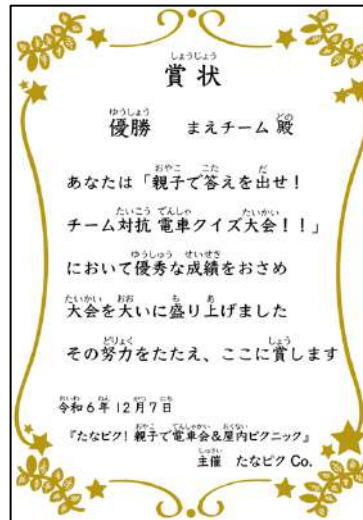


## 勝者チーム賞状



### ④ じゃんけん列車

近鉄 新田辺駅車庫からキララ商店街へ移動する際の列を作る企画。子供が前、保護者が後ろで保護者が子供の肩に手を置いた状態から開始。先頭の子どもたちがじゃんけんをし、負けた方が後ろにまわる、を繰り返し、最終的に1本の列が完成するというもの。本イベントは電車と関連があることから、参加者自身が電車となって楽しめる企画として行った。

### ⑤ ピクニック（食事）

キララ商店街の空き店舗を使用し、屋内ピクニックを実施。参加者にはビニールシートと軽食を持参してもらい、自由に座り、食事を楽しんだ。食事中に、暗号の最終ヒントを出したり、京田辺ブランド一休品のお菓子「京都舞妓茶本舗 抹茶ぼーるちょこ」を配布したり、学生とのコミュニケーションを取ったりするなどの時間とした。

### ⑥ 配布物及び参加者特典について

イベントで使用するすべての道具をピクニックBOXに入れて配布した。あえてお弁当箱に模した容器に入れることでピクニックイベントをとして象徴するアイテムとなるようこだわった。中にはイベントプログラム、招待状、車内アナウンス体験の文言紙、クイズ企画で使用する札3本、参加者特典の缶バッジ、アンケートを入れている。そして、参加者特典は、キララちゃんのオリジナル絵柄の缶バッジと後日メールにて送付した写真フレームの二点である。缶バッジの色は二種類あり、食事時のグループ分けに使用した。



ピクニック BOX



缶バッチ



アンケート



写真フレーム

・日時と場所

2024年12月7日 10時30分～13時30分

近鉄 新田辺駅・キララ商店街

・ターゲット

年長児～小学6年生までの子供とその保護者

・告知方法

近鉄 新田辺駅構内のポスター掲示

駅周辺施設でのポスター掲示

地域ニュースサイト号外 NET・Yahoo!ニュースの記事

普賢寺小学校へポスター掲示・配布

BRANCH 松井山手でのポスター配布

・協賛者

近鉄 新田辺駅・キララ商店街

・予算

20000 円 （参加費 1 組 1000 円×20 組）

## 2-3 実績

・参加者数

20 組 40 名定員での募集 予約数は満員の 20 組 （当日 1 組欠席）

・アンケート結果

イベント終盤に保護者と子供それぞれにアンケート紙を配布し、回答を得た。

イベント情報を得た方法や、参加動機、満足度、感想、改善点等を項目として質問している。企画やイベント内容に満足している参加者の声が多数であり、時間やお手洗いの調整等、次回に活かせる改善点が沢山集まった。

詳細は別紙の「アンケート結果報告書」に記載

## 2-4 イベントの様子

電車に興味を持つ子供たちが多く参加してくれたことから、電車が見えるだけで興奮している様子が印象的であった。今回は年長児から小学6年生までとかなり年齢差があるため、クイズの内容など、難易度が偏らないよう準備をしていた。簡単な問題には余裕な態度をとっていた子達が、難易度が上がると必死に考えていたのも印象的で、クイズ大会が大いに盛り上がったと感じている。アナウンス体験では意外にも体験したくないと申し出る子供が多かった。このイベントの参加を促すお目当ての企画だと弊社も近鉄も予想し、十分な時間を用意していたため、この点に関しては予想外の結果となった。食事の時間が13時前でかなり空腹だったのか、ピクニック会場に着いてからは待ち望んでいたようにおにぎりを頬張る子供も多数いた。また、「軽食」というだけの条件だったが、おにぎりやドーナツやお菓子など、各組思い思いの軽食を用意してきてくださり、食事を楽しんでいる様子が見られた。また、食事中に京田辺ブランド一休品に選定されている「京都舞妓茶本舗 抹茶ぼーるちょこ」を配布した際、京田辺ブランド一休品についての説明をすると、特に市外から参加されていた人に興味を持ってもらえている様子であった。そして、男の子の参加が多い中、女の子が2組であったため、弊社としてもチーム分けなどに注意を払っていたおかげか、食事時に2人が仲良く話していたのを見、感動した。キララちゃんが移動等で参加者から離れる度に、「キララちゃんとはまた会える？」と質問をする子供がいて、キララちゃんの需要は高く本イベントにとって必要な存在であった。最後の解散時に、「楽しかったです」と直接声をかけてくださる方々がいて、イベントの満足を感じられる瞬間となった。

## 2-5 課題

課題として挙げるべき点は、3つある。

1つ目はお手洗いについて、本イベント中、利用した二つの施設どちらにも自由なタイミングで行けるお手洗いがなかったこと。子供を対象にしたイベントであるからこ

そ、特に注意しておかなければならない点である。参加者からも不安点として挙げられていたため、お手洗いの施設管理を徹底して参加者が安心して楽しめるイベントを提供することが大切である。

2つ目はイベントの時間配分について、今回は車庫からキララ商店街までの移動時間やお手洗いの時間を設けていたこともあり、食事の時間に余裕を持たせられなかったことが反省点であった。プログラムは十分な時間の余裕を持たせて組んでおく必要があり、特に食事の時間に参加者を焦らすことがないように、臨機応変な対応が求められる。事態を想定したシミュレーション等が必要である。

3つ目は参加人数と参加者区分について、今回は電車・車庫での安全確保や1車両の人数制限のため、子供1人につき保護者1名の2人1組が参加条件となった。兄弟が数人おられるご家庭等では参加が難しい条件となったに違いない。イベントを打ち出していくためには、誰もが参加しやすい条件を揃えることも必要である。

## 2-6 総括

大きな問題もなく予定通りの進行ができ、参加者からの満足度も高かったことから、このイベントは成功したと言える。しかし、京田辺市の地域発展に貢献するためには次のイベントへの応用が必要である。参加者区分やアクティビティ等も異なる分野へ目を向けて、今回の反省点や改善点を踏まえながら「たなピク！」の新たな可能性を見出していく。

「子どもたちの記憶に残り、京田辺市を誇りに思ってもらえるイベントとする」という私たちの目標が達成し、今回のイベントが、近い将来、子供たちが京田辺について語るときの思い出になっていけば幸いである。

### 3. 本事業全体の成果

#### 3-1 主な成果

本事業たなピクを実施したことによる成果は子どもたちへの貢献、地域への貢献、自社への効果という三点が挙げられる。ここではこれらを数値的な成果と定性的な成果の二つの側面から言及する。

##### ① 子どもたちへの貢献

第一に子どもたちへの貢献という点では、前提として、弊社の子どもたちへのアプローチ目標は「ピクニック×地域体験」という形で京田辺市の特性を活かした体験を提供することによって、子どもたちに地元で記憶に残る経験をしてもらうことであった。今回のイベントにおいては近鉄新田辺駅にて電車に乗ったまま車庫に行き、電車内でアナウンス体験や電車クイズを行うといった企画をピクニックのアクティビティとして位置付け、実施した。

##### イベント満足度に関して

本事業の子どもたちへの成果としては、イベントに参加した子どもたちを対象としたアンケートより、まずイベント満足度が5点満点中平均4.7点と目標としていた4.5点を上回る高い結果となったことから、今回のイベントが参加者にとって充実したイベントであったことを示している。

##### イベントの需要に関して

また、イベントの参加動機についての問いに対しては、半数が電車という言葉を用いて言及しており、イベントの感想には「電車にのれてよかった」「しゃこにはいったのしかった」「き重な体験ができてよかった」と電車内企画への好意的な反応が伺えた。このことから、本イベントが電車を好きな子どもたちのニーズに即したイベントとなり、そのニーズに応えられたと結論づける。

よって、イベントを通して本事業は子どもたちへの貢献ができたと言える。

##### ② 地域への貢献

第二に地域への貢献という点では、具体的には大きく連携企業・団体への貢献、そして京田辺市への貢献という二点から言及する。

### **連携企業・団体への貢献**

たなピク!の構造モデルとしてはピクニックの中のアクティビティ部分を地域体験とし、地域に関わる企業や団体との連携を図ることでその地域ならではの体験を参加者に提供する仕組みとなっている。そのため、本事業を行うにあたっては地域の企業・団体との連携が必要不可欠となり、イベントのメイン企画として関わっていただくこととなる。

### **社会的意義に関して**

今回のイベントにおいては先述の通り、近鉄新田辺駅様に電車内企画においてご協力いただき、また屋内ピクニック会場としてキララ商店街様にご協力をいただいた。こうした事業の取り組みを通しての連携企業・団体への貢献としては、企業・団体が弊社と協働してイベントを行うことによって、地域への貢献を図り、企業としての社会的責任を果たす活動の一環とも言える。

### **顧客の創造**

また、体験内容や会場において企業・団体にご協力いただくことで、たなピク!のイベントを知った方々や参加いただく子どもや保護者の方々に対してのPRにつながり、新たな顧客を生むきっかけとなる可能性があるという利点がある。実際に今回のイベントにおいても、参加した子どもを対象としたアンケートのご意見のなかに、次回は近鉄電車の新車両 8A 系のイベントや洗車体験、電車の修理見学に参加したい、またキララ商店街の食べ物を食べるイベントに参加してみたいというように、連携企業・団体に関連しての要望が複数見受けられた。よって、地域の企業・団体が弊社と協働してイベントを行うことによる宣伝効果は大いにあり、今回のイベントを通じて貢献できたと言える。

### **京田辺市への貢献**

そして、京田辺市への貢献という点では、今回のたなピク!イベントそのものの実施に加え、細部までこだわった京田辺市に根差した企画内容や特典というイベント

構成によって実現したと言える。本事業は「たなピク」という名の通り京田辺ピクニックを謳って取り組みを行っており、京田辺市の人々を地元での新たな魅力へ導くことを理念として、基本的には京田辺の人々、子どもたちを対象にピクニックの開催場所から体験内容まで京田辺に根差した内容を構成している。

#### 京田辺市の特性を活かした活動内容例

例としては、近鉄京都線の中でも比較的高い乗降者数を誇る近鉄新田辺駅を用いたアクティビティであったり、参加特典として京田辺市の一休品とされる銘菓を提供したり、京田辺市での“ひとやすみ”を推奨するメッセージを暗号解きミッションの回答とするなど、全体を通して関連性とストーリー性を持たせながら、京田辺市の魅力の発信に注力した。

また本イベントは参加者募集期間に地域ニュースサイト号外 NET 様に WEB 記事の掲載をしていただいたことで、京田辺市内外の広い地域へイベント情報の発信が実現した。それに伴って市外からの参加者の方々も募ったことで、京田辺市在住でない方々へも京田辺の魅力を直接的に発信する機会となったのである。後のアンケートによると、実際に参加者の半数ほどが京都府や大阪府からの市外在住の方々であり、WEB 記事を見てイベント内容に興味を持って参加をしたとのことであった。

このように今回のイベントに限定しても、市外の方が京田辺市を訪れる一つのきっかけを作り出すことができたと言える。

よって、本イベントの実施によって多角的に京田辺市への貢献を行えたと評価する。

### ③ 自社への効果

第三に本事業を実施したことによる自社への効果をピクニックの定義づけ、経済的効果、その他の観点から言及する。

#### ピクニックの定義づけ



本事業の取り組みにおいて、たなピクの考案、イベントの企画、運営を経て、弊社がイベントとして提供するピクニック「たなピク！」の意義を見出すことができた。まず、たなピクの取り組みの根本的な概念としてのピクニックについては、ピクニックとは何を指すのか、屋外や屋内など場所よる違いはあるか、キャンプや遠足との違いは何かなど時間をかけて何度も討議を重ねた部分であり、社内でピクニックの実証実験なども行いながら定めたものである。

### 社内でのピクニックの実証実験について

この実証実験は、社員(5人)のピクニックに関する認識を明らかにしてピクニックの持つ意義を導き出すことを目的に、社員それぞれの考えるピクニックのアイテム、遊び、食べ物などを持ち寄って行ったものである。内容としては、キャンパス内の芝生にて、各自がレジャーシートを並べて座りながらパンやおにぎり、お弁当など各々が用意したお昼ご飯を食べ、またみんなでトランプをしたりおしゃべりをしたり、四葉のクローバーを探したりといったことを楽しむものであった。内容については事前に打ち合わせしていたわけではなかったが、社員それぞれが想定していたゆったりと楽しむピクニックの形を改めて認識する結果となった。

この検証を通して弊社が得たピクニックの重要な要素として次のキーワードを挙げる。

#### 非日常性

#### ピクニックにおける時間の共有性

#### アクティビティの共有性

#### 食事行為の共有性

弊社が想定するピクニックにおいては、「非日常性」「共有性」がピクニックにおいて重要となるキーワードであると考えられる。非日常性に関しては、屋内外問わずいつもと違う場所や空間を指す。家族や友人と共に膝を並べて時間を過ごし、一緒にトランプやバドミントンをしたり、一緒にご飯を食べたり、という共に過ごす時間やアクションが、ピクニックの娯楽性を高めたり充実感を生み出しているとの検証結果を得た。よって、これらの時間・アクティビティ・食事の共有といった要素を弊社の提供するピクニックの軸とすることとした。