

チャレンジ！！オープンガバナンス 2016 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注)	No.	タイトル	自治体名
	33	ツイートしてもらえらるまちに ～裾野市の誇りを育てる大作戦！～	裾野市
アイデア名 (公開)	SUSONO NIGHT MUSEUM		

(注) 地域課題タイトルは、COG2016 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

1. 応募者情報

チーム名 (公開)	SUSONO NIGHT MUSEUM		
チーム属性 (公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input checked="" type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
代表者情報	氏名 (公開)	藤田瑞基	

※ 公開条件について

次ページ以降の「2. アイデアの説明」でご記入いただく内容は、内容を確認した上で、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

(注意書き)

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2016_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2016 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2016@pp.u-tokyo.ac.jp

<公開非公開など>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、代表者氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
4. この応募内容のうち、「審査項目自己評価」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。
5. 「アイデアの説明」中に、文章、写真、図画などで応募したチーム以外に知的所有権が属する箇所がある場合には、法令に従った引用や知的所有権者の許諾を得るなどをした旨をそれぞれ注として書いてください。「審査項目自己評価」中も同様をお願いします。

<チームメンバー名簿>

6. チームメンバーは別紙のエクセルファイルに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は COG 事務局からは非公開です。詳細は別紙をご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

データや資料を活用して課題の具体化とその解決につながるアイデア（公共サービス）のストーリーを語ってください。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、だれがする、何を、どこです、いつ、どのようにするものなのかを考えて、各要素を入れて内容を描きストーリーを整理していくとよいでしょう。以下の欄内でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

- ・課題：裾野市で発信できる情報が少ない。
 - 仮説：夜の裾野が暗すぎる、工場が多すぎる情報発信にうまく利用できないか
- ・誰が実施するか：プロモーションビデオを作れる学生、地域の人、協賛企業
- ・誰に対するサービスか：学生、大人（恋人、親子）
- ・概要：裾野市の PR 動画、サプライズ映像を、工場の壁にプロジェクションマッピングする。
- ・価値：今まで利用されていなかった（価値が発生していなかった）夜の空間に、新たな価値を追加できる。
動画作成、広告作成を通じて、市民にクリエイティブな産業を提供できる。
- ・詳細：
 - 暗い工場の壁に、いろいろな映像をプロジェクションマッピングする。
裾野の PV や、イベントの画像なども。持込で流したいときには（プロポーズ、サプライズなど）別途料金を取ったり、作成込みの場合は、さらに料金を設定する。
→ 今後、動画による学生企業家の発生、クリエイターの育成につなげる。
 - 地元の人たちが生活の中で裾野のよいと思っているところを素直に表現できるよう PV 作成会、PV 勉強会などを開催し、動画作成能力も高める。
 - 工場だけでなく、裾野に沢山ある池面に富士山や自然を投射する、秋の稲田に地元の花火大会の様子を映す、駅前の夜のショーウィンドウに PV 動画を配信するなど、小さなところ、地元のお祭りとも連携し、各所に名所を作る。
→ よさこいのチームのように、地域ごとの PV チームを作り対抗戦をすることで裾野各地のよいところをどんどん PV 化、PV バトルによるイベント興行へ繋げる。
 - 市内の人でまずは、情報展開して、イベント（広告）を広める。
地元新聞にも取り上げてもらい、首都圏への情報展開する。
 - 会場では、裾野の名産物やグッズも販売する。

・アイデアシート

<https://www.flickr.com/photos/149130683@N02/22754234348/>

・リーンキャンバス

<https://www.flickr.com/photos/149130683@N02/30463257583/in/album-72157677127061125/>

・デザイン思考で出来上がったシナリオ

<https://www.youtube.com/watch?v=s0LDunmVmEE&feature=youtu.be>

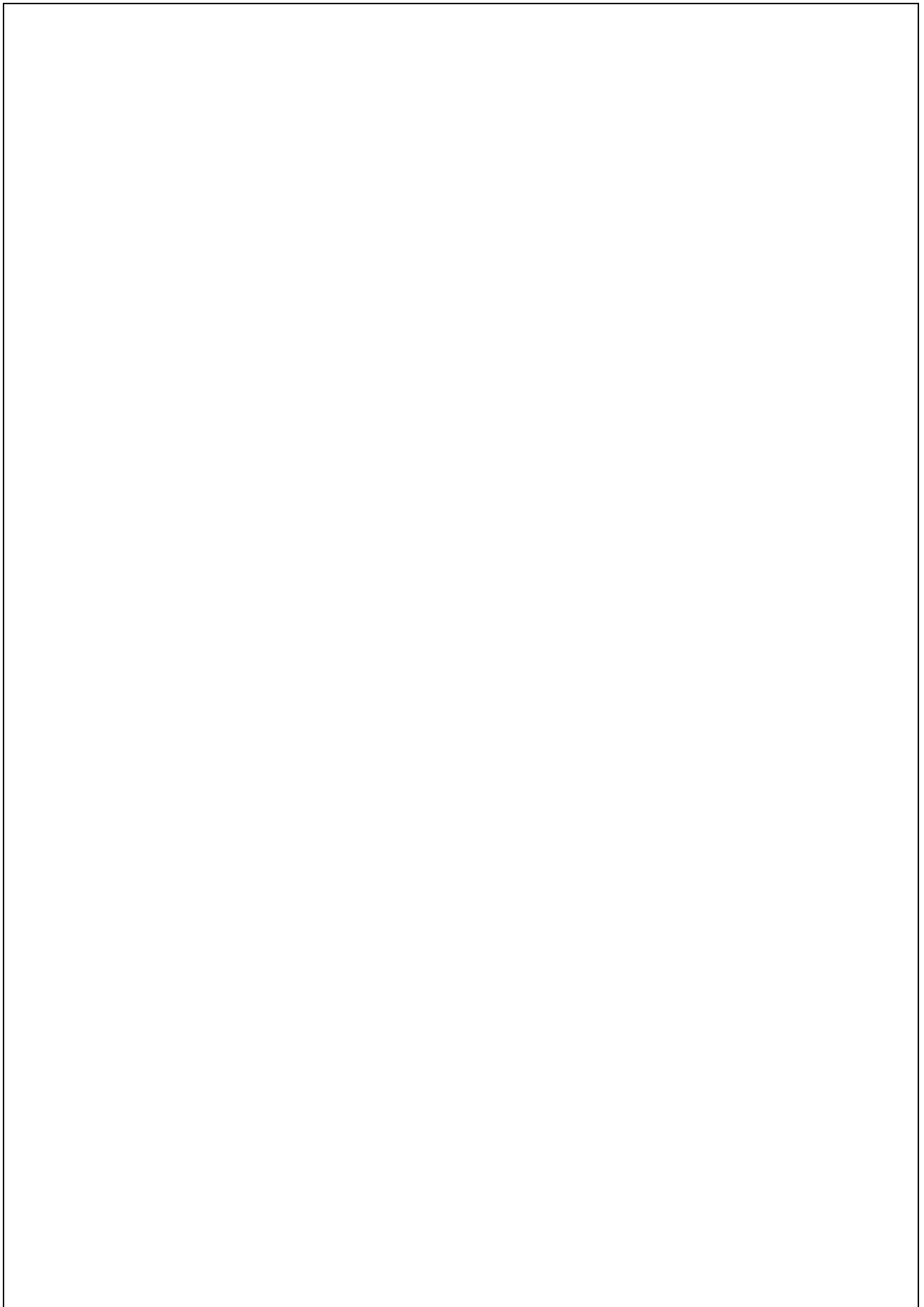
(2) アイデアの論拠（公開）

アイデアの論拠（なぜこのアイデアにするのか）を、それをサポートする数値データ（実績、統計やアンケートなど数字であらわされるもの）や証拠（資料や計画、既存の施策など）（以下：総称して「データ類」といいます）などを含めつつご記入ください。数値データや証拠は出所を明らかにしてください。以下の2ページの欄内におさまるようお願いします。

・調査事項

確認項目	出典	数値/効果
機材の値段	Canon.jp	600,000 円
裾野の工場の数	商工業統計の大規模事業者	7 社
裾野周辺に存在する 既存の交通機関	鉄道、バスの路線図	電車：御殿場線、東海道線 バス：沼津・三島
裾野周辺に来る 観光客	伊豆地域の観光の現状と可能性 環境省_富士箱根伊豆国立公園_富士山 登山者数調査結果	6000 人/日

- 1回のイベントで200人呼ぶことを想定。会場の電気光熱費・バス代などの経費を抜いて約10万円程度利益が出る予定。チケット代は、子供、学生、大人で分け大人でも2,000円と価格はリーズナブル。（映画同等の金額で対応できる）
- プロジェクターは60万を想定しているが、年6回イベントをまわすことで2年目には黒字化する。
- 地元からの来客数：5割
地区のお祭りでも屋台のストックとして300人分程度用意している。
イベントでは100名程度は来る想定で計算。
周辺自治体の来客数：3割
沼津、三島、長泉、清水町、御殿場より、各市町村から60名を想定
静岡東部は、経済エリアとしては一体化しているため、イベントの際にはある程度参加が見込める。
首都圏から来るの来客数：2割
イベント化して高速バスを1～2台分確保する。
- プロジェクターについては、地元企業であるCanonにも協力できないか要請する。



(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現にいたるプロセスとマイルストーン等、アイデア実現までの大まかな流れについて、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

【期間】

2年間ぐらいかけて、県外の来客を増やす計画。

【概略】

- ・PVを市民で作ってもらう（勉強会なども開催）
- ・地区ごとでの対抗戦を開催
まずは、地区ごとにPVを作れるチームを開拓し、根付かせる。
学校の放送部、演劇部などもターゲットとする。

<半年>

- ・校舎の壁を利用してプロジェクションマッピングイベント実施
地元の住民を巻き込んで、イベントの周知と、投票を組み合わせることで
No.1を決定していく。目的は、話題づくりと地元住民の巻き込み。

<一年>

- ・イベント結果を市役所にも報告する。
市のHP,FBでの告知（地域観光課、広報公聴課、市民連携室と連動）
Susono Timesへの掲載
SNSへの展開を地区ごとの参加者にも依頼する。

<二年>

- ・一般参加者を加えたNo.1決定戦をイベント化し、メディアにも発信する。
- ・地元の映像のプロにPV作成、監修してもらう（宣伝用PV）
- ・企業にもスポンサー協力のため話をする。
- ・県外からの来客の増加につなげる（地域観光課、観光協会とも連携、シャトルバスの設置）

【全体像】

<https://www.flickr.com/photos/149130683@N02/31102582013/in/album-72157678359568095/>

次の3ステップで計画しています。

- ① 地元への周知、作成者の育成 →
- ② 情報の周知、市役所との連携、地区毎のバトルを定着化 →
- ③ メディアとの連携、地域企業との連携、県外からの来客の増加！

(4) そのほか（公開）

アイデアのアピールポイントや、アイデア実現に当たっての制約があればそれとその当面の解決方法、さらに将来の発展可能性（例えば「将来的に xx という制約をクリアできれば、追加で○○ということが実現できる」など）について、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。

- ・PV バトルを開催することで、自分の作品を評価できるようになり、自発的に市アピール PV 作る人が増える。
また、技術力の向上、アイデアのブラッシュアップができる。
- ・アイデアを出した中学生自身が、裾野市の PV を自作しているなど、若者との親和性が高い。
- ・将来、裾野市のすべてのフィールドを、動画や PV と絡めた土地に昇華できる可能性を秘めている。
- ・何も無い土地だからこそ、よいところを上乗せするという逆転の発想である。