

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2024 市民／学生応募用紙

|                      |                                                  |                                |      |
|----------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------|------|
| 自治体提示の地域課題名(注1)      | No.                                              | 自治体提示の地域課題名                    | 自治体名 |
|                      |                                                  | 「観光の質と顧客満足度の向上」で「持続可能な観光」を繋ぎたい | 長浜市  |
| チームがつけたアイデア名(公開)(注2) | Make advertisement by cooperating with citizen!! |                                |      |

(注1) 地域課題名は、COG2024 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題名を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。これは自治体提示の地域課題名とは別です。

### 1. 応募者情報 下の欄のうち選択肢項目は右のドロップダウンで選んでください

|              |                        |             |   |
|--------------|------------------------|-------------|---|
| チーム名(公開)     | Two workers            |             |   |
| チーム属性(公開)    | 1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生 | ドロップダウン選択 → | 3 |
| チームメンバー数(公開) | 2 名                    |             |   |
| 代表者(公開)      | 南 訊大                   |             |   |
| メンバー(公開)     | 多賀 弘貴                  |             |   |

【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。

#### <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 COG2024\_応募用紙\_具体的チーム名\_該当自治体名にして、COG2024 のウェブサイトにある【応募フォーム】からアップロードしてください。

#### <応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者および公開に同意したメンバー氏名(メンバー一覧ページを参照)、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について:  
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、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/>)
4. 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開しません)
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、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。

#### <知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

アイデアの説明が肖像権・著作権等を侵害していないことを確認してください。OKなら右欄の○を選択 → OK

#### <チームメンバー名簿:メンバー一覧ページ>

チームメンバーに関する情報を該当ページ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本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

アイデアの説明は(1)アイデアの内容(活動)、(2)アイデアの理由(なぜなら)、(3)実現までの流れ、の三項目あります。それぞれ書いてください。必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

## 2. アイデアの説明（公開）

### (1) アイデアの内容（公開）

#### (1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、対象とする課題解決のために、どのような社会的活動（サービス）を行うのかを具体的に示してください。将来実現した場合に、新規性があり、実践したくなり、魅力的でわくわくするようなアイデアを求めます。その結果、課題が解決され、社会に良い変化をもたらすことが期待されます。**2 ページ以内**でご記入ください。

※応募チームとして解決したい課題のポイントを、以下にごく短く書いてください

＜解決したい課題のポイント＞

観光客数の内の宿泊者が少ない

長浜市観光の広告を見かけない

※以上の課題解決のために『何』をするアイデアか、それを『だれ』が『だれ』に対して『いつ』『どこで』『どのように』行うのか、受益者自身が主体的に関わる視点も視野に入れてわかりやすく書いてください。アイデアが具体的に実行される場面を想定し、説明をお願いします。

（参考）よいアイデアを生むには関連データの分析に加えてデザイン思考によるアイデアを利用する人への共感（使う人の立場になってみる）が大切です。

＜提案するアイデアの内容＞

### 1 課題背景・目的

私たちが今回提案するアイデアでは長浜市民が協力しあい、

長浜市の魅力をより様々な人に広げることができるものを目指しました。

長浜の魅力的な観光をより多くの人に広めるためには現在の広報をもっと工夫できるのではないかと思います、このアイデアを立案しました。

### 2 アイデア説明

|       |                       |                  |
|-------|-----------------------|------------------|
| 誰が    | 市民                    | 市                |
| どのように | 長浜市観光の<br>アピールポイントを紹介 | 広告の掲示<br>広告のデザイン |

## ■ 延べ宿泊旅行者数 推計値

|                      | R5年10月1日<br>現在人口推計 | 調査結果                      |                                            |                                                 | 推計値                        |                                |                               |
|----------------------|--------------------|---------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
|                      | 人口<br>(万人)<br><A>  | 宿泊旅行<br>実施率<br>(%)<br><B> | 宿泊旅行<br>実施者の<br>年間平均<br>旅行回数<br>(回)<br><C> | 宿泊旅行<br>実施者の<br>1回の旅行当たり<br>平均宿泊数<br>(泊)<br><D> | 実<br>宿泊旅行者数<br>(万人)<br>A*B | 延べ<br>宿泊旅行者数<br>(万人回)<br>A*B*C | 延べ<br>宿泊数<br>(万人泊)<br>A*B*C*D |
| 18～29歳 / 男性          | 767                | 55.7                      | 3.19                                       | 1.72                                            | 428                        | 1364                           | 2346                          |
| 18～29歳 / 女性          | 724                | 63.6                      | 3.00                                       | 1.63                                            | 461                        | 1382                           | 2252                          |
| 30代 / 男性             | 687                | 53.3                      | 2.67                                       | 1.65                                            | 366                        | 976                            | 1611                          |
| 30代 / 女性             | 656                | 57.1                      | 2.57                                       | 1.55                                            | 374                        | 962                            | 1491                          |
| 40代 / 男性             | 856                | 48.4                      | 2.60                                       | 1.77                                            | 414                        | 1077                           | 1907                          |
| 40代 / 女性             | 832                | 49.5                      | 2.49                                       | 1.62                                            | 412                        | 1025                           | 1661                          |
| 50代 / 男性             | 901                | 42.5                      | 2.77                                       | 1.66                                            | 383                        | 1061                           | 1761                          |
| 50代 / 女性             | 892                | 43.8                      | 2.67                                       | 1.70                                            | 390                        | 1042                           | 1772                          |
| 60代 / 男性             | 729                | 50.2                      | 3.23                                       | 1.86                                            | 366                        | 1182                           | 2198                          |
| 60代 / 女性             | 755                | 48.1                      | 2.85                                       | 1.78                                            | 363                        | 1034                           | 1841                          |
| 70代 / 男性             | 753                | 45.4                      | 2.87                                       | 2.05                                            | 342                        | 981                            | 2011                          |
| 70代 / 女性             | 876                | 42.3                      | 2.62                                       | 1.94                                            | 371                        | 972                            | 1886                          |
| 〔23年度〕<br>全国18～79歳男女 | 9427               | 49.5                      | 2.80                                       | 1.74                                            | 4670                       | 13060                          | 22739                         |

※1 国内宿泊旅行：国内での宿泊を伴う旅行で、出張・帰省・修学旅行などを除く。ただし、友人・知人宅、車中泊、キャンプなど宿泊施設を利用しない場合でも宿泊を伴う旅行であれば含める

※2 延べ宿泊旅行者数（万人回）：人口推計 × 宿泊旅行実施率 × 宿泊旅行実施者の年間平均旅行回数

※3 延べ宿泊数（万人泊）：延べ宿泊旅行者数 × 宿泊旅行実施者の1回の旅行当たり平均宿泊数

※ 人口について「R5年10月1日現在人口推計」（総務省統計局）を用いて推計を行っている。ウェイトバック集計と同様に、都道府県、年齢、男女別人口より算出した

上の表から対象を社会人男性・女性に絞り、案の募集とデザインを制作を行う。

### このアイデアの要点

- ・通勤の時間帯を狙って広告を掲示する
- ・主にアイデアの募集はネット・紙面両方にアンケート形式で行い  
多様なアイデアを集められるようにする
- ・広告は主に紙面で掲示するが X・Instagram を利用して  
多くの人の関心を惹くようにする
- ・一般市民から意見を募る都合上虚偽や胡蝶が混ざる可能性があるためアイデアに具  
体性を求め、事実確認をとる
- ・アイデアをくれた市民に対してクーポンや商品券を渡すなどをしてコンテスト形式にする
- ・広告の効果に発展性が見込まれるのならば利益を生かして  
電車やバスのラッピングを行う

## 2. アイデアの説明（公開）

## (2) アイデアの理由（公開）

### (2) アイデアの理由（公開）

次にアイデアを提案する理由（なぜ）について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ 2 ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

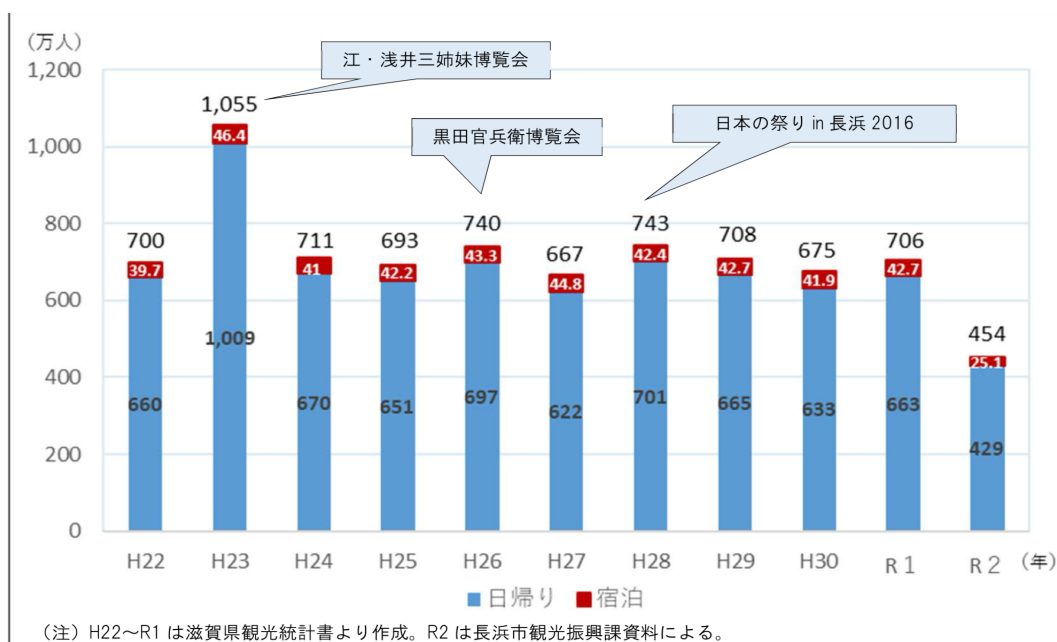
※このアイデアを提案する理由（なぜ）を書いていきます。

※先に書いた『何を』『だれが』『だれに対して』『いつ』『どこで』『どのように』というアイデアの内容を支えるために、『なぜ』このアイデアが有効で、実現する意味があるのか』を、上記のデータを使ってわかりやすく説明します。

<参考：以下のように理由を書いていきます>

※根拠：このアイデアがなぜ必要であるか、またはなぜ有効だと考えるのか、その筋道を説明します。

※裏付け：その根拠を支えるために、統計データや報告書、事例などを使って補強します。さらに具体的なアイデアの効果についても、何らかのデータを使うと説得力が増すでしょう。（定性データを含めて歓迎）



長浜市観光入込客数（万人）

長浜市には年々観光客が増えているのですが宿泊する人が少なく、宿泊・滞在型観光への転換がうまくいっていません。その背景を僕たちの班は長浜市観光の魅力がうまく遠方に伝わっていないのではないかと考えました。

旅行や合宿で県外に出た際に駅の観光案内で長浜の観光についての話は一切聞いたことがなく、知り合いに長浜市についてのことを尋ねても「長浜？ 何があるの？」と言われる始末です。

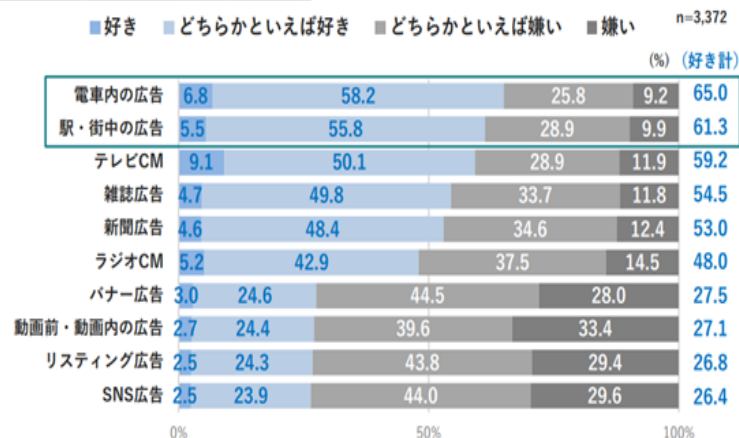
地方の 1 都市の観光の情報が遠方の都市に伝わるのはとても難しいことなのだと実感しました。

そこでまずは観光のプロモーションについて工夫していく必要があると考え、まず考えたのが公共交通機関を利用することです。ですがこの案だけだとどこかの二番煎じにしかありません。なので広告の内容をもっと工夫できないのかという方向にシフトし、市民も参加できる広告を作れば今までにはないものを作れるのではないかと思い、市民参加型の広告制作の案を提案しました。

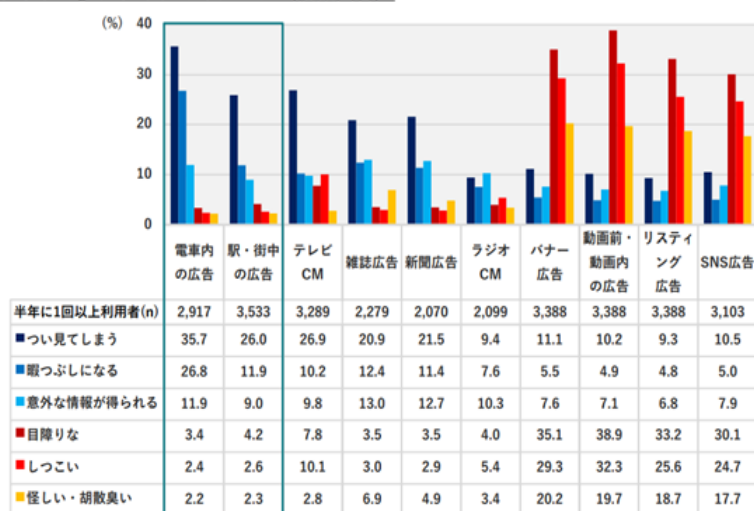
## 2. アイデアの説明（公開）

## (2) アイデアの理由（公開）

【グラフ3】好きな広告／嫌いな広告



【グラフ4】メディアのイメージ（複数回答）



出所) NRIシングルソースデータ(2021年4月)

上のグラフのようにで交通機関内の広告は他の広告と比べて人の目に止まり、長浜観光の集客増加に確かな効果を期待できます。

昨今は敦賀に新幹線が止まるようになったことで滋賀県内の電車には外国人観光客やと遠方の県からの観光客が大勢乗っています。路線をうまく絞ることで広告にかかるお金以上の価値が生まれるのではないのでしょうか。

他にも、交通機関内の広告には SNS 広告よりも遥にマイナスなイメージがつきにくく長浜観光のイメージアップに繋がります。以上の理由から長浜観光に交通機関を利用した広告掲示方法を非常に有効だと言えます。

(参考)

<https://www.city.nagahama.lg.jp/0000011263.html>

## 2. アイデアの説明（公開）

## (3) アイデア実現までの流れ（公開）

### (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**実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの**実現にいたる時間軸を含むプロセス**、実現の制度的制約がある場合にはその解決策を含め、**アイデア実現までの大まかな流れ**について、**2ページ以内**でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

※アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきます

＜以下のように分けて書いていきます＞

1. **実現する主体**
2. **実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の大まかな規模とその現実的な調達方法
3. **実現にいたる時間軸を含むプロセス**

## 1 実現する主体

・長浜市民、長浜市、交通機関の会社

## 2 実用に必要な資源

資金

|      | 代表的な媒体                             | 費用目安                                                      |
|------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 電車   | ・車内ポスター<br>・ステッカー<br>・デジタルサイネージ    | ・ポスター類は1万円～<br>・ステッカーは5万円～<br>・デジタルサイネージは10万円～            |
| バス   | ・車内広告<br>・車体広告                     | ・車内広告は3万円～<br>・車体広告は8万円～                                  |
| 駅    | ・駅ばりポスター<br>・デジタルサイネージ             | ・ポスターは1,600円～<br>・デジタルサイネージは3万円～                          |
| タクシー | ・窓ステッカー<br>・ボディステッカー<br>・デジタルサイネージ | ・窓ステッカーは月額900円～<br>・ボディステッカーは月額1万円～<br>・デジタルサイネージは25万円～／週 |

人

- ・アイデアを提案してくれる長浜市民
- ・広告の掲示を手配してくれる市役所の人

モノ

- ・広告のプロトモデル



### 3 具体的な流れ

#### 第一段階

アイデアを集める応募フォームを作り、ホームページで宣伝する

- ・応募フォームはマイクロソフトの forms 及び LINE を利用する
- ・ネット募集では PDF で具体的な情報を提示してもらう
- ・紙面募集では長浜市内の小中高等学校にも参加してもらい、多くのアイデアを集める

#### 第二段階

募ったアイデアを篩にかけ選定し、電車・バス・タクシーそれぞれに掲示する広告のプロトタイプを用意する

##### ・アイデア選定方法

市民の意見を取り入れるために広告デザインのワークショップを催す。

##### ・重点要素

アイデア三要素

意外性があるか

ターゲット層のニーズに合っているかどうか

整合性が取れているかどうか

デザイン三要素

人の目を惹く

長浜市の要素をうまく取り込めているか

人を不快な思いにさせないか

#### 第三段階

各交通会社に、実際に掲示してもらう

- ・近江バスや滋賀県内の JR に頼みたい
- ・プロトタイプの広告に意見をもらう
- ・掲示場所を金額と相談

#### 第四段階

広告の効果を調べ、フィードバックを行ってより持続的に観光客が増えるような広告にする

- ・グラフに出し、インターネット上で結果を報告する
- ・結果を参考にし創意工夫を凝らす
- ・大きな利益が出ればラッピング広告などレベルが上の広告に手を広げる

この四段階をうまく循環させる