

4 島田商業高等学校実施報告書

1 実施日時 令和5年 11月3日（金）14時から16時まで
11月4日（土）13時から16時まで

2 実施場所 蓬萊橋897.4広場（島田市南2丁目地先）

3 実施内容

（1）タイトル 映えろ蓬萊橋！「島商生が送る、竹を使った世代間交流」

（2）内容 ○竹ボーリング、射的、竹馬・竹とんぼ、竹竿金魚釣、輪投げの企画と実施
○静岡県観光大使、絶景プロデューサー「詩歩」さんによる写真コンテストの企画と実施

4 プロジェクトの概要

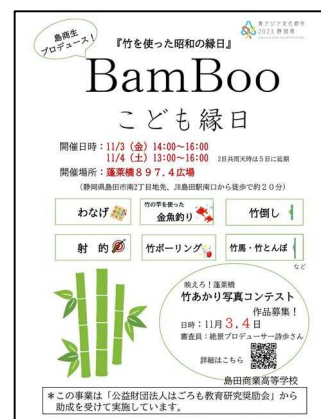
<テーマ設定>

イベントを通じて、世代間交流の場を設けることにより、世代間交流が生まれるとともに、島田の魅力を感じるなど、子どもたちが郷土愛を育むきっかけになることを目的とし、

- ① 市内の小学生とその父母・祖父母に、竹を使った縁日や昭和の遊びを提供し、世代間交流を図る。
- ② 市外・県外の観光客にイベントを通し、魅力をPRする。

<イベント実施までのプロセス>

- ① イベントの実施に向けて、5月27日（土）・28日（日）に蓬萊橋で行われた「ぼんぼり祭り」について、実行委員会の方を講師に招いて、蓬萊橋の歴史、「ぼんぼり祭り」の由来、視察などの事前学習を実施した。
- ② 「ぼんぼり祭り」当日は実行委員会の方に交じりボランティアとして参加し運営を補助した。
- ③ 夏季休業中に、放置竹林の問題などに取り組む里山再生クラブの堀様を学校にお招きし、放置竹林の課題と現状について説明を受けた後、現地視察を行った。9月14日（木）に、課題研究（地域）の選択生徒が島田市商工会青年部の協力を得て、整備中の竹林（島田市菊川）を訪問し、里山再生クラブの堀様から里山再生のお話を伺うとともに、生徒自ら竹を伐採、運搬した。
- ④ 10月に入り、竹玩具の作成も本格化し、「竹あかりプロジェクト」のポスターや「Bamboo こども縁日」のチラシの製作、商店街や小中学校への配布も行った。訪問先の商店街や信用金庫では、実施に向けて温かな声をかけていただいた。
- ⑤ 10月26日（木）、会場である蓬萊橋で、地域の方や来場者たちが気持ちよく過ごして頂けるよう、商工会・観光課の方と周辺整備（除草作業）を実施した。



△ 竹の伐採作業

<イベント当日>

イベント当日の様やアンケートの集計結果から、島田市で暮らしている方や島田市以外から来られた方 300 人以上の方にイベントを楽しんでもらえた。

特に、世代間交流ということで、小学生とその保護者をターゲットとし、事前にポスター掲示・チラシの配布を近隣商店街に行ったほか、市の観光課や教育委員会を訪問し、市内の小中学校にも配布をお願いした。

その結果、想定していた以上の人数になり、竹馬や竹トンボで遊ぶ子どもたちの笑顔が青空に映えた。当日は自分たちが行った広報の効果もあり、売れ残りを心配した竹竿金魚釣用に用意した金魚 150 匹も、2 日目の 15 時過ぎには釣り上げられ終了となった。



△ 竹馬の準備

「竹あかり写真コンテスト」についても、多くの作品が寄せられ、絶景プロデューサー「詩歩さん」を最終審査員として、竹あかりプロジェクト関係者や本校写真部の協力を得て、無事審査を行い、最優秀賞・優秀賞・佳作などの入賞作品を選ぶことができた。

自分の取り組みの評価（10点中）

5 感想

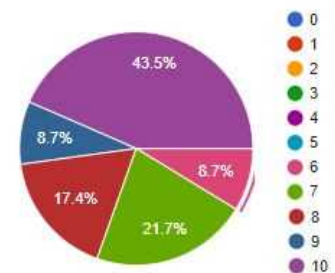
当日は、特に大きなトラブルもなく、イベントを無事成功させることができ、来訪してくれた人々に、「Bamboo こども縁日」を愉しんでもらうことができた。

参加生徒による「アンケート結果」や「自分の取組評価」において、

- ・たくさんの人たちや大人の方々の協力でこのような良い縁日を開けた。
- ・親子や世代間交流できるイベントは需要が高いと思った。
- ・地域住民との関わりを通して楽しさを感じた。地域の活性化に役立った。
- ・多くの人に来てもらって島田市を知ってもらおうきっかけになった。
- ・子どもだけではなく大人の方も楽しんでくれた。

など、運営を行った自分たちメンバーも楽しむことができたことがわかる。そのため、高校生の最後にこのような普段できないことをやらせていただけたことに本当に感謝している。

今回のイベントを通じ、普段体験できないことを体験し、物事を行う上での企画・運営の大変さや大切さを勉強でき、この経験は、今後自分の人生に必ず生きてくると感じているからである。イベントを通じて多くの人に、蓬萊橋や島田商業高校の魅力を知ってもらえたと思う。また、今回自分たちの子ども縁日だけではなく、「蓬萊橋竹あかりプロジェクト」にもボランティアとして参加したことで、自分たちの住んでいる島田市を自分たちの手で地方創生に貢献出来ていると感じることができた。



△ 当日の様

今回、公益財団法人はごろも教育研究奨励会様よりご支援をいただき、この取組を実現させていただけたことに本当に感謝している。

<フィードバックの実施 ①参加生徒の感想>

- ・商店街に配ったポスターやチラシが効いたのかなと思った。
- ・チラシの効果が想像以上に大きく世代もSNSより広いと思った。
- ・親子や世代間交流できるイベントは需要が高いと思った。
- ・準備から片付けまで長い時間のようで短い時間で、とても楽しく良い経験ができました。
- ・多くの方が自分たちのプロジェクトに関わってくれていた。
- ・地域住民との関わりを通して楽しさを感じた。地域の活性化に役立った。
- ・色んな人と交流できて、島田市という街がいい街だと知った
- ・子ども連れが圧倒的に多い。
- ・もっと人が来ないと思っていたため賑わいがあるのだと思った
- ・島田の人たちはイベントなどに協力的。小さい子の立場になって考えることは大変。
- ・多くの人に来てもらって島田市を知ってもらおうきっかけになった。
- ・中高生の集まるイベントが無い。島田は退化している。
- ・時間をしっかり見て、並んでいる人を楽しませるようにした方がより良くなると感じた。
- ・自分の思っていた、想像したより、地域の方は暖かく優しかった！
- ・地元の人たちは竹あかりプロジェクトに前向きに取り組みたいと考えていると思った。
- ・親子だけではなく家族で来る方も多く楽しんでくれていると感じた。
- ・小さい子はお菓子とか無くてもゲームをしてくれる。
- ・ゲーム自体が楽しくて興味があればやりたくなる。
- ・急にチラシ配りに行ったにも関わらず、お店の方々が優しくチラシ配布とポスター掲示を引き受けてくれた。
- ・想像していたよりも多くの方が来て驚いた。
- ・子どもたちがゲームをやってとても楽しんでくれてすごくうれしかった。
- ・子どもだけではなく大人の方も楽しんでくれた。
- ・長い時間をかけて作った竹タワー倒しを多くの人に楽しんでもらえた。



<フィードバックの実施 ②来場者アンケートの実施>

蓬萊橋竹あかりプロジェクト・Bamboo子ども縁日

2023年 広報活動の結果分析

広報活動の流れ



アンケートの内容

イベントを実施した二日間で約60件のアンケートを収集
来場者の属性と来場経路の分析に必要な情報を収集した



蓬萊橋竹あかりプロジェクトアンケート

日付	11月 日	記入者
■お名前情報 ※複数回答可		
性別	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性	
年齢	<input type="checkbox"/> 10代 <input type="checkbox"/> 20代 <input type="checkbox"/> 30代 <input type="checkbox"/> 40代 <input type="checkbox"/> 50代 <input type="checkbox"/> 60歳以上	
家族構成(両設)※	<input type="checkbox"/> 配偶者 <input type="checkbox"/> 子ども(人) <input type="checkbox"/> 自身の親 <input type="checkbox"/> 配偶者の親 <input type="checkbox"/> 孫(人) <input type="checkbox"/> 祖父母	
どこから来たか	<input type="checkbox"/> 島田市内 <input type="checkbox"/> 島田市外 ()	
■イベントについて		
イベントを知ったきっかけ※	<input type="checkbox"/> チラシ <input type="checkbox"/> ポスター <input type="checkbox"/> インスタ <input type="checkbox"/> note <input type="checkbox"/> ラジオ <input type="checkbox"/> 第一テレビ NEXT <input type="checkbox"/> 知人 <input type="checkbox"/> 子ども <input type="checkbox"/> 第一回開催の竹あかりプロジェクト <input type="checkbox"/> その他 ()	
ご来場いただいたお連れ様※	<input type="checkbox"/> 1人で来た <input type="checkbox"/> 友人 <input type="checkbox"/> 配偶者 <input type="checkbox"/> 恋人 <input type="checkbox"/> 親 <input type="checkbox"/> 子ども <input type="checkbox"/> 祖父母 <input type="checkbox"/> その他 ()	
会場までの主な交通手段	<input type="checkbox"/> 徒歩 <input type="checkbox"/> 自転車 <input type="checkbox"/> 電車 <input type="checkbox"/> 車 <input type="checkbox"/> バス	
地域の高校生のお断りを知っているか	<input type="checkbox"/> 知っている <input type="checkbox"/> 知らない→知らない場合は Bamboo 子ども縁日とフォトコンテストをご案内する	
イベントのよかつたところ※		
<input type="checkbox"/> 竹あかり 光の川 <input type="checkbox"/> VA HATSUKURAマルシェ <input type="checkbox"/> Bamboo 子ども縁日 <input type="checkbox"/> フォトコンテスト <input type="checkbox"/> スタンプラリー <input type="checkbox"/> 駐車場 <input type="checkbox"/> その他 ()		
イベントの改善点※		
<input type="checkbox"/> 竹あかり 光の川 <input type="checkbox"/> VA HATSUKURAマルシェ <input type="checkbox"/> Bamboo 子ども縁日 <input type="checkbox"/> フォトコンテスト <input type="checkbox"/> スタンプラリー <input type="checkbox"/> 駐車場 <input type="checkbox"/> その他 ()		
地域の高校生のお断りについて希望・ご意見ご要望など		
その他イベントへの希望・ご意見ご要望など		

広報活動の結果

- ・ 設定したターゲットの来場比率が高い
(ターゲットの来場比率)
- ・ 設定したアプローチからの来場が多い
(ターゲットの来場経路)



**広報活動の成果は
十分に確認できた**

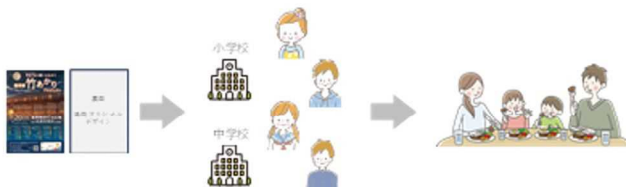


ターゲットの来場経路

イベントを知ったきっかけは、「チラシ」が圧倒的に多い。
また、チラシをどこで見たかをヒアリングした結果、親子で来場した方のほとんどが、「子どもが学校からもらった」と回答している。
そのため、アプローチ方法は大きな効果があったことが読み取れる。

アプローチ方法

子どもが集まる学校からアプローチ



アンケートの分析結果より、ターゲットは、今回のアプローチ方法でイベントを認知し、来場してくれている。広報の戦略は妥当であり、十分な成果が得られたと考える。

イベントを知ったきっかけ
70件の回答

