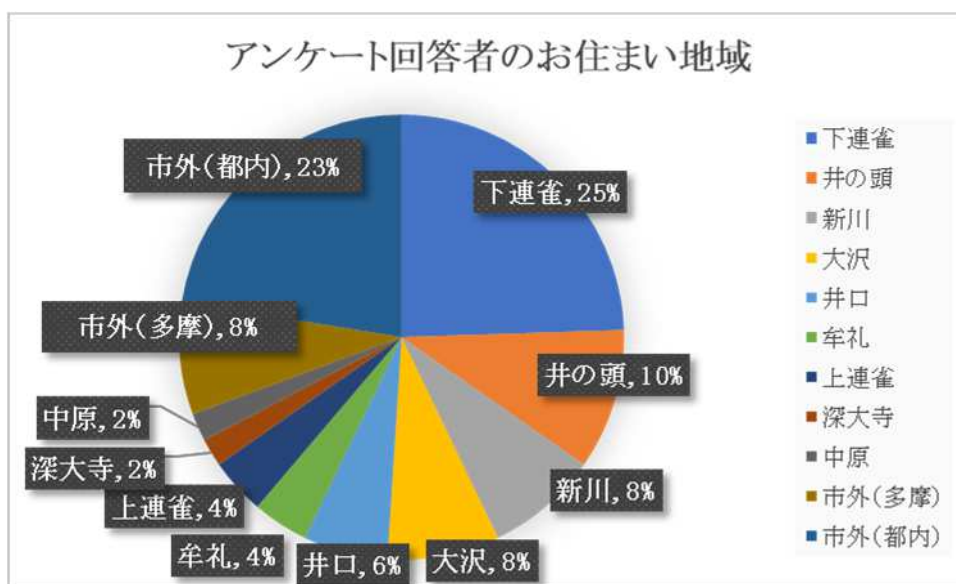
2. 年齢層

50代が4割、60代が2割と年齢層が比較的高かった。



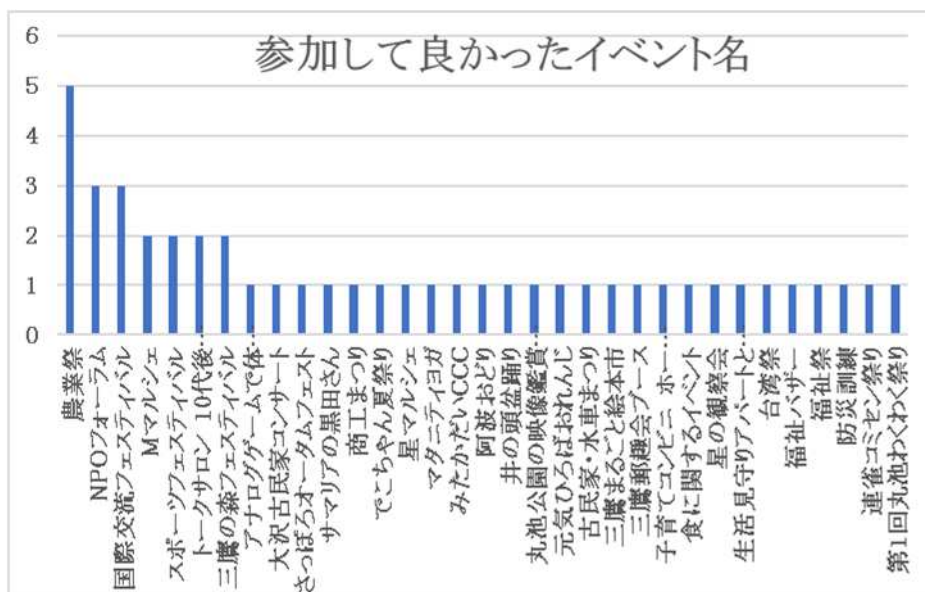
3. 地域

アンケート回答者のお住まいとしては下連雀地域と都内在住者が多かった。



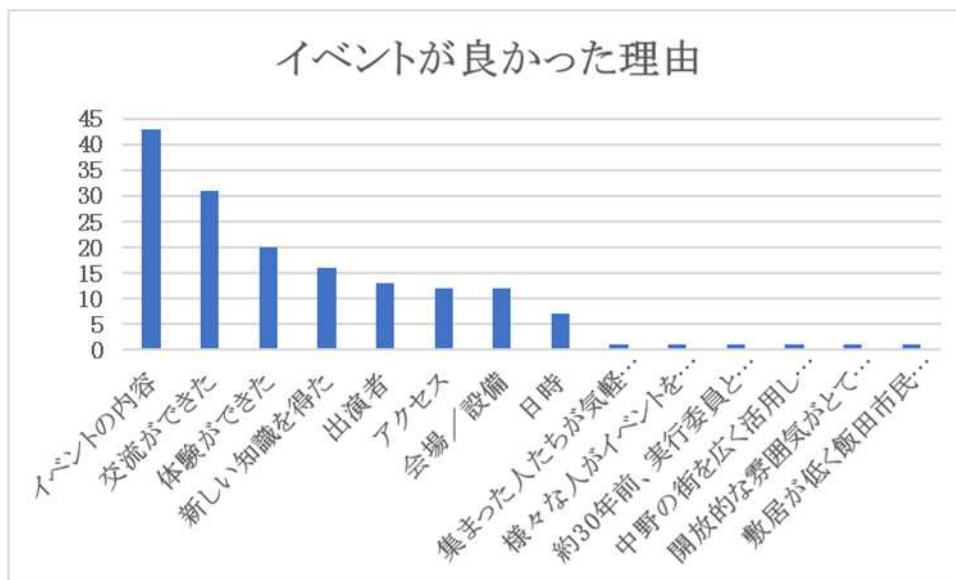
4. 今まで参加して良かったイベント

農業祭やNPO フォーラム、国際交流フェスティバルが上位に挙がった。



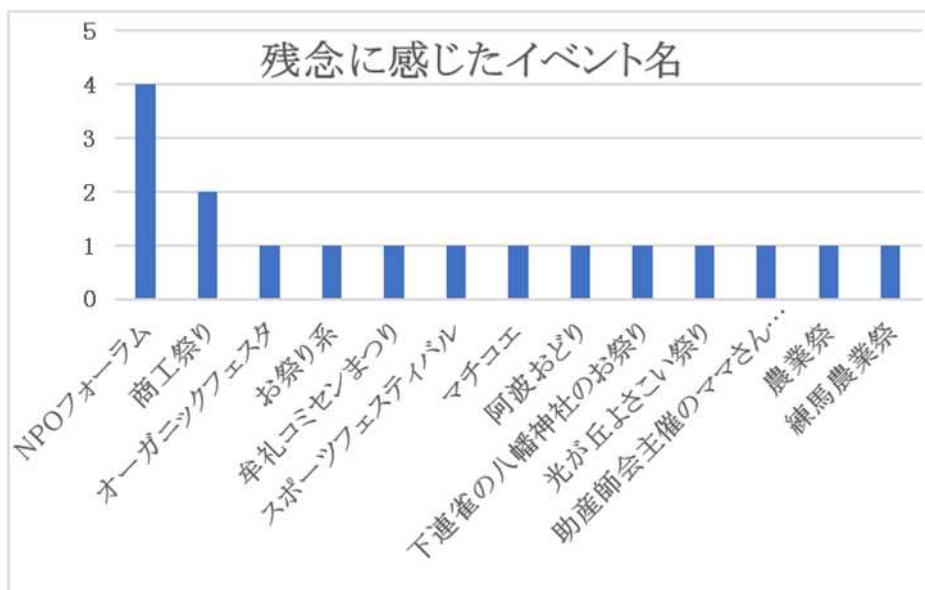
5. そのイベントが良かった理由

イベントの内容や交流ができたこと、体験ができたこと、新しい知識を得たことが上位に挙がった。



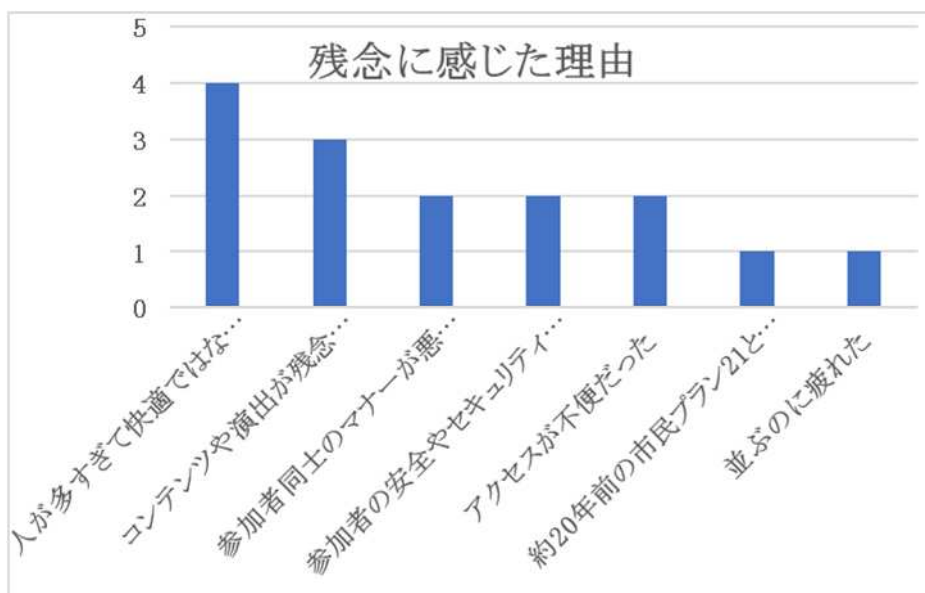
6. 参加して残念に感じたイベント

回答数が少なかったが、NPO フォーラム、商工祭りが上位に挙がった。



7. そのイベントが残念に感じた理由

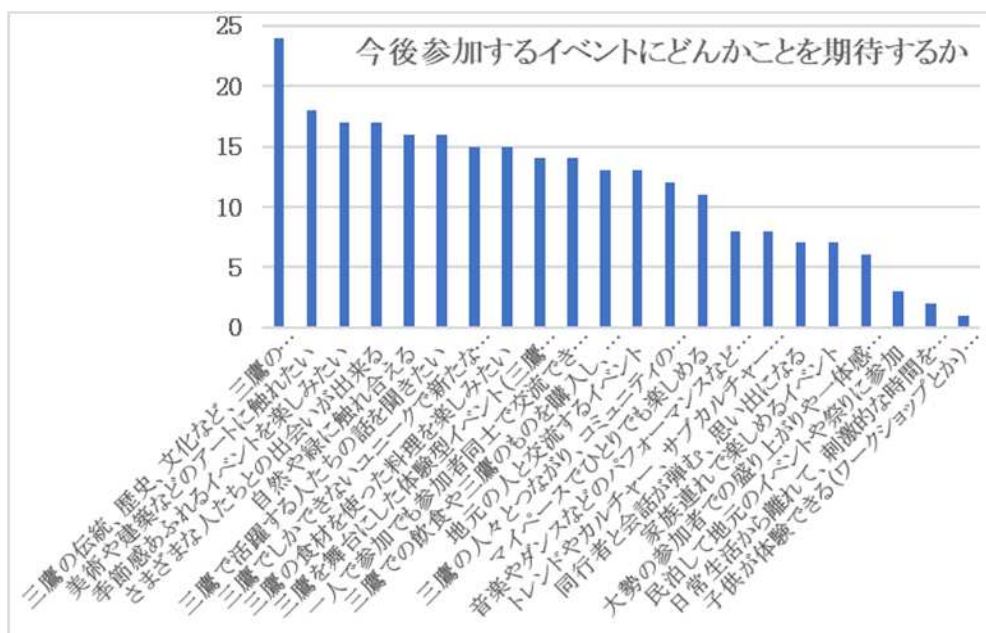
回答数が少なかったが、人が多すぎたこと、コンテンツや演出が残念だったこと、参加者同士のマナーが悪かったこと、参加者の安全やセキュリティに問題があったこと、アクセスが不便だったことが挙げられていた。



8. 今後参加するイベントにどんなことを期待しますか

イベントに期待することは以下のように幅広い回答があり、上位のものを記載する。

「三鷹の伝統、歴史、文化など、三鷹の魅力を再発見したい」	24 件
「美術や建築などのアートに触れたい」	18 件
「季節感あふれるイベントを楽しみたい」	17 件
「様々な人たちとの出会いができる」	17 件
「自然や緑に触れ合える」	16 件
「三鷹で活躍する人たちの話を聞きたい」	16 件
「三鷹でしかできないユニークで新しい体験をしたい」	15 件
「三鷹の食材を使った料理を楽しみたい」	15 件
「三鷹を舞台にした体験型イベント （三鷹を歩きながら、謎解きや宝探しを楽しみたい）」	14 件
「一人で参加でも参加者同士で交流できるイベント」	14 件
「三鷹での飲食や三鷹のものを購入し、地域経済を応援したい」	13 件
「地元の人と交流するイベント」	13 件
「三鷹の人々とながら、コミュニティの一員になりたい」	12 件
「マイペースで一人でも楽しめる」	11 件



以上の結果より、良いイベントに求められることは以下の内容が挙げられる。

- ・ イベントの内容が良いこと
- ・ イベントで交流ができること
- ・ イベントにより、何らかの体験ができること
- ・ イベントで新しい知識が得られること
- ・ 参加者が1か所に集中しないように分散もしくは制限する。
- ・ 参加者のマナーが悪くならないように主催者が配慮する。
- ・ 参加者のセキュリティや安全に配慮する。

また、新しいイベントに期待することとしては三鷹ならではの伝統、歴史、文化、食材、人材などの三鷹ならではの魅力を再発見できるような企画、自然や緑、美術や建築などのアートに触れる企画、参加者同士や、地元の人など様々な人との交流ができる企画などが挙げられる。

4) ワークショップ実施

アンケートを実施した午後に、同じみたか市民活動・NPO フォーラム内イベントとして、「集まれイベント好き！イベントを語りつくすワークショップ」と題したワークショップを開催した。事前に以下のちらしを図書館、コミュニティセンター、駅前などに配布し、SNS でも募集を行った結果、当日 12 名の方が参加した。

第2回みたか市民活動・NPOフォーラム内イベント
三鷹の魅力を語る日

集まれイベント好き！ イベントを語りつくす ワークショップ

参加者募集

今まであなたが体験した楽しかったイベント、
三鷹にこんなイベントがあったらいいな！盛り上がるのでは？などを
ぜひ、ワークショップでお聞かせください

12月1日 日

13:30-15:30

三鷹市市民協働センター

〇 三鷹市下連雀4-17-23
1階ミーティングルーム

私たちの活動紹介
「魅力あふれる賑わいのまち」
実現のために、サステナブルな
新しいイベントを研究しています

ワークショップに
参加できない方は
アンケートに
ご協力ください！

10:00から12:00まで
カフェも登場！
下連雀テラス

コーヒー（クッキー1枚つき）をご用意
してお待ちしております（200円）

お申し込み（定員10名、先着順）
<https://forms.gle/4vmFwBn8FHznM3458>

お問合せ
三鷹の魅力を語る日実行委員会
メールアドレス mitashiru2023@gmail.com

※本取り組みは三鷹ネットワーク大学令和6年度「民学夢公」協働研究事業です。

【日時】2024年12月1日 13:30～15:30

【場所】三鷹市市民協働センター ミーティングルーム

【タイムスケジュール】

- | | |
|------------------------|-------------|
| 1. ワークショップ趣旨説明 | 13:30～13:45 |
| 2. グループ討議 1－1 | 13:45～14:00 |
| 参加したことのあるイベントの良い点、残念な点 | |
| 3. グループ討議 1－2 | 14:00～14:15 |
| イベントが良かったと思えるために大切なこと | |
| 4. グループ討議発表 1 | 14:15～14:25 |
| 5. 休憩 | 14:25～14:35 |
| 6. ご自身の観光動機タイプは？ | 14:35～14:40 |
| 7. グループ討議 2 | 14:40～15:00 |
| 新しいイベントを考えてみよう！ | |
| 8. グループ討議発表 2 | 15:10～15:20 |

参加者 12 名を 3 つのグループに分け、我々のグループ員がそれぞれ 2 名加わり、各グループ 6 名で討議した。



ワークショップ実施中の様子

以下にワークショップで出た意見について、項目ごとに分類した結果を示す。

大項目	中項目	小項目	良かった点	残念な点	必要なこと	項目	新しいイベントの提案
内容	イベントのコンセプト、コンテンツや演出		沢山のイベントがある	ルールが決まっていってうざい	年寄りの潜在能力		三鷹野菜での大鍋イベント
			沖縄のウタヅキ(音楽、映像、語りを融合した総合芸術舞台)。沖縄の戦後70年の時に始まった音楽イベント。語り部が減っている今、三鷹のことも語ってほしい	目玉のイベントがなく、何をすればいいかわかりにくかった	どんな三鷹にしたいから逆算してイベントを企画		とにかく野菜をおいしく食べる会
			信州のイベント。体操やネイルや話し相手	楽しそうだけど楽しめない	視野を広げる。人の取り込み	飲食	三鷹版手煮会
			三鷹PR	見るだけ、お祭りで終わって	当事者意識を感じられる		前市土着祭り。プロの味の体験
			その国の魅力がわかる屋台	飲食メイン	記憶(絵)に残る		和泉多摩川100人飲み会
			それぞれが好き勝手にやっている	農業が関わるイベントが少ない	歓迎されている感。ウェルカム		オクトーバーフェスト
			チームラボのアイデア	イベントの趣旨が良くわからなかった	気楽さ。ワクワク感		食べれるイベント
			街おこし。歴史を伝えるのはgood	イベントの趣旨が良くわからなかった	参加のハードルが低い		社会課題を解決につながる。総メシ
			デザイン性が高くて美しいウリエディブ	その土地に関係ないお店だけだった	みんなが楽しんでいる		先づにつなげるきっかけイベント。総メシ
			珍しい動物に出会えた	知っている人がいないと入り込みにくい	いろんな人を受け入れられる		三鷹版ファーマーズマーケット(毎週)
			大鍋が振る舞われた。見た目も味も楽しめた		運動イベント。市内各所		農業体験、収穫体験
			行く目的がはっきりして良かった。ビアフェス、ウイスキーフェス		おいしいもの(食)	農業	地方だと朝市などがある。三鷹だとマルシェ？
			雰囲気が良い		フォトジェニックなもの		organic ecoに特化した〇〇市
			安くても美味しい食べ物、珍しい物、限定品がもらえる		誰の、何のため？	音楽	ジャズ、クラシックコンサート
					オープンスイート	アート	アート展示、トリエンナーレ
					Welcomeな雰囲気		障害者の展示会、作品展
					段階的な参加をする仕組み	動物	犬フェス
							大お散歩大会
						回遊	緑散歩市内巡り
							サイクリング
						連携	ICUなどの大学とのコラボイベント
							まちなかオープンキャンパス
						交流	国内、都内交流フェスタ
							Co workingスペース交流会
							キネスに毎月チャレンジ
							三鷹会のお祭り
							CCC三鷹駅でも
							地方に行っても楽しめる
						企画物	アド街で見た竹橋でやっている道路に大きな畳を敷いて、カルタをやったり物作りをしたり、好きなことをする？の店、とてもいいなと思った
							障害のある子供達をケアするようなイベントや交流。悩んでいる親御さんたちもいる
							社会課題を解決できる
						着視点	こちゃこちゃ感があるのもOK
							今の三鷹にしばらくは入れない
							コンテンツ宛て色々なイベントを考える
	ターゲット層			プログラムやりたいけど子供向けだけ	多世代、老若男女。使える内容		
				対象が親子向けが多い	若い人が興味を持つもの		
					世代によってニーズが違う		
	イベントの出展者、出演者				年齢によるニーズを調べる		
			多様な出展者				
			沖縄のウタヅキ				
			信州のイベント。体操やネイルや話し相手				
			新しいお店を知れる				
			地元のお店を知れた				
			三鷹PR				
			街おこし。歴史を伝えるのはgood				
			ホテル生ライブ				
			空が広い。スカイランタン				
	イベントで得られるもの		チームラボのアイデア				
			珍しい動物に出会えた				
			大鍋が振る舞われた。見た目も味も楽しめた				
			つながり				
			信州のイベント。体操やネイルや話し相手				
			色々な人に出会える。話せる				
	参加者同士や出展者との交流		多くの方との接遇ができて良い				
			遠くまで近くて身近感				
			同じ業界のイベント。共通の話題があって良かった				
	地元愛の深まり		人とのつながりが感じられる				
			地元愛深める				
	イベントの継続性			マンネリ化	継続性。一過性ではない		一過性ではなく長くモノ。良いコンセプト
設定	日時、開催時間、曜日			期間が短い	時代に合う形・内容にアップデート		いつでもやっている
				土日ばかり			
				こちんまりし過ぎ			
	会場/施設、アクセス、屋内or屋外		雰囲気が良い				
				うるさくてくさいのは苦手	外→三鷹→外への動線。高速バス		空き家の活用
				屋外だと寒くて長時間待たされる			高速バスの(バス停を利用する。観光客の動線を引き込む)
	運営費用、参加費用、出店料、販売物価格設定			天候に左右されやすい			
				前売っ気が悪い	お金がかからず参加できる		
				出店料が高いと売っているものも高くなり、購入しづらい			
	入場者制限			申し込みなど無く、突然参加できるものが沢山あると良い			
				当日フラッと立ち寄ったら、事前予約が必要で残念			
				欲しいものが手に入らない。売り切れている			
	飲食物の提供量、種類、音量、騒音対策、スタッフ教育			うるさくてくさいのは苦手			
運営	混雑対策、暑さ対策			人多すぎ。混雑	人の動線		
				人多すぎた。暑かった			
	安全、セキュリティ対応						
	参加者のマナー対策			うちわウケ。混ざれない			
				地元民が強くて入れない			
				地元の人たちのうちわ感が強くて入りにくかった			
	運営体制、リーダーの交代						
	運営費用の捻出方法、協賛募集						
集客	出展者交流						
告知方法(広告、SNS)	運営スタッフとして関わってもらう仕組み						
バブリティ(話題性)							
その他							

まず、良いイベントに必要な項目としては以下が挙げられる。

- ・フォトジェニックなもの
- ・記憶(絵)に残る
- ・気楽さ、ワクワク感

- ・おいしいものが食べられる
- ・みんなが楽しめる
- ・新しい発見がある
- ・新しい知識が増える
- ・歓迎されている感、ウェルカムな雰囲気
- ・いろいろな人に受け入れられる
- ・オープンマインド
- ・参加のハードルが低い
- ・当事者意識が感じられる
- ・段階的に参加する仕組み

次に新しいイベントとして、提案が多かったのは飲食が一番多く、次に多かったのが農業である。

【飲食】

- ・三鷹野菜での大鍋イベント
- ・とにかく野菜を美味しく食べる会
- ・三鷹版芋煮会
- ・麻布十番祭り プロの味の体験
- ・和泉多摩川 100 人飲み会
- ・オクトーバーフェスト
- ・社会課題を解決につながる絶メシ
- ・先々につながるきっかけイベント絶メシ

【農業】

- ・三鷹版ファーマーズマーケット
- ・農業体験、収穫体験
- ・地方だと朝市などがある ミタカだとマルシェ？
- ・organic eco に特化した〇〇市

飲食については全ての人が興味を示すテーマであり、イベントとして多くの人に受け入れやすいことが考えられる。次に農業については三鷹が都市農業として盛んであるためにイベントのテーマとして挙げやすいことが考えられる。

5) 三鷹と言えば〇〇の調査

國學院大學小林教授からご提案のあった三鷹と言えば〇〇について、市民参加でまちづくり協議会（通称マチコエ）の政策提案資料編⑤（2023 年）の中にあった「三鷹のたから」から主なものを次頁に示す。

分類	三鷹のたから
自然・環境	三鷹駅周辺（空を感じられる場所）
自然・環境	玉川上水
自然・環境	風の散歩道
自然・環境	井の頭公園
自然・環境	井の頭湧水から野川に至る多摩川水系
自然・環境、歴史	井の頭池の自然水と歴史
自然・環境	神田川
自然・環境	横穴墓群
自然・環境	並木道（玉川上水沿い、三鷹警察署前のケヤキ並木）
自然・環境	大成高校交差点山中通から市役所までの桜並木
自然・環境	大沢総合グラウンド前の通りの桜
自然・環境	仙川平和記念公園
自然・環境	野川公園
自然・環境	野川の蜚
自然・環境	ICU学内
自然・環境	丸池公園
自然・環境	三鷹庚申塔
文化	ジブリ美術館
文化	野崎八幡社薬師殿の団子まき
文化	お囃子（三鷹囃子、牟礼囃子、新川囃子、井口囃子、西鷹囃子）
文化	都市農業
文化	神社 例大祭
文化	井の頭弁財天、黒門
文化	野菜の無人販売所
文化	三鷹マルシェ
歴史	太宰治ゆかりの史跡
歴史	山本有三記念館
歴史	北口廃線跡
歴史	高射砲陣地跡
歴史	瀬戸内寂聴さん下宿時代の掘り起こし
歴史	井口院の木の大太刀
歴史	江戸紫
歴史	神明社
歴史	大沢周辺の原風景と水車
歴史	三鷹大沢ワサビ
歴史	天文台のアインシュタイン塔
歴史	天文台と周辺環境
歴史	天文台古墳
歴史	星と森と絵本の家
歴史	三木露風
歴史	中島飛行機
歴史	勝淵神社
歴史	八幡大神社
歴史	跨線橋
歴史	島屋敷の縄文道路
歴史	近藤勇の墓

「大型公園」、「天文台」、「自然」、「都市農業」などイベントに活かせるようなコンテンツは複数あることが改めて分かった。ここには挙がっていないが、三鷹にはアニメ制作会社が多いことから「アニメ」も挙げられる。

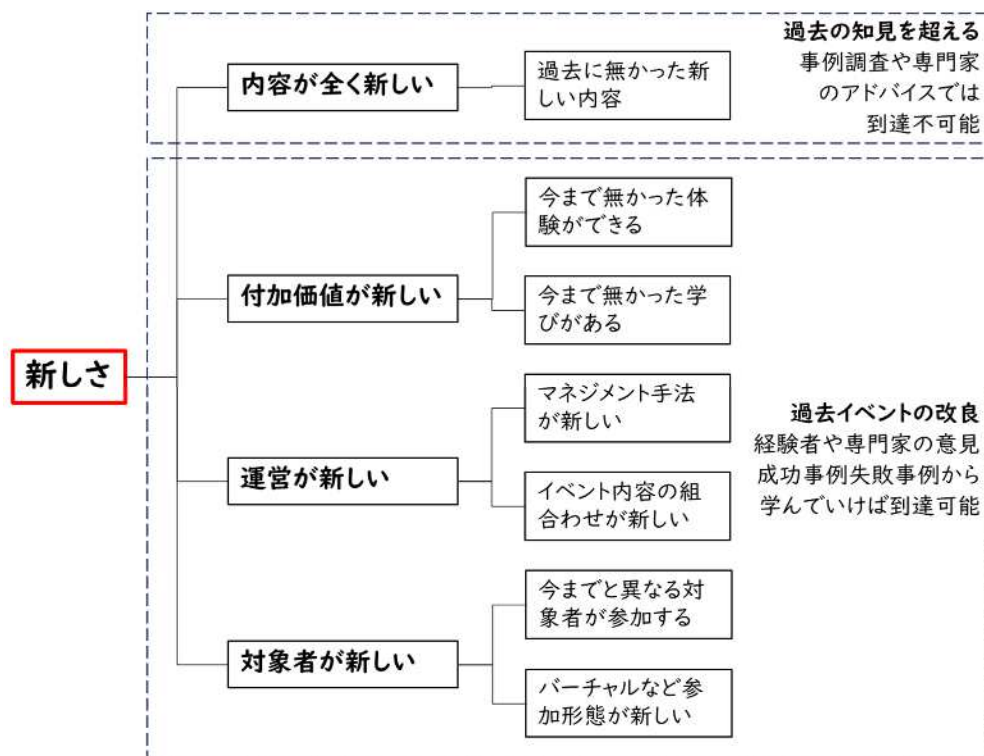
尚、三鷹と言えば「三鷹の森ジブリ美術館」が有名ではある。こちらとのコラボについても検討したいが、世界観を大切にしており、コラボは非常に難しいと聞いているため、慎重に検討したい。

6. 考察

1) キーワード（新しさ、サステナビリティ、新しい経済）についての要素分解

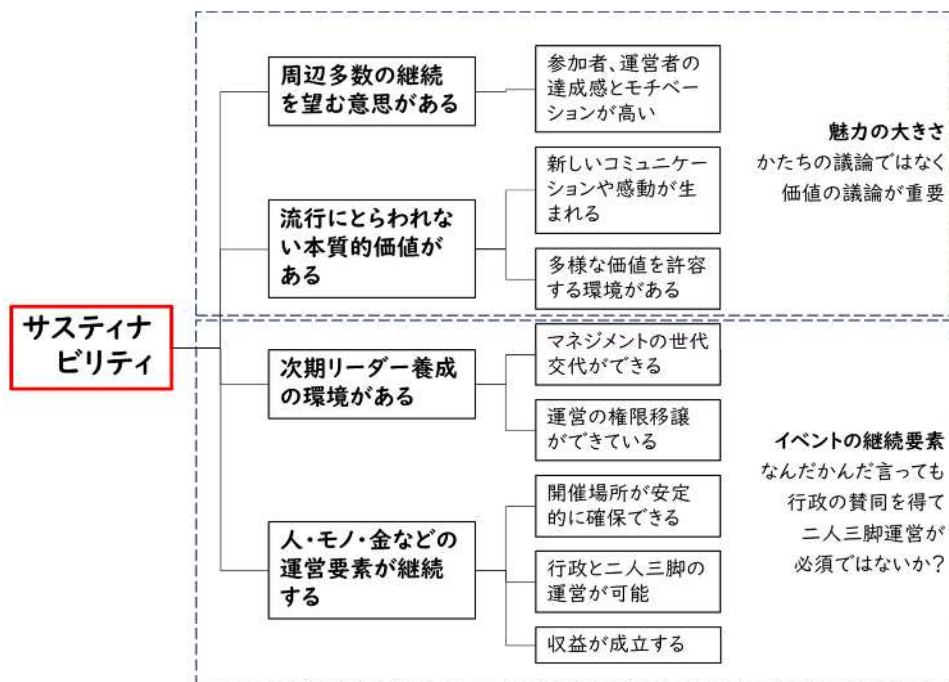
新しいイベントを考案するに対し、改めて、キーワードにしている「新しさ」、「サステナビリティ」、「新たな経済」について、要素分解を行った。

①新しさ



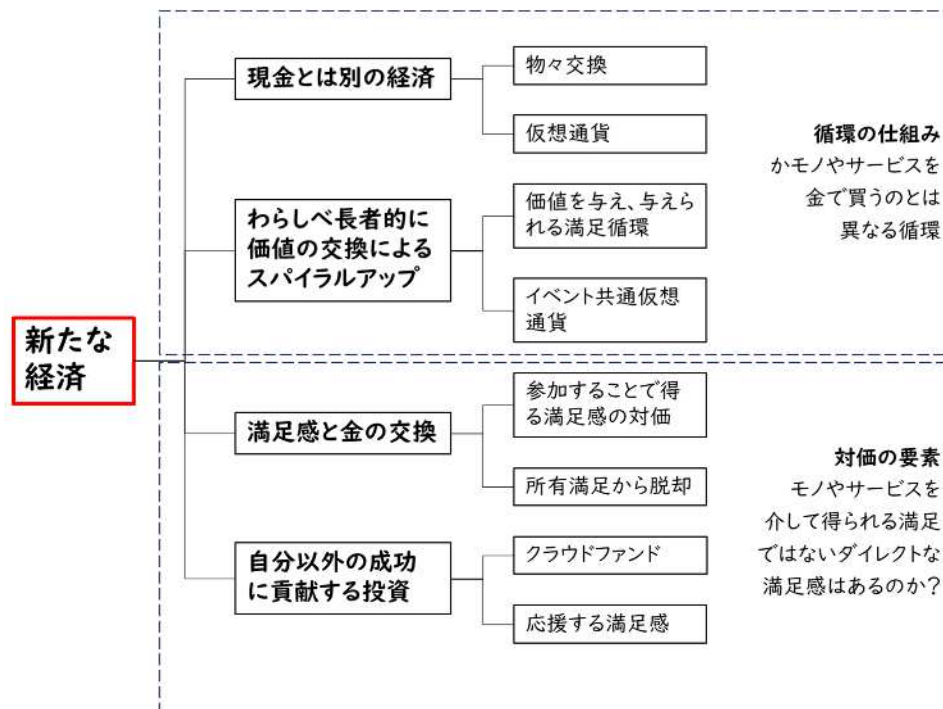
新しさとしては内容が全く新しいだけでなく、付加価値や運営、対象者が新しいことも含まれると考える。更に分解すると、新たな体験や学び、バーチャルによる参加形態なども含まれると考える。

②サステナビリティ



サステナビリティとしては流行にとられない本質的な価値があることが求められるが、運営としてのマネジメントの交代や人、モノ、金が確保されることが必要と考える。

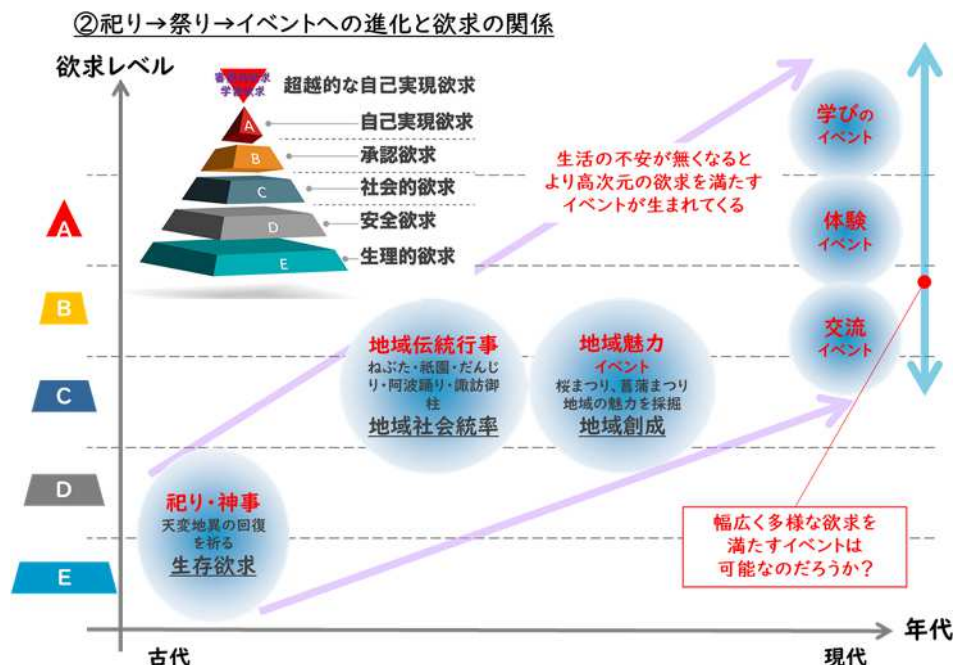
③新しい経済



新たな経済としては仮想通貨や価値、満足感との交換、クラウドファンディングなど成功に貢献する投資などが挙げられる。

2) イベントに参加する欲求についての考察

以下に年代と欲求の関係を模式図に示すが、古代、祭りは生存、安全欲求であったが、現代のイベントは学び、体験、交流により多様な欲求を満足させることが必要と考える。



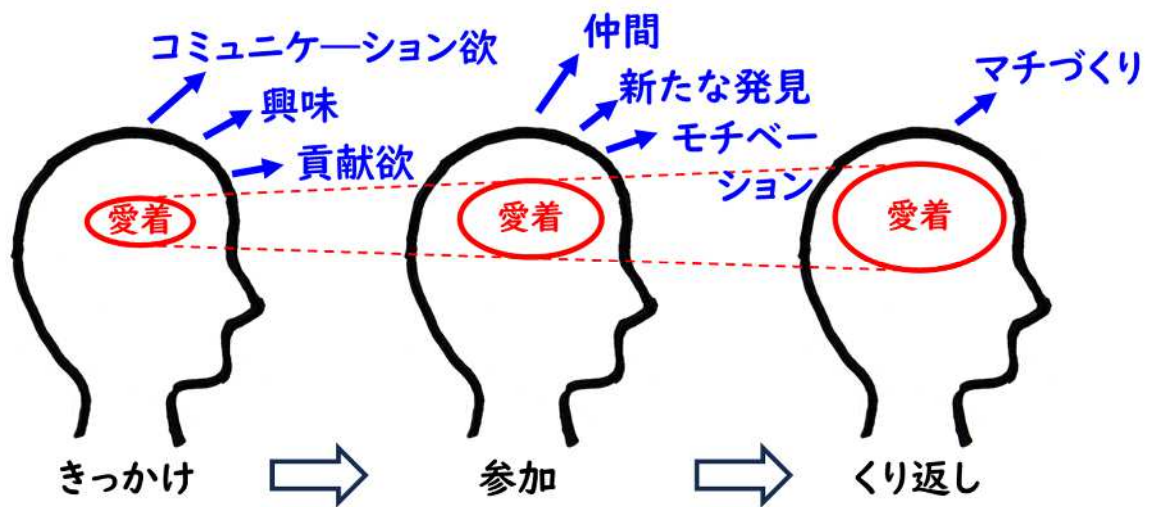
3) まちづくり観点での目的の追加

我々は当初の目的に加え、途中でシティプロモーションの考え方として、「地域（まち）に真剣（マジ）になる人を増やすこと」を追加した。

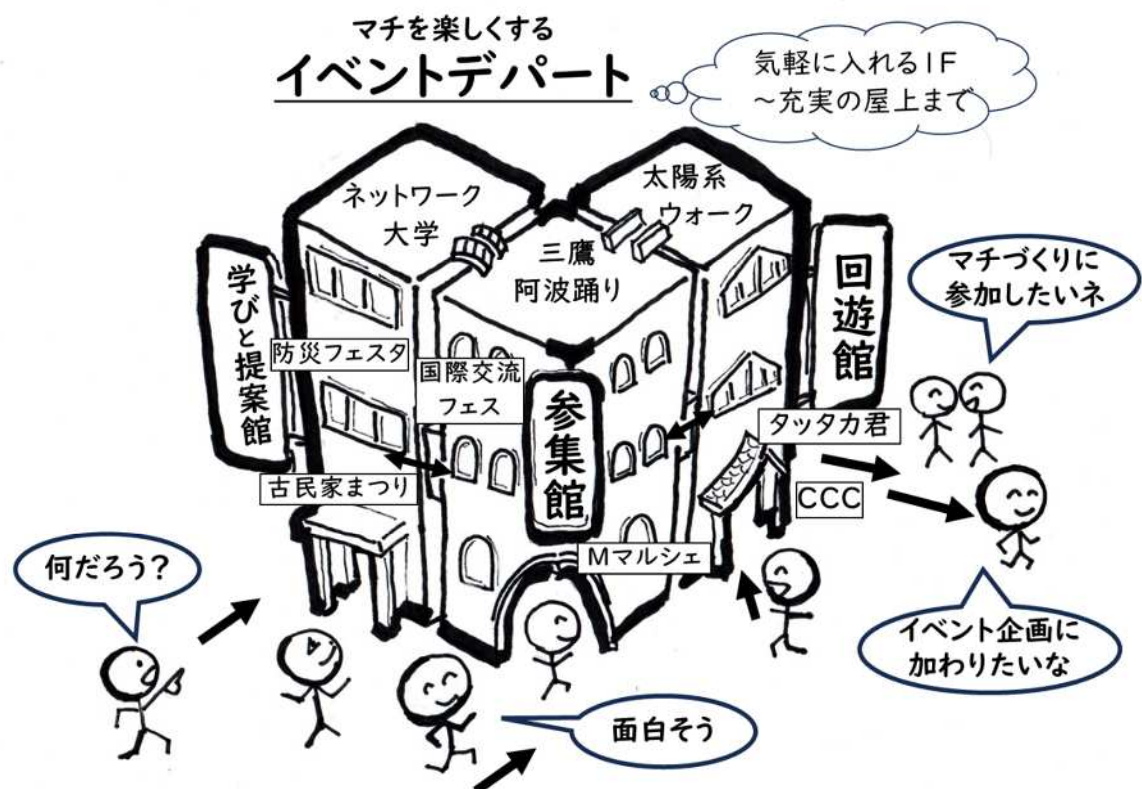


¹)河井孝仁. シティプロモーションでまちを変える. 彩流社. 216pから引用

まちづくりの観点でイベントを考えてみると、次頁の模式図のように、最初は愛着が小さく、友だちを探す、興味を持つ、貢献欲からイベントに参加し、新たな発見があり、貢献欲が強くなり、愛着が大きくなり、そのイベントの運営に参加し、まちづくりに貢献する人が増えていくと、まちが繁栄していくと考える。



これをイベントの内容で分類してみると、以下のような複数のデパート構造が考えられ、それぞれのデパートの階は参加しやすさとなっており、人により興味のあるデパートに入り、参加することでイベントやまちの魅力を知り、イベントやまちづくりの運営に加わりたいという意欲をもつ人が増えるものとする。



実際に我々が実施したワークショップにて、ワークショップ開催後に運営側への参画の打診を行ったところ、12名中2名がその意思を示し、その後の我々の活動に加わっている。

4) 我々が目指すイベントに必要な項目

イベントの内容に加え、イベントで得られるものや、心地よさ、サステナビリティについて、必要な項目を以下に示す。前段の欲求でも記載したが、新しい知識、体験、交流が重要なファクターと考える。

大分類	小分類	我々が目指すイベントに必要な項目
イベントの内容	コンセプト、コンテンツや演出	フォトジェニックなもの、美味しいものが食べられる、記憶(絵)に残る、幅広い年齢層に受け入れられる、その地域の魅力が盛り込まれている
イベントで得られるもの	新しい知識 新しい体験 参加者同士、出演者との交流 地元愛の深まり	視野が広がる、知識が増える、地元への理解が増す 初めての経験ができる、参加して得られるものがある 家族、友人と楽しい思い出になる 地元の人と交流ができる 地元への愛着が増し、貢献したい意識が高まる
心地よさ	運営側の対応	オープンマインド、Welcomeな雰囲気、気楽さ、わくわく感が高い⇒必要運営員の確保、運営手法の確立、運営員の教育
サステナビリティ	運営側の世代交代 イベント内容の進化	運営マニュアル整備、次世代リーダー育成 参加者の声を次回に反映し、内容を更新

5) イベントコンセプトの立案

今までの結果、考察を踏まえ、以下のイベントコンセプトを立案した。

- ① 続くのは、メリットと愛着。それを支えるしくみとヒト
- ② 来たくなる、と、来てもらう、の相互作用が必要
- ③ 三鷹の印象をナビゲートしていく新しい言葉、デザインが必要
- ④ 参加を契機に共感し、担い手となる仲間（マチ友）を作る

6) 新しいイベントの提案

以上からメンバーで検討した新しいイベントについてのアイデアを示す。

テーマ	イベント名	イベント概要	三鷹との親和性	イベントによるメリット		良いイベントに必要な要素
				参加者側	主催者側	
三鷹野菜	ミニ農業祭	三鷹駅三角広場で定期的に実施	都市農業	新緑な野菜が手に入る	三鷹の野菜を知ってもらえる	新しい発見がある 美味しいものが食べられる
三鷹野菜	野菜のダシ販売	三鷹の色々な野菜を使ったダシを作って販売	都市農業	参加者が料理のレパートリーが広がる 通年使える	くず野菜を活用できる 農家は野菜の販売量が増加する ダシが三鷹の名産になる可能性あり	新しい発見がある 美味しいものが食べられる
三鷹野菜 飲食	創作料理	Mマルシェなどで飲食店が三鷹の野菜を使って創作した料理を試食販売。レシピも公開 人寄せとして大鍋	都市農業	参加者は料理レシピを公開してもらえれば料理のレパートリーが増える	三鷹の野菜を知ってもらえる 農家は野菜の販売量が増加する 飲食店は認知度が上がり、来客数増	参加者が楽しめる 新しい発見がある 新しい知識が増える フォトジェニックである 美味しいものが食べられる
音楽 アニメ 太陽系	太陽系アニソン歌唱	駅前ロータリーで太陽系のテーマに合ったアニソンを歌う	アニメ、太陽系、駅前ロータリー活用	定期的にアニソンが歌える	駅前が明るくなる にぎわいの創出	新しい発見がある 参加者と出演者が交流できる
(例) 阿波踊り	阿波踊りミニイベント	阿波踊りに関連するミニイベントを1年中行い、阿波踊りへの関心を高める	阿波踊り	阿波踊りを踊ってみたい人が気軽に参加できる	阿波踊りの魅力を多くの人に知ってもらえる	地元の人と交流できる 初めての経験ができる
複合	秋の七星まつり	既存のイベントを組み合わせ7週に渡って各惑星に関連したイベントを行う	太陽系、星マルシェ	星のモチーフが人気	天文台のある街のアピールができる それぞれのイベントの参加者が増える	地元への理解が増す 新しい発見がある 新しい知識が増える

① 三鷹の農業をテーマとする

三鷹では都市農業が盛んであるため、こちらを活かしたイベントや企画も検討したい。アイデアとしては以下の提案が出た。

- ・三鷹駅三角広場で定期的なミニ農業祭を行い、新鮮な野菜を販売する
- ・三鷹の野菜のだしを作って販売する
- ・Mマルシェなどで、三鷹の飲食店の協力を得て、三鷹の野菜を使った新たな料理を試食販売する

② 太陽系にちなんだアニソン歌唱イベント

- ・三鷹駅前ロータリーで太陽系や星にちなんだアニソンを歌うイベントを定期的（月 1 回など）に行う。

③ 毎月のミニイベントを開催

- ・例えば阿波踊りに関連するイベントを一年中順番に行い、本番の日を楽しみにする。イベントに行ってみようという気にさせるもの。

④秋の七星めぐり

- ・9, 10, 11 月の季節の良い時期に、既存イベントも組み合わせて、7 週に渡って各惑星の名前を冠としたイベントを開催する。

7. 今後の進め方

新しいイベント創出については、イベントコンセプトに基づいて、ブラッシュアップを行いたい。その後、創出したイベントについて、縮小版で実証実験を行い、検証を行いたい。

更に、これまでの研究を活かし、参加者がイベントの担い手になる仕組みも検証したい。

8. 謝辞

本協働研究事業を進めるにあたり、まちづくりと観光についての助言を頂いた國學院大学の小林先生、中間報告会で講評、助言を頂いた亜細亜大学の岡村先生、東京農工大学の工藤先生、電気通信大学の水戸先生、先行事例インタビューに対応して頂いた皆様、研究事業の各種サポートを行って頂いた三鷹ネットワーク大学推進機構の皆様に、心から御礼申し上げます。

9. 参考文献

- 1) 河井孝仁. シティプロモーションでまちを変える. 彩流社. 2016 年. 216p
- 2) 増淵敏之/安田亘宏/岩崎達也. 地域は物語で 10 倍人が集まる. 生産性出版. 2021 年. 259p
- 3) 破田野智己/竹澤智美/杉本匡史/徐貺哲/森川貴嗣/東泰宏/渋谷一夫/長田典子.

地方活性化に向けた旅行者のニーズの定量的調査：観光動機に基づくタイプ分類と体験意欲の把握. <https://magazine.serviceology.org/2022/10/04/1004/> 2022/10/4 閲覧

4) 三鷹市市民参加でまちづくり協議会 政策提案資料編①～⑥、2023 年

10. インタビュー内容詳細

1) 國學院大學小林教授との Web 対談

●なぜ今回ご協力くださったのか

大学の教員の仕事は、研究・教育・公務・社会貢献である。

社会貢献としては、所属学部のテーマである観光まちづくりでは、観光地経営「DMO」が観光庁の一丁目一番地の政策になっているが、日本では 300 以上指定（登録制）されており、その支援は個別で結構行っている。北海道から沖縄まで取組みがあるが、観光協会のブランディングとして八王子市の高尾山も最近の事例である。観光DXをどう使うか、専門家として入り日常的に活動している。

インバウンドの研究もしている。前職は旅行会社（JTB）で、インバウンドを扱う（株）JTB グローバルマーケティング&トラベル（JTB GMT）を立ち上げた。地域連携協定ということで行政からの依頼を大学が受ける場合もあるが、基本的には研究者がそれぞれの地域と関わりを持って研究や支援等を行っている。

●ご質問内容 10 項目について

与えられた設問に答える前に理解を深めたいので対話したい。

まちづくりを行うことと観光施策を行うことは、これまで別々に動いていた。しかし大都市のほか、倉敷をはじめとする伝統的建造物保存地区など、まちづくりを観光に訪れている人が増えてきたため観光施策を無視できなくなっているという動きが生まれていて、一方で、観光産業の人たちにとっても新たな注目すべき動き、例えば宿泊施設の中だけにとどまらず町歩きをしたい、旅館以外のところで美味しいものを食べたいなど町を見るというニーズが増えてきていて、観光に携わる人たちも町や地域の住民と関わらないといけないということになり、観光から町を見る動きも生まれている。観光産業と地域は分離した状態ではなくなってきていて、現在、両方が融合する形で観光まちづくりの考え方がある。観光もまちづくりもそれぞれ膨大な実践例があるが、観光とまちづくりをどう融合させていくかという視点の実践事例に関しては少なく、新しいものである。今回の研究事業においては観光まちづくりの視点が良いのではないかと思ったがどうか。

<委員会>納得である。

三鷹市がやってきたまちづくりと三鷹市の観光、商業に何があるのか、は押さえておくべきポイント。井の頭公園もあるがやはりジブリ美術館は無視できない。年間 57 万人が訪れている。ジブリ美術館は JTB GMT 時代にインバウンド向けにチケットを卸してもらうなど交流があったが諸々の規制があることも実感している。一筋縄とはいかないのは承知しているが、長く対話をしていくことも必要であると思うし、王道としてはスピルオーバー効果（思わぬところに経済的効果が生まれること）を狙うという考えもある。

●ビジョンの設定のしかた

パリと言えバエッフェル塔というのはオーガニックイメージ（誰もが想起できるイメージ）となっているが、そういったものが三鷹ならば何か、を考える。

フィンランドのオーロラもマーケティング戦略上作ってきたもの。言い続けることは大切。イギリスと言えバロンドン塔がオーガニックイメージ。

＜委員会＞やはりジブリだろう。井の頭公園もあるが吉祥寺にイメージを取られている。

井の頭公園は実は三鷹という推しにするか、ジブリは連携には時間がかかることを承知で検討するか。考えるイベントもそれを意識すべき。ディスティネーションという考え方やパーパス経営という考えを持つことが肝要。

＜委員会＞八王子はシティプロモーションがうまいということでマチコエでは注目していた。

八王子は高尾山一強である。登山客、ハイキング客はお弁当を持参することも多く地域にお金を落としてくれない。よってブランディングとともにそれに基づく名産品を作る、地元のものを使った食べ物や工芸品を検討しているところ。

●持続可能という観点について

三鷹市にずっとあって変えたくないもの、昔からあるもの、受け継がれているもの、皆が当たり前だと思っているものはあるか。三鷹市の「〇〇文化」は何か。餃子の町、カフェ文化、ジャズの町、うどんの消費が多い、浦和はスパゲティの消費1位等、が他地域にある。

＜委員会＞三鷹は農業が盛ん。キウイ。緑が多い。23区に限りなく近いのに緑が多く庭先販売も。三鷹と言えバ農業なんて今のところ誰もいないから良いのでは。

緑と水の公園都市と市のHPにもあるが緑と水の公園都市は日本中、世界中どこにもある。悪くないがオーガニックイメージに近づくためにもう一歩。他にないのか。

＜委員会＞バラフライピー、キウイ、ワサビ田の保全活動、自分たちではキウイが特産と考えワインやビールも作っている。比較してどうかという課題はあるが特徴として物語ろうとしているのはキウイ。ただキウイも量産しているわけではないし、ワサビもボランティアの取り組みは良いが食べられるほど生産できていない。ジブリは収容できる。売りに出すときに押し出したあとに何を見出すのかということを同時に考えないとプロモーションとして弱いのではないかと思った。これから作っていくジブリ第二は何にするか、押し出すときの最初の一歩目、積み上げていくときのステップが知りたい。アドバイスいただけないか。

イベントは媒体でしかない。伝えたい内容が必要。方法は二つあり、新しく“ゼロイチ”にするのか、『宝さがし』で発掘できないのかということ。マチコエでやらなかったのか。

＜委員会＞議論したしワークショップも行い意見を集めた。政策提案にまとめるための材料とした。このデータはどこかに公開されているようなので振り返ることは可能。活動の中では文化づくりはできていない。それを今やると良いのだと思った。他グループも調べていた。それも掘り起こしたほうが良さそう。

見直したほうが良い。そしてどこかで振り切って決める必要がある。その町では誰もが皆食べているというフルーツ（ポポ）は地域外では知られていないというようなことがある。島根県でカレーライスにサザエを入れるのが当たり前の島があった。これをクロスアップしレトルト販売したら反響があった。たとえばサザエカレー祭り等を開催するなどして知らしめるとイベントがメディアになり違和感なく定着することになるのかもしれない。

●その他

○行政と関わっていくにはどうやって進めていくことが良いのか。観光協会や市と話し合いもしているがすぐに進むものでもない。DMOを考えたほうが良いのか。300以上とはどういう方たちなのか。市からジブリは厳しいと聞いている。切り込み方を教えていただきたい

市民活動が継続する例は巻き込むことである。文豪文化もいいし、農業を使ったスイーツ作りだとしたら農家を巻き込む。相模女子大学でゼミを持っていて社会課題を解決するための取り組みをしているが、成功事例を見ると共感者を増やしてお金があとかつてくるパターンが多い。皆さんが核となって賛同してスキルを持っている人を巻き込んで増やす。＜委員会＞みかた阿波踊りは商店街から始まったが市が予算を出すまでになった。良い事例であるが他にも考えたいと思っている。

○『宝さがし』について。社会課題の解決を新しく作るというのはどうか。CCCの事例もある。環境問題や社会課題に取り組むことはZ世代には受け入れられやすい。高校時代の授業で扱っていることもあり身近である。三重県鳥羽市では観光客も巻き込み海岸のゴミ拾いに取り組んでいて回収した廃棄物で地元のアーティストが作品を作ったりしている。ストーリー性があることも良い。例えば三鷹市のCO₂排出量や水の消費量を調べてデジタルで把握して日本で一番環境に配慮した取り組みをしている市ということにするとか。どこを尖らすかが大事。尖らせたもの以外はどのようにするのだという話もあるが、振り切るほど傘が大きくなって裾野が広がりもっと巻き込めるようになる。

2) CCC (Cleanup&Coffee Club) みたかだいインタビュー

●CCC との出会い

- ・豊島区に住んでいて CCC に出会った
- ・三鷹台でシェアハウス（賃貸住宅）を計画していた
- ・豊島区は街づくり活動が活発

・CCC は若者の居場所づくりとして、活動をサポート（資金援助？）している

●三鷹台 CCC 前夜 ～三鷹台ゴミ拾い活動の歴史～

- ・三鷹台には元々ゴミ拾い活動の下地があった
- ・小学生の発案でゴミ拾いがスタート「プラモンやっつけ隊」
- ・2年前、三鷹市からの依頼で「三鷹台周辺のまちづくりを考える会」創立
→活動の一環にゴミ拾いもあった
- ・道路清掃「みちパートナー」として市への申請もできていた→ゴミ袋、トングの配給など
- ・エコフェスタ開催(2022. 3. 20)（フェスタ後に参加者でゴミ拾いを行った）

●荒金さんの考える CCC のポイント

- ・地域の顔の見える関係性
- ・ライトな友達作り
- ・交流がメイン
- ・ゴミ拾いガチ勢としては不満足
- ・手ぶらで気軽に参加できる

●今後の改善点（予定）

- ・参加費無料を有料化←運営費のため

※池袋には参加者の中にカフェなど飲食店オーナーがいて、交流会の場所、ドリンクを提供している。三鷹台には該当者がいない

●CCC の運営

- ・主催がやることは、日にちを決めて告知するくらい
- ・創業者が作成したマニュアルもある

※ロイヤリティなど金銭的なやりとりはない

●参加して欲しい人 ※基本、誰でも OK

- ・既存の街の活動に参加していない人
- ・地元の友達がほしい人
- ・居場所がないと感じている人（ここに居てもいいと感じる）
- ・話すのが苦手な人（交流会、カフェ会が苦手な人）
- ・20～30 代、子育て世代

●集客方法

- ・チラシの掲出（駅前、西野園等 6 か所）
- ・「まちづくりを考える会」を通じて
- ・インスタ、FB、LINE オープンチャット、口コミ

●集客で今後やってみたいこと

- ・外国人シェアハウスへの声かけ

●参加者の声

- ・地域のイベントは町会に入っていないと参加しにくそう
- ・開かれている印象

- ・若者向けと認識

●成功の指標

- ・参加人数 10 人以上、ただし配慮できる人が希望。参加者数は萌え木のキャパが上限 (30 名)
- ・リピーターも大事だがそれ以上に新規参加者（内輪感がないこと）
- ・3 回目にして自分の活動を告知する人がいた
※池袋は交流タイムに告知タイムがあり、活発
- ・告知内容は趣味的な感じの内容

●成果

- ・参加者同士が会話、交流ができている、交流の雰囲気（孤立している人がいない。）

●実施内容

- ・集合場所で自己紹介タイム、
- ・名前、来たところ、共通テーマ（毎度設定、最近ハマっていることなど）
- ・1 組 5 人程度に分かれ、街ブラしながら 30 分間ゴミ拾い
- ・萌え木で交流カフェタイム
- ・事前準備はほぼない。（やっていることは、告知、ゴミ袋を市に取りに行く、実施日の翌日にゴミを回収してもらうための連絡、当日飲み物の調達、コーヒータيمの設営、後片付け）

●CCC を始めるにあたり

- ・本部へ連絡（オンライン）説明会に参加
- ・CCC 視察（くすのき荘） ※参加当日は、他地域で実施準備中の人もいた

●気になる点、課題

- ・元々のゴミ拾いのメンバーが初回だけの参加でその後来ていない（シニア 4～5 人）
- ・人数が多すぎても交流が疎遠になる
←事前申し込みは受けていないので人数が読めない
- ・シニアも入れる雰囲気が弱い
- ・運営寄りの参加者の育成（発見？）
…活動の周知、ゴミ拾い時の先導役、参加者への声かけ／配慮、雰囲気作り
- ・運営費用捻出

●CCC オリジナル（豊島区西池バレー）

- ・参加者：20～50 人
- ・街づくりやボランティア活動に対し熱量がない人でもいやすさがある
- ・リーダーっぽくない人が先導
- ・参加者が中の人化していく
- ・周知、ゴミ拾い、先導役、声かけ

●CCC みたかだいのキーワード

- ・友達作り
- ・そこにいても大丈夫

- ・主体的な参加
- ・次の市民活動、地域活動への入口
→荒金さんはご自身の「萌え木」でのイベント主催の候補者探し
- ・面倒くさい、重いと感じさせたくない
- ・ゆるさ（雨の日は中止、暑いので8月は中止、冬も寒かったらやめるかも）
- ・ポスターはオリジナルが本部で用意されており色は変更できる。三鷹台は「みどり」を採用。荒金さんが環境に関心があり、自然が好き。また、「みどりは若者にささる」とアドバイスを受けた。

●課題

- ・近隣のCCCはどうしているのか？

●継続

- ・何かに迫られてやっているわけではない
- ・続けられるように考える
- ・運営はシンプルで誰でもできる
- ・参加者のやってみたいこと叶える

●CCCと地域活動の絡み（バックエンド）

- ・萌え木でイベント（ヨガ、フリマ等）をやってくれる人を探している
- ・「三鷹台周辺のまちづくりを考える会」への参画
- ・本来は何かやってみたい人を応援したい側

●運営資金

- ・初期費用を地元町内会三鷹台周辺のまちづくりを考える会？からの援助を依頼中

3) みたか太陽系ウォークインタビュー

●イベントを始めたきっかけや当初の目的は何でしたか？

2009年世界天文年が契機となり、三鷹市と国立天文台とNP0法人三鷹ネットワーク大学推進機構が中心となって、①科学文化の醸成と、②地域の活性化、市のにぎわいを目的とする2軸で開始した（特に①）。

●イベントのコンセプトや特徴をどのように決定しましたか？

狙いは科学文化の醸成と地域の活性化、市のにぎわいであった。イベントのコンセプトのベースに「天文台があるまちみたか」があった。

景品の一部にも専門家による天文の解説を付けている。

地域のにぎわいとして地域を巻き込むためにスタンプラリーとした。

●ベンチマークしたイベントはありますか？

なし

●ターゲット層をどのように設定し、どのような方法で集客していますか？

ターゲット層は設定していない。集客は①市内の広報と、②お店のポスター。そのほか、三鷹駅の横断幕、SNS。

市外についてはチャンネルが無いので、積極的には行っていない。2023 年には Web 版のリビングむさしの誌には掲載された。また、昨年は開催初日にセレモニーを実施したことで、東京新聞の地方版に掲載された。朝日新聞にはイベント終了の頃に、天文の街として星マルシェなどとあわせて掲載された。

● イベントの成功を測る上で、最も重視している指標は何ですか？

景品交換に来た参加者へのアンケートでの満足度を指標としている。毎回、80～90%の人が満足したと回答している。また、アプリのダウンロード数も確認している。

● これまでの開催で最も成功したと感じる点は何ですか？その要因は？

外部からの評価で、2016 年に国際天文学連合から、継続的な取組とその内容が大変ユニークと紹介された。更に、2019 年国土交通省が実施する「地域づくり表彰」審査会特別賞を受賞した。

● イベントの運営で最も苦労した点や課題は何でしたか？どのように克服しましたか？

コロナ前に協力店舗数が 270 に増えて、スタンプ台のメンテナンスに苦労した。外に置いておいて台風が来ると使えなくなるため、事務局は交換する対応に迫られた。リアルスタンプからデジタルスタンプに変更してからメンテナンスが楽になった。

● 太陽系ウォークの成功のために必要な要因は何だと思いますか？

どれだけ企業やお店やサポーターを巻き込んでいけるかが成功の要因。6 月と 11 月に開催する実行委員会には JR 三鷹駅やジブリ美術館等が入っているため、これらの企業と連携した企画ができることが良い（個々へのアプローチでは無理そうなところも、実行委員会に加わってもらっていたから、タイアップイベントが実施できた）。

● 地域や会場との関係性がイベントの成功にどのような影響を与えていますか？

「天文台があるまち三鷹」という地域性。ネットワーク大学の受講生に関心のある分野についてアンケートをとると、天文学が上位に入る地域の特性が影響していると考えている。ちなみに同アンケートでは①天文学 約 3500 人、②歴史 約 3000 人、③文学 約 2800 人、④経営 約 1800 人、⑤教育 約 1700 人となっている。

● イベントの継続的な成長や進化のために、どのような工夫をしていますか？

常連を飽きさせないことと、初めての方でも参加しやすくする工夫。関連イベントの 8 割は定番とし、毎年 1,2 つは新しいイベントを入れている。2023 年は GPS 機能を用いてデジタルスタンプを取得できるようにしたが、そうするとお店の数十mまで近づくだけでスタンプが取得できたため、お店への集客に貢献できなかった。今年は QR コードを読み込むことによりスタンプを取得できる方法にし、お店に行かないとスタンプが取得できない仕組みに変える。また、デジタル化する前はスタンプ用紙を持って参加していたので参加者同士がお互いを認識できていたが、デジタルに変えてからはお互いが認識しにくくなったため、参加者同士の交流が難しくなっている。来年は参加者に景品をつけてもらうように呼び掛けることを検討するなど参加者同士が認識できるような工夫を検討している。

● 参加者の満足度を高めるために、特に注力している点は何ですか？

初めての方にハードルを低くする。例えば昨年はデジタルスタンプラリーの他にゴム印を

用いたキッズスタンプラリーを同時開催（子ども以外も参加可能）し、全 10 個のスタンプのうち 5 個のスタンプ取得から景品交換対象とした。

景品引換時には参加者アンケートを実施している。今後は参加店舗へのアンケートを実施していきたい。

- 今後のイベント運営において、改善したいと考えている点や新たな挑戦はありますか？
15 回も行っているので、大幅な変更は考えていない。自分（山下様）が担当の間は、毎年 1 つか 2 つ、新たな要素を取り入れていきたいと考えている。
- タイムマシンに乗ってもう一度最初からやり直せるとしたら、今と同じ形にしますか？
メンテナンスの観点からデジタルスタンプラリーのみで開催したい。デジタルとアナログのバランスを取るのが難しい（両方ともしっかりやる、というのは人的資源が不足。事務局は 4 名で、通年フル稼働に近い）。
- デジタルに移行後、参加者や参加店舗について何か変化が見られたか。（意識や行動）
デジタルになって、参加者や店舗が減った。必死に回ってコンプリート 1 番乗りを目指す人たちが少なくなった。
- 上記をふまえて、参加者、参加店舗、サポーターに今後期待することがあるか。
参加者や店舗は長く行ってほしい。サポーターも長く携わってほしい。＊
新たなイベントの継続性には関わる人や組織との関係性が鍵になるだろうとの考えによる質問です。
- 他のイベントのコラボ（例えばタッタカくんアプリ）は考えておりますか？
タッタカくんアプリに関しては、関連イベントの一つである「太陽系ウォーキング」のコースを同アプリの方が流用した。
他のイベントに彗星スタンプ（日にち限定。近隣市のこともあった）を置いて、スタンプを集めることも過去は行ったが、今は行っていない。
- 通年化も検討していると聞きましたが、検討内容を教えてください。
毎年、1, 2 月から検討を開始して、6 月に実行委員会に企画内容を諮り、10～11 月に 40 日間行うので精一杯。通年化はもっと人員を増やさないと難しい。また、スタンプラリーは、期限を設けて、その期限内にスタンプを集めるイベントであると考えているので、通年化は考えていない。
（この「みたか太陽系ウォーク」は「三鷹の森科学文化祭」という通年イベントの 1 つという形にはなっているとのことだが、事務局がたたき台を準備し、実行委員会を開いて実施という流れが定着しており、特に通年化を意識している、という印象ではなかった）
- 太陽系ウォークのような個人で参加できる回遊イベントと、阿波踊りのような参集イベントを比較すると、参集イベントの方が熱量が高いが、太陽系ウォークにおいても熱量を上げることを考えないのか？
熱量を上げることよりは、参加の敷居を低くする方を考えている。初めての人が参加しやすく、定着してくれるとよい。

【その他】

ターゲットを絞らず、参加者全員を対象としたアンケートを毎年行っている（参加回数（1回目、2回目、3回目以降）や、年齢などの情報は集めていて、属性別の違いが「ない」ということがわかっている）。

アンケート結果を翌年の企画検討に反映させており、事務局が知らなかった潜在的ニーズに気づくことができた。例えば毎年色を変えて景品としていたバンダナをやめたところ、バンダナを集めている人がかなりいることがわかり、復活した。過去の景品を身に着けてスタンプラリーに参加する呼びかけを検討している。

4) 三鷹阿波おどりインタビュー

●阿波おどりの魅力

お囃子に魅力を感じている。お囃子、見せるおどりが魅力

●阿波おどりを三鷹に取り入れた経緯

そもそも駅前地区活性化。昭和 43 年に徳島うずしお連を呼び、商店街中心に地域活性でスタートした。平成元年、阿波おどり振興会を立ち上げた。

●なぜ阿波おどりだったのか

夏にイベントをやりたかった。盆おどりの希望は多かったがスペースが必要。駅前にスペースがなくて、阿波おどりが選ばれた。四国出身者がいると始めやすく、越谷も徳島出身者がいた。

高円寺が昭和 32 年で先に始めた。中央線沿線では西八王子や大月、神楽坂、今年は神田が初めて始めた。

●57 回継続しているポイントは

実行委員のメンバーはずっと中心になって引っ張ってくれた人がいたが、高齢化している。お手伝いが難しい。人が必要だし、お金の問題もある。継続は難しい状況。

出演する側はやりたいとの要望があり、連から実行側に移ってもらっている。ただし、未来永劫続いていけるかはわからない。

●商店街、まちづくりとの連携

コロナ明けに代替わりし、何もわからずにスタート。役員から教えてもらって、最初は踊ることができれば良いかという程度であった。ここ数年抱いているのは阿波おどりだけで終わりがたくない。阿波おどりが好きでない人はどうすれば良いかと、観覧に来てもらえることを考えている。キッチンカーを呼ぶとか。場所が狭いという問題もある。昼間の活用も検討している。三鷹は農業がさかんなので、野菜の直売を昼に行うとか。農業体験にもつなげられないか。三鷹でも上連雀、下連雀程度でしか知られていない。小学校の教科書に阿波おどりが掲載されているので、阿波おどりの実演を全域に広げたい。三鷹の小中学校全校にちらしを入れていなく、若手の委員に指摘された。来年から全校配布を行ってきたい。SNS 発信も行っており、市役所連のショートムービーはジブリの SNS 登録者が多く入っていて、視聴者数が多かった。

●代替わり

コロナ前までおられた中心人物が、コロナ明けに降りてしまった。振興会役員年齢層は高い。若手は状況を分かっていない。一昨年は1日だけ昼間開催でリスタート。各連から募ったメンバーで行った。今後は次世代を巻き込んでいかないと同じ状況になってしまう。運営のマニュアルがルール化されていないし、書いてあるものがなかった。今はある程度の記録は残している。

再開は昨年度、実行委員会10人で、観光協会も参加して、2か月毎週コミセンで夜10時まで打ち合わせでゼロから作った。市役所、警察署、消防署、への折衝などなど。今年は隔週の打ち合わせで実行出来た。

●高円寺、小金井との連携は

三鷹は高円寺を招いてきた。高円寺を良く知っている人がいた。高円寺からも来てもらった。高円寺は規模が大きい。連協会所属連を呼ぶと出演料が取られる。予算が厳しいこともあり、また市内連のレベルも上がってきたため、高円寺の招聘をしないようにした。ただ、飛び入り連のお囃子には高円寺から来てもらっていた。密になる状況等を考慮しコロナ禍開けからは飛び入り連の設定をなくしている。予算の関係もあり、今年も飛び入り連の設定は無しにした。

お客さんも踊りたくなるので、飛び入り連を各市内連からお囃子を出せばできるので、再開の構想はある。

小金井との連携は出演のバーターがあった。三鷹の連が出先に出演して関係性ができて、三鷹でも出て頂くこともあった。八王子の連も来るようになり、大月からも連がきて、こちらからも行く。

連の中でも交流がうまい、下手がある。みたか連・みたか銀座連は徳島の連とも交流がある。目標は徳島で踊りたい。

●三鷹ならではの？

徳島と比べ、三鷹は道幅が狭いので、観客との距離が近い。また、中央通りでの踊る距離が長かったのが売りだった（踊りきるのに20～30分かかる）。温暖化で暑くなってきていることもあり、コロナ禍開けからは半分に区切った（10分程度の所要となった）。

●開催時間

コロナ前には夜の6～9時で開催していたが、これだとお客がそのまま帰宅してしまう。コロナ明けは5～8時で終わりにした。終わった後に飲食をしてもらえるので、お店がにぎわった。

●最も重視している指標

見に来てくれる方に楽しんでもらうことを考えている。連は自分たちの踊りを重視している。踊り方には3つある。高円寺は道が狭いので、流しおどりのみだが、三鷹は輪おどり、組おどりができる。連員数が多いところは組おどりができるが、少ない、もしくは練習が少ない連は組おどりができないので、うまく分けて披露してもらっている。

継続的には阿波おどりだけでなく他のものも取りいれていきたい。例えばサッカーの試合

では試合前にイベントを用意している。阿波おどりが好きでない人も巻き込みたい。認知されるために色々していきたい。

●最も成功したと感じる点は？

達成感を感じたのは日本開催のラグビーワールドカップで、三鷹の連が集まって、味の素スタジアムにおいて 300 人で阿波おどりを披露したのが、良かった。

5) 三鷹国際交流フェスティバルインタビュー

●イベントの歴史と背景：三鷹青年会議所が中心となり、国際交流を目的としてスタート。

その後、国際交流協会が主催となり、規模が拡大し、三鷹市も PR を目的に資金協力している。地域住民参加型の大きなイベントへと成長。

●運営体制：実行委員会を中心に、学生ボランティアと地域住民(四小が中心)、行政が協力。

●特徴：多様な文化体験、出店している人も一緒に作り、来訪者との交流ができる仕掛けがあり、参加者全員が楽しめる企画

●課題：天候、運転資金、スタッフの育成、ボランティアの確保

●成功要因：三鷹市の支援、運営側の熱量が高い、マニュアルが整備されている

【質問項目への回答】

① 背景と目的の理解

●始めたきっかけ：三鷹青年会議所がイベントをやりたいから始まり、国際交流の促進

●当初の目的：三鷹に越してきた外国人に各種サポートして地域住民同士の交流、異文化理解の深化

●コンセプト決定：最初は子供をターゲットにした企画を出していたが、今では子供だけでなく、大人も楽しめる国際交流で、参加者全員が楽しめるイベントになっている

② 成功の要因と評価

●最も重視する指標：参加者数

●成功した点：コロナ明けの最初のイベントとして一昨年再開。それを契機に市内の他のイベントが再開。

●長期にわたって続いたポイント：行政の協力、1 年後に場所を予約。実行委員会が出来上がっている。協力的でない出展者を除外している。

③ 課題と対策

●苦労した点：天候、運営資金

●克服策：台風の時期をずらし、10 月から 9 月 3, 4 週に変更した。

●地域との関係性：地域住民、近隣大学学生のボランティア参加

●マネジメント交代：概ね 5 年で交代。有望な後継者を引っ張ってきて育成、紙ベースのマニュアルがある。

④ 成長と進化のための取り組み

●工夫：反省会により改善点を次回に活かす。常に他のイベント等で有望な出展者やパフォ

ーマーを探している

●目標とするイベント：特定のイベントはなく、オリジナル性を重視

●他のイベントとの連携：特になし

⑤ 将来的展望

●改善点：スタッフを増やしたい、出店ブースを増やしたい、配置を改善したい

●新たな挑戦：新しい企画、パフォーマンスの導入、日本に親しみのないものを紹介したい

⑥ その他

●経済効果：不明

●魅力：多様な文化体験、地域住民との交流、参加型のイベント

⑦我々への提案

●三鷹台駅前のバスロータリーができ、学生さんも多いので、月2回ぐらいイベントを行えば良いのではとのご意見を頂いた。

6) アニマン祭インタビュー

●イベントを始めたきっかけや当初の目的は何でしたか？

きっかけは、商工会議所の高橋会頭より、アニメコンテンツを流用して何かをしたいという声があった。目的は武蔵野市に人を呼ぶため

●イベントのコンセプトや特徴をどのように決定しましたか？

作品ではなく製作会社に注目してタイアップ

※作品に注目すると著作権の問題にあたる

※スタジオも下請けが多いので著作権がない

横断的な組織を作った：商工会議所を中心に「アニメノマンガノムサシノ」実行委員会を設立3駅（吉祥寺、三鷹、武蔵境）エリアの代表者と業種別部会

立ち上げ時に、当時の実行委員長を通じてアニメに詳しい人をプロデューサーに招き、現在も企画立案に参画。

●ターゲット層をどのように設定し、どのような方法で集客していますか？

アニメファン

2023年1月 1回目 三鷹駅 武蔵野文化会館 タツノコプロ

2024年1月 2回目 武蔵境駅 スイニングホール J.C. STAFF 上映会＋トークショー

2024年8月 ファンタジスタ（イベント）※アニメノマンガノムサシノとは別事業

2025年2月 3回目 吉祥寺駅 文化会館 映画祭（4日目）と合同開催

●イベントの成功を測る上で、最も重視している指標は何ですか？

来場者数 ※来場者がどれだけ街で消費いただけるか

●これまでの開催で最も成功したと感じる点は何ですか？その要因は？

製作会社との連携

京都精華大の学生がわざわざ調べて来場した

ある程度形ができた上映会＋トークショー

スタッフのチームビルディング

- イベントの運営で最も苦勞した点や課題は何でしたか？どのように克服しましたか？
人は呼べたが、街にお金が落ちていない。落ちる仕掛けを考える必要がある
小中高生の来場（客層がアニメファンと家族連れ）
- 地域や会場との関係性がイベントの成功にどのような影響を与えていますか？
元々アニメ制作会社が市内に多数。
アニメ関連企業（コスプレメーカー）が後から参画してきた
- イベントの継続的な成長や進化のために、どのような工夫をしていますか？
地域のイベントにアニメブースを出店している
- 参加者の満足度を高めるために、特に注力している点は何ですか？
アニメファンが喜ぶ企画を用意している
 - ・クリエイターのトークライブ
 - ・アニメ神回上映
 - ・原画展
 - ・製作ワークショップ
 - ・コスプレイヤー撮影会
 - ・声優の登場
- 今後のイベント運営において、改善したいと考えている点や新たな挑戦はありますか？
回遊性企画、スタンプラリー、マンホール企画

【参考資料】三鷹市外の人への三鷹についてのアンケート調査結果

【実施時期】2025年1月、【調査人数】26名（そのうち1名は三鷹市民）

Q1:「三鷹といえば〇〇」 できれば2つ。なければ1 つ。特になしも1つと数えま す。	Q2:「三鷹」の印象は？ 10文字程度(20文字以 内)	Q3:どういうイベントが三鷹で あったら、訪れてみたくなりま すか？ 10文字程度(20文字以内)	いまお住 まいの市 区町村	年齢層	性別
ジブリ美術館、天文台	緑が多そう	おいしいものが食べられるイ ベント	足立区	40代	女性
中野の次。武蔵野な感じ	広々でのんびり	三鷹周辺散策とグルメ	大田区	50代	男性
特になし	自然豊か、そこそこ良い 百貨店とかもありそう	パンもお酒もお鍋もコーヒ ーも近場にあるので、それ以外 のマルシェ	台東区	50代	女性
深大寺そば 井の頭公園	どこまでが三鷹なの？	ポタリング	船橋市	50代	男性
自然豊か。ちょっと遠い。	同上。	ゆったりした屋外ジャズイ ベント	港区	50代	女性
ジブリ、太宰治	歴史もあり、文化に囲まれ た住宅街	ジブリ関連のイベント	三鷹市	20代	女性
ジブリ美術館	平坦	アニメ関連	八王子市	50代	男性
井の頭公園、大学病院	郊外の上品な街	井の頭公園を中心に、緑地を お散歩で巡るなど	さいたま 市	50代	女性
ジブリ美術館	都内への通勤圏内で利 便性大	ジブリ祭り	中央区	50代	男性
井の頭公園、ICU	緑の多い公園があって住 みやすそう	蚤の市的な洗練されたフリー マーケット	習志野市	50代	女性
ジブリ	ジブリ	好きな作品のコラボイベント	北区	40代	回答した くない
ジブリの森	畑	自家栽培	杉並区	50代	男性
ジブリ美術館の印象が強い です。あとは井の頭の水生 物館でしたか。あと玉川上水 もこの辺りですかね？	自然が豊か	観光スポットツアーとか… …？天文台は普通に行きた いです	大田区	30代	女性
ジブリ	吉祥寺の隣の街	道の駅(東京野菜直売)	神奈川県 大和市	50代	女性
ジブリ美術館	ジブリ美術館	謎解き	横浜市	30代	女性
ジブリの森美術館、国立天 文台	自然が多い場所	マルシェ、ミュージアム系の 展示会	東京都	30代	女性
井の頭自然文化園、三鷹の 森ジブリ美術館	大きな公園が集まってる	観光施設/公園スタンプラ リー(景品は地域振興券)	千葉県船 橋市	30代	女性
ジブリ	特に思い浮かばない	ベイベレードの大会	足立区	50代	男性
ジブリ美術館	特にない……	おそらく、どんなイベントが あっても行かない……	さくら市	20代	女性
国立天文台、ジブリ	緑が多くて住みやすそう	ウォーキングやサイクリング	東京都狛 江市	30代	女性
「吉祥寺に行こうとして間違 えて特快に乗ってしまったと きに連れて行かれる駅」	吉祥寺の隣の住宅地	デザフェスみたいなフリマ	横浜市	30代	女性
三鷹の森ジブリ美術館、井 の頭公園	特になし	食文化交流イベント	埼玉県戸 田市	30代	回答した くない
ジブリ美術館	都会のような田舎のような	美術館の特別展示系	東京都外	20代	女性
特になし	電車の終点	公園でお祭りとかあったら	習志野市	20代	女性
・名前かっこいい・ジブリ	よくわからない	お菓子のフェアとか	目黒区	20代	回答した くない
ジブリ美術館、吉祥寺の近く	中央線の快速が停まる駅	若手舞台俳優を起用したイ ベント	調布市	20代	女性

以上