

第1回Ullまちづくりフォーラム

御堂筋オフィス街のソフト面での活性化策の 検討調査報告

- オフィス街でのコミュニティ活動の効果 -



京都工芸繊維大学
KYOTO INSTITUTE OF TECHNOLOGY

2017年5月31日

デザイン経営工学課程

川北 眞史

kawakita@kit.ac.jp

1. 調査の背景と背景
2. 調査の概要
3. コミュニティ活動の継続要因
4. コミュニティ活動の参加者調査
5. コミュニティ活動の効果
6. まとめと課題

1. 調査の背景と目的

① 調査の背景

- 大阪市内に新たなオフィス集積地の誕生
 - 地域間競争に対応するため新たな魅力が必要
 - ハード面
 - ソフト面
- 
- 朝活や夕活の活発化
- 
- コミュニティの変化
 - 地縁型コミュニティから都市型コミュニティへ

1. 調査の背景と目的

② 調査の目的

- オフィス街のソフト面の魅力を探る



- 都市型コミュニティに注目



- 都市型コミュニティ活動の効果などを検証
 - コミュニティ活動参加者の開催地に対する興味や愛着の高まり

2. 調査の概要

① 調査内容

- オフィス街を中心としたコミュニティ活動の現状把握
 - コミュニティの継続要因の明確化
- コミュニティ活動の効果についてのプレ調査
 - コミュニティ活動の試行
- 実際のコミュニティ活動を通じた調査
 - 継続参加者のパネル調査など
 - コミュニティ活動主催についての知見の蓄積

2. 調査の概要

② 調査体制

- 研究主体

- 公益財団法人 都市活力研究所

- 三本松主席研究員、坂田主席研究員

- 京都工芸繊維大学デザイン経営工学課程製品産業経営学研究室

- 三村、岡本、白倉、山崎、今村、島崎、野村、赤井、石黒、高谷、前田、矢野、川北

- 協力

- 御堂筋まちづくりネットワーク

- 船場げんきの会

- share YODOYABASHI deck

- 大阪ガスビル フラムテラス など

2. 調査の概要

③ 調査期間

- 2014年度～16年度
 - 2014年度(14年7月～15年3月)
 - オフィス街を中心としたコミュニティ活動の現状把握
 - コミュニティ活動の効果についてのプレ調査
 - 2015,2016年度(15年5月～17年3月)
 - 実際のコミュニティ活動を通じた調査

2. 調査の概要

④ 2014年度調査の概要

- コミュニティへのヒアリング調査
 - 都市部を中心に活動期間の長い
 - 学習系、交流会、フリートーク、その他のコミュニティのほか、コミュニティ活動支援者の合計28対象



- コミュニティ活動の継続・活性化要因の抽出

2. 調査の概要

ヒアリング調査先一覧

形式	名称	所在地
講座 (学習系)	Mブリッジ	三重県
	TALK TALK TODAY	大阪市
	大阪自由大学	大阪市
	京都朝げいこ	京都市
	シニア自然大学	大阪市
	社会人サークルおおさか勉強会	大阪市
	びわこESS	滋賀県
	ファモア/朝会・カフェ会・勉強会@大阪	大阪市
	丸の内朝大学	東京都
交流会	BNI大一大万大吉チャプター	大阪市
	IT飲み会	大阪市
	梅田朝飯会	大阪市
	日本橋フレンド	東京都
	猫街倶楽部	名古屋市
フリー トーク	MORNING CREATION	京都市
	朝会・カフェ会・勉強会@大阪	大阪市
	京都ブラックファーストクラブ	京都市
その他	エコネット丹後	京都府
	おやじのたまり場	滋賀県
	京都100人委員会	京都市
	久美浜まるごとプロデュース	京都府
	船場げんきの会	大阪市
	東住吉会館	大阪市
	鄧伝八段錦同好会	大阪市
	熟塾	大阪市
支援機関	BUKATSUDO	横浜市
	CRファクトリー	東京都
	home's-vi	東京都

2. 調査の概要

④ 2014年度調査の概要

- コミュニティ活動の効果についてのプレ調査
 - 調査報告会の際に、コミュニティも開催し、参加者にコミュニティ活動を体験してもらった
 - クラフトのコミュニティ活動(消しゴムはんこの制作)
 - コミュニティ活動中に参与調査
 - コミュニティ活動後に参加者への調査票調査
- 
- 実際のコミュニティ活動を通じたコミュニティ活動の運営や継続についての知見の獲得

2. 調査の概要

④ 2014年度調査の概要

- 調査票調査結果

- 参加者は、

- ① 活動の満足度が高ければ、その活動に興味を持つ

- ② 活動を体験することで、コミュニティ活動自体に興味を持つ

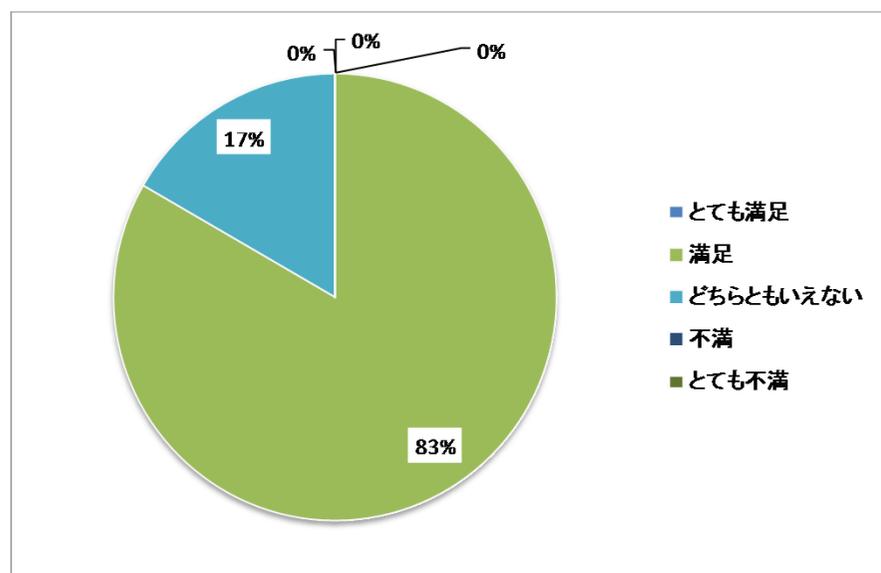
- ③ 体験したコミュニティ活動について継続意向を持つ

- ことが示唆された

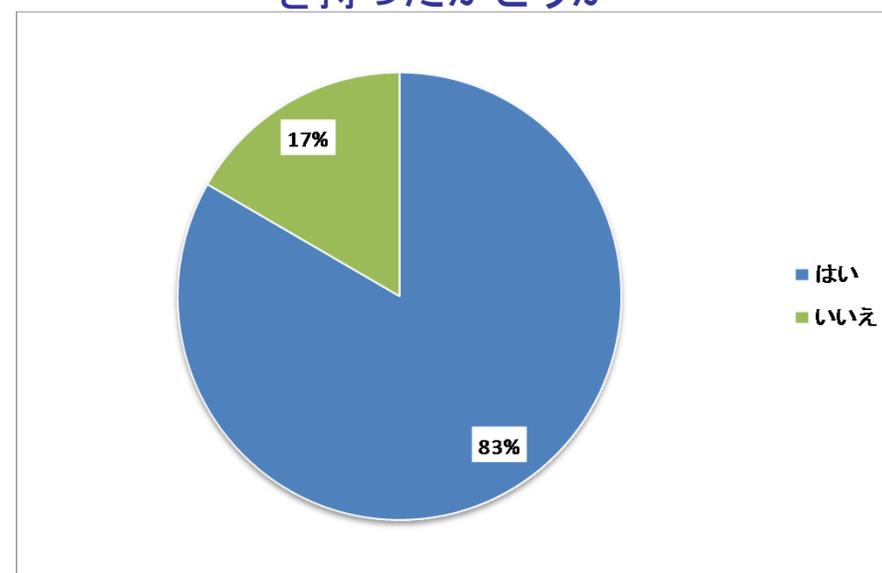
2. 調査の概要

プレ調査結果

① 活動の満足度



② 参加したコミュニティ活動に興味を持ったかどうか

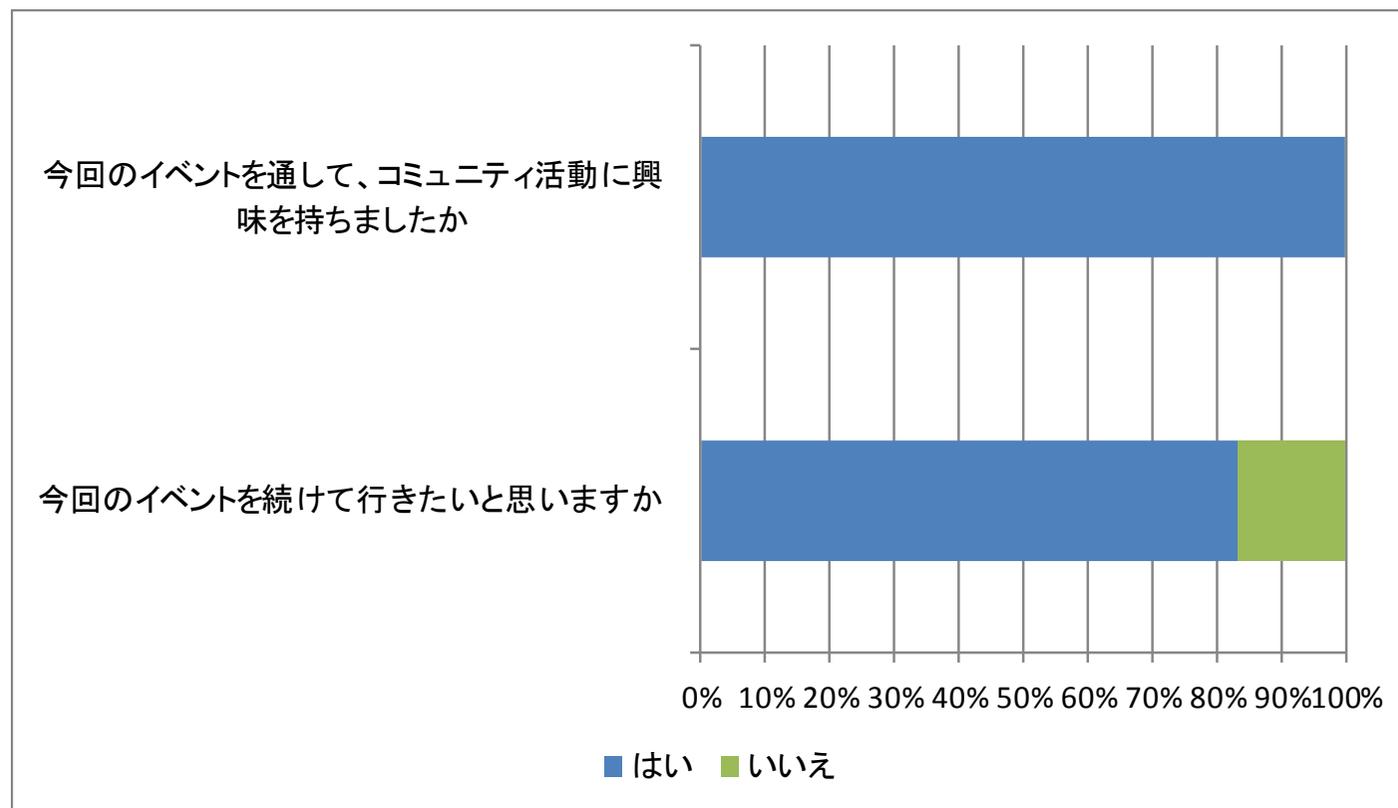


n=6(女性:2名、男性:3名、無回答:1名)

2. 調査の概要

プレ調査結果

③ コミュニティ活動に対する興味の有無等



n=6(女性:2名、男性:3名、無回答:1名)

2. 調査の概要

⑤ 2015年度調査の概要

- 2つのタイプのコミュニティを活動を主催
 - ビジネス系コミュニティ; 夜活せんば・みどうすじ
 - 趣味系コミュニティ; 御堂筋クラフトバル
 - 開催概要
 - 平日18時30分から20時30分頃
 - 御堂筋周辺で開催
 - 参加料無料
- 
- コミュニティ活動への参与調査
 - コミュニティ活動参加者への調査票調査

2. 調査の概要

⑤ 2015年度調査の概要

- 夜活せんば・みどうすじの開催概要
 - 1回ごとにテーマを設定;ビジネス関係のテーマ
 - テーマに対応した立場の異なる2名の講師による短時間の講演(約1時間)
 - 講師を交えて、参加者間でのテーマに沿ったフリートーク(約1時間)

2. 調査の概要

2015年度のビジネス系コミュニティ活動開催概要

	共通テーマ	講演者	同左所属等	会場
第1回 16年2月4日	イノベーション	松本毅	大阪ガス株式会社技術戦略部オープンイノベーション室長	大阪ガスビル フラムテラス
		木村美都	フューチャーベンチャーキャピタル株式会社 常務執行役員	
第2回 16年3月2日	起業家、起業家精神	清水良	田辺三菱製薬株式会社 経営企画部長	田辺三菱製薬 本社会議室
		作本義就	Agec株式会社 代表取締役社長	

2. 調査の概要

⑤ 2015年度調査の概要

- 御堂筋クラフトバルの開催概要
 - 毎回異なるテーマ
 - ワークショップだけを実施するのではなく、ワークショップ前にテーマに対応した講師による簡単な講演(約30分)
 - ワークショップでは、講師のほかに学生のティーチング・アシスタントも活用(ワークショップ 約80分)
 - ワークショップ後、参加者間での作品の品評会を実施(約15分)
 - 毎回、大阪ガスビル フラムテラスで開催

2. 調査の概要

2015年度の趣味系コミュニティ活動開催概要

	講演	ワークショップ	同左講師
第1回 16年1月21日	井上哲朗 株式会社モアイ代表取締役社長	ステンドグラス	西村泰子 メリーゴーランドグラス
第2回 16年2月24日	八木寿治 株式会社ペーパーワールド デザイナー	PAKI(ペーパー クラフト)	同左
第3回 16年3月2日	飯野正紀 Links gallery代表	切り絵	下村優介 切り絵作家

2. 調査の概要

⑥ 2016年度調査の概要

- 3つのタイプのコミュニティを活動を主催
 - ビジネス系; 夜活せんば・みどうすじ
 - 趣味系; 大阪まんなかクラフトバル
 - 健康系; 撮歩ミドースジ

形式を若干変更し継続
新設

 - 比較的低年齢層の参加者の確保
- 継続して、コミュニティ活動への参与調査、参加者への調査票調査
 - 継続的参加者のパネル調査も企図

2. 調査の概要

⑥ 2016年度調査の概要

- 夜活せんば・みどうすじの開催概要
 - 前年度と同じ内容で実施
 - フリートーク時間を充実させるため、参加者の定員管理の厳格化(最大20名)

2. 調査の概要

2016年度のビジネス系コミュニティ活動開催概要

	共通テーマ	講演者	同左所属等	会場
第3回 16年9月27日	船場商法	前川洋一郎	老舗学研究会 共同代表	愛日会館
		橋本英男	吉野寿司 会長	
第4回 16年11月14日	経営者	今西頼久	今西土地建物株式会社 代表取締役社長	share YODOYABASHI deck
		辻野真介	スリーアップ株式会社 代表取締役社長	
第5回 17年1月24日	デザイン思考	吉田治英	株式会社GK京都 顧問(前 代表取締役社長)	大阪ガスビル フラムテラス
		作本義就	株式会社マジカル 代表取締役社長/クリエイティブディレクター	

2. 調査の概要

⑥ 2016年度調査の概要

- 大阪まんなかクラフトバルの開催概要
 - ワークショップの時間を確保するため、簡単な講演会を開催せず、2日間の開催も
 - 材料費として参加料(千円)を徴収
 - 毎回、share YODOYABASHI deck セミナー室で開催

2. 調査の概要

2016年度の趣味系コミュニティ活動開催概要

	講師	ワークショップ
第4回 16年6月20日, 7月19日	下村優介 切り絵作家	切り絵
第5回 16年12月7,8日	消しゴムはんこの黒猫堂	消しゴムはんこ
第6回 17年1月25日	月本せいじ ポップアップカードアーティスト	ポップアップ カード
第7回 17年3月8日	YuriRuri プラバンアクセサリー作家	プラバン アクセサリー

2. 調査の概要

⑥ 2016年度調査の概要

- 健康系コミュニティ;撮歩ミドースジ
 - 指定されたポイントの写真を撮るために御堂筋周辺を歩く
 - 簡易なフォトロゲーニング
 - 歩行速度などを競わないなどのルール設定
 - 各グループに監視役としてスタッフを配置
 - 開始時にルール説明とグループでの作戦会議(約30分)
 - 1グループ4~5人で組成、複数での参加者は異なるグループに分け歩く(約1時間)
 - ベストショット賞の決定や撮影したポイントの写真の評点による表彰式など参加者全員が話せる時間(約30分)
 - 保険料・賞品代の名目で参加料(500円)を徴収

2. 調査の概要

2015年度のコミュニティ別の参加者の構成

① 年齢構成

	クラフト		夜活	
	個数	構成比	個数	構成比
20代	0	0.0	0	0.0
30代	3	11.1	1	4.3
40代	16	59.3	6	26.1
50代	4	14.8	10	43.5
60代	4	14.8	6	26.1
サンプル数	27	100.0	23	100.0

② 男女別構成

	クラフト		夜活	
	個数	構成比	個数	構成比
男性	3	17.6	26	92.9
女性	14	82.4	2	7.1
サンプル数	17	100.0	28	100.0

注:上表①,②のサンプル数が一致しないのは、それぞれの項目の未回答者をサンプル数から除外しているため

2. 調査の概要

2016年度の健康系コミュニティ活動開催概要

	テーマ
第1回 16年10月27日	建物
第2回 16年12月1日	オブジェ
第3回 17年3月21日	看板

3. コミュニティ活動の継続要因

① コミュニティ活動継続・活性化要因

- コミュニティ活動には主催者・運営者の個性が反映
- 活動の継続・活性化には属人的な要素が大きい

3. コミュニティ活動の継続要因

② ヒアリング調査により抽出した要因

- コミュニティの仕組み化
- 参加者全員の当事者意識の形成
- 主催者(講師)と参加者の中間の存在をつくる
- 定期的に役割を交代する
- ファンをつくる
- 来る者拒まず、去る者追わずの環境を用意する



① 参加者の概要

- 年齢層

- 40～50歳代中心
- 総じてリピーターの方が高い年齢層。特に、夜活
- テーマによっては、低年齢層の参加の可能性

- 男女別

- 活動内容により、参加者の男女比は変化
 - クラフトは女性中心、夜活は男性中心、撮歩はほぼ半々

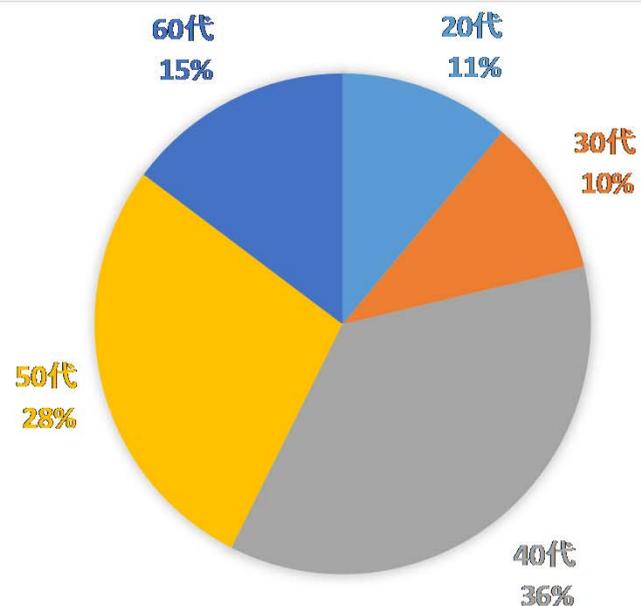
4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



京都工芸繊維大学
KYOTO INSTITUTE OF TECHNOLOGY

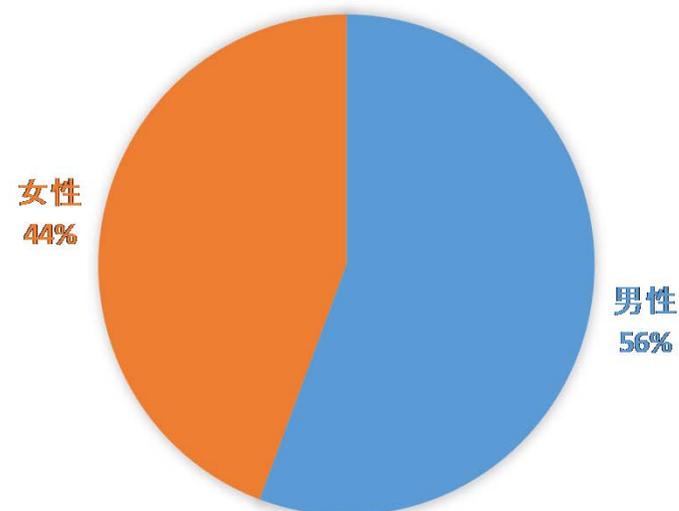
参加者の構成

年齢層



n=108

男女



n=158

注.2回以上参加している参加者(リピーター)は、2回目以降のデータを除外。以下、特に断りがない限り、同じ。

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査

コミュニティ別の参加者の構成

① 年齢構成

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
20代	7	16.7	2	4.3	3	15.0	1	7.7	0	0.0	0	0.0
30代	4	9.5	6	13.0	1	5.0	1	7.7	2	16.7	0	0.0
40代	22	52.4	8	17.4	9	45.0	7	53.8	2	16.7	0	0.0
50代	7	16.7	17	37.0	6	30.0	0	0.0	6	50.0	3	100.0
60代	2	4.8	13	28.3	1	5.0	4	30.8	2	16.7	0	0.0
サンプル数	42	100.0	46	100.0	20	100.0	13	100.0	12	100.0	3	100.0

② 男女別構成

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
女性	45	83.3	14	17.3	11	47.8	15	93.8	1	5.0	1	33.3
男性	9	16.7	67	82.7	12	52.2	1	6.3	19	95.0	2	66.7
サンプル数	54	100.0	81	100.0	23	100.0	16	100.0	20	100.0	3	100.0

注1.それぞれの項目の未回答者をサンプル数から除外しているため、各表間でサンプル数が一致しない。

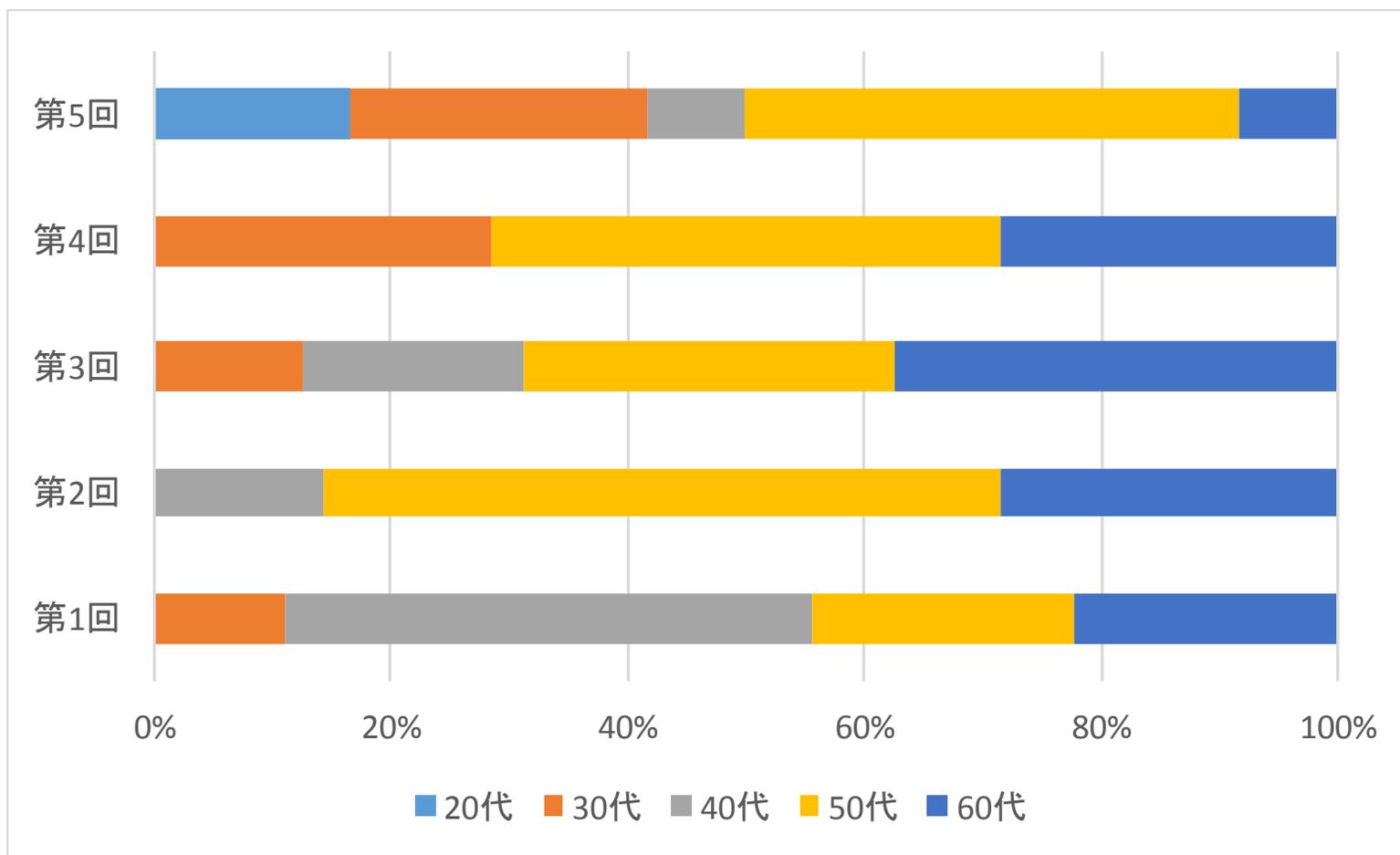
2.初回参加者には2回以上参加している参加者(リピーター)が最初に参加した際のデータを含む。

3.同じコミュニティに2回以上参加している参加者をリピーターとし、その個数は延べ人数。最初に参加分のデータは含まない。
注1～3は、特に断りがない限り、以下同じ

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



夜活の開催回ごとの参加者の年齢構成





① 参加者の概要

- 勤務地

- 御堂筋、船場や梅田といった開催場所の近くが中心
- 遠方からの参加者も一定数あり

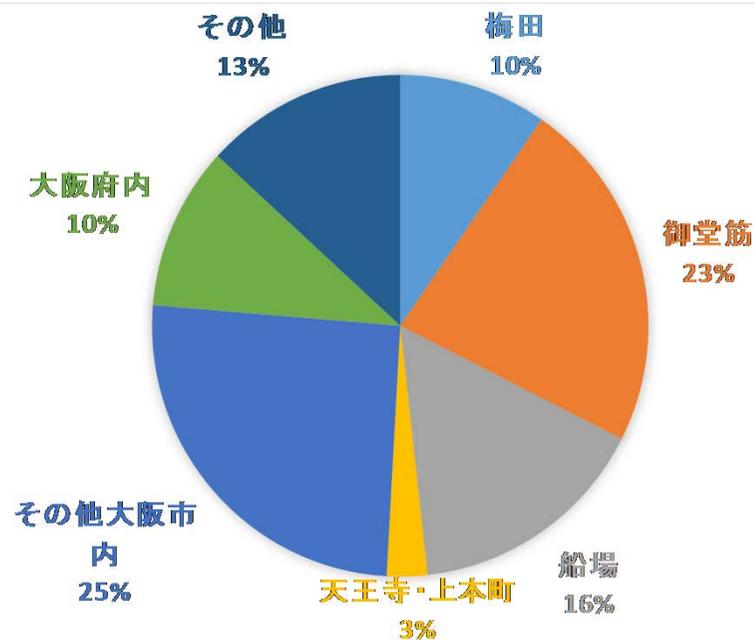
- 通勤時間

- 1時間以内が7割超
 - クラフトと撮歩は30分以内が4割超
 - リピーターでも同じ傾向
- 通勤時間の短さがコミュニティ活動参加の要因になる可能性

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査

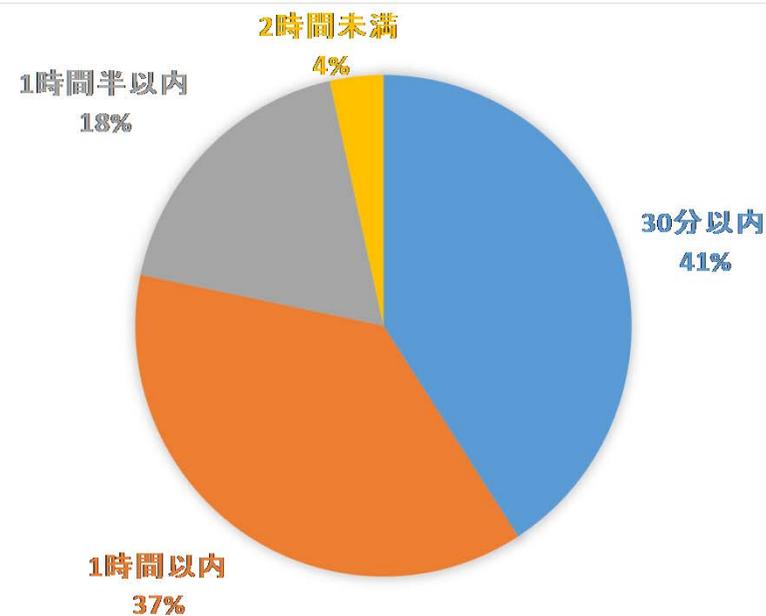
参加者の構成

勤務地



n=114

通勤時間



n=115

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



京都工芸繊維大学
KYOTO INSTITUTE OF TECHNOLOGY

コミュニティ別の参加者の構成

③ 勤務場所の地域別

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
梅田	3	7.9	8	14.0	0	0.0	0	0.0	3	33.3	0	0.0
御堂筋	8	21.1	14	24.6	4	21.1	5	50.0	1	11.1	1	33.3
船場	2	5.3	10	17.5	6	31.6	2	20.0	1	11.1	0	0.0
天王寺・上本町	2	5.3	0	0.0	1	5.3	0	0.0	0	0.0	1	33.3
その他大阪市内	9	23.7	17	29.8	3	15.8	6	60.0	1	11.1	1	33.3
大阪府内	8	21.1	3	5.3	1	5.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
その他	6	15.8	5	8.8	4	21.1	0	0.0	3	33.3	0	0.0
サンプル数	38	100.0	57	100.0	19	100.0	10	100.0	9	100.0	3	100.0

④ 通勤時間別

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
30分以内	17	43.6	23	41.1	7	35.0	3	25.0	6	50.0	1	33.3
1時間以内	16	41.0	20	35.7	7	35.0	6	50.0	5	41.7	1	33.3
1時間半以内	4	10.3	11	19.6	6	30.0	3	25.0	1	8.3	1	33.3
2時間未満	2	5.1	2	3.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2時間以上	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
サンプル数	39	100.0	56	100.0	20	100.0	12	100.0	12	100.0	3	100.0



② 参加者の以前のコミュニティ活動経験

- 経験した活動

- ほぼ全員が以前に経験
- 地域コミュニティや同窓会といった地縁的なコミュニティ活動経験
 - 女性中心のクラフト参加者は、地域コミュニティの経験割合高い
- 異業種交流会や趣味の集まりの経験も
 - 夜活参加者は、異業種交流会経験割合が極めて高い

- 活動参加の目的

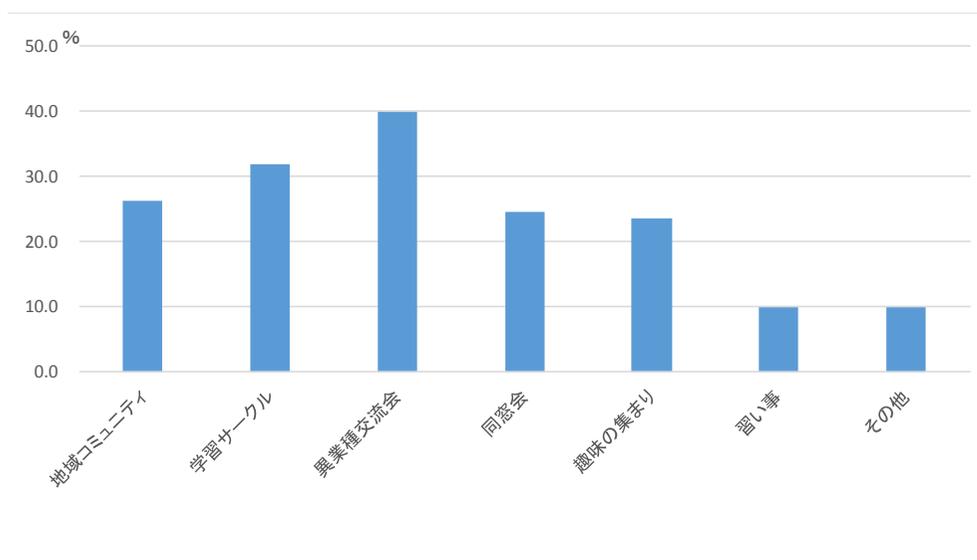
- 内容重視も、コミュニティ活動参加自体も目的に

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



参加者の以前のコミュニティ活動経験

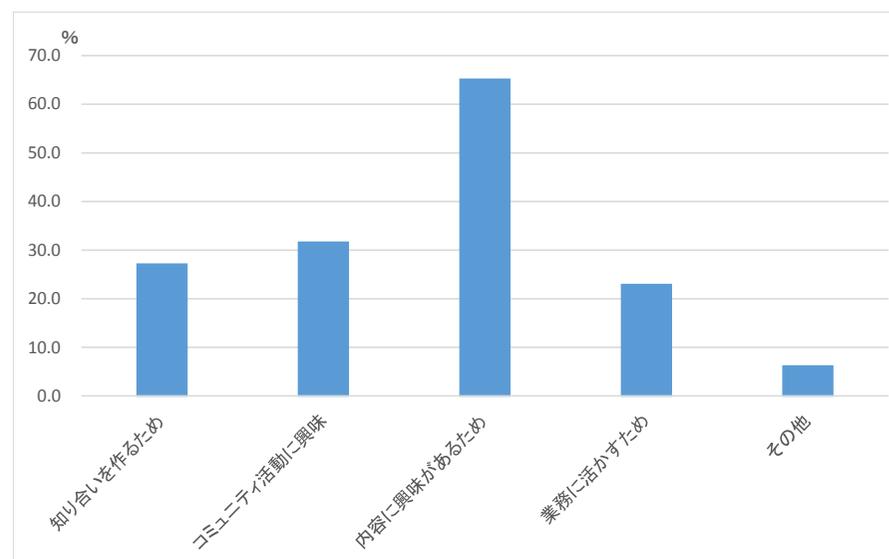
以前に経験したコミュニティ活動



n=110

注:複数回答のため、合計は100%を超える

活動参加の目的



n=95

注:複数回答のため、合計は100%を超える

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査

コミュニティ別の参加者の以前のコミュニティ活動経験

① 以前に経験したコミュニティ活動

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
地域コミュニティ	12	63.2	13	39.4	4	22.2	3	27.3	9	52.9	1	33.3
学習サークル	11	57.9	21	63.6	3	16.7	5	45.5	3	17.6	3	100.0
異業種交流会	5	26.3	31	93.9	8	44.4	2	18.2	5	29.4	2	66.7
同窓会	4	21.1	16	48.5	7	38.9	2	18.2	4	23.5	1	33.3
趣味の集まり	4	21.1	13	39.4	9	50.0	5	45.5	6	35.3	3	100.0
習い事	2	10.5	7	21.2	2	11.1	1	9.1	1	5.9	1	33.3
その他	3	15.8	7	21.2	1	5.6	0	0.0	1	5.9	0	0.0
サンプル数	34		58		18		11		17		3	

② 活動参加の目的

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
知り合いを作るため	6	20.7	11	23.4	9	47.4	1	10.0	5	38.5	1	33.3
コミュニティ活動に興味	9	31.0	17	36.2	4	21.1	4	40.0	8	61.5	2	66.7
内容に興味があるため	26	89.7	26	55.3	10	52.6	10	100.0	8	61.5	3	100.0
業務に活かすため	6	20.7	10	21.3	6	31.6	2	20.0	3	23.1	2	66.7
その他	3	10.3	3	6.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
サンプル数	29		47		19		10		13		3	

注:複数回答のため、構成比の合計は100%を超える

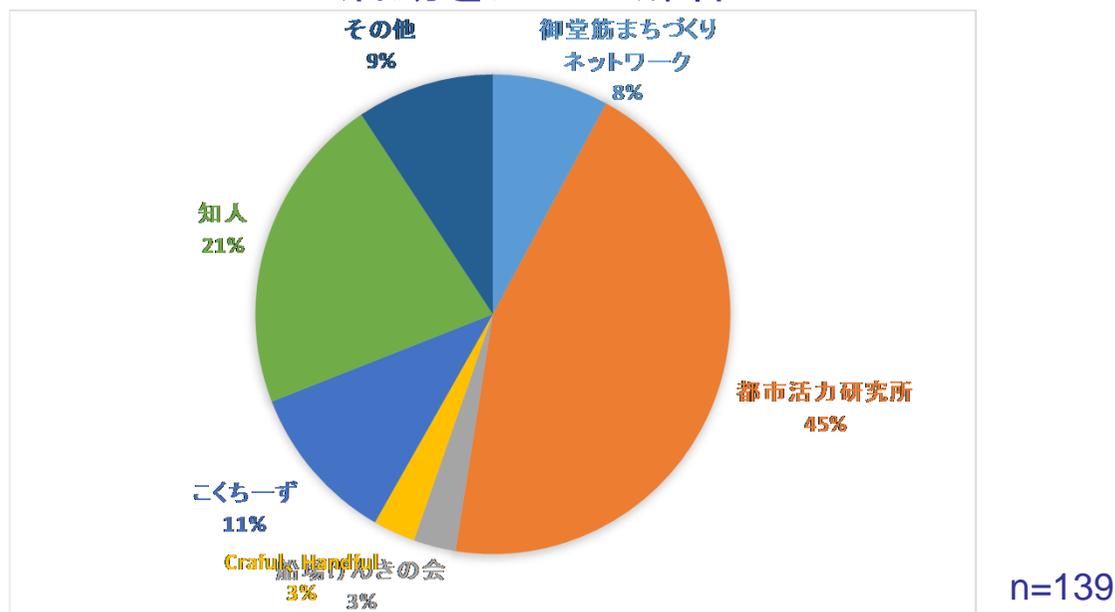


③ 今回のコミュニティ活動

- 活動を知った媒体
 - 都市活力研究所発行のメールマガジン主体
 - 知人といった口コミも重要な媒体
 - クラフトと撮歩では効果
 - 内容と告知媒体との親和性が重要に

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査

活動を知った媒体



コミュニティ活動別

	クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
御堂筋まちづくりネットワーク	1	2.0	8	12.7	2	8.0
都市活力研究所	12	23.5	40	63.5	10	40.0
船場げんきの会	0	0.0	3	4.8	1	4.0
Craful、Handful	4	7.8	0	0.0	0	0.0
こくち一ず	11	21.6	2	3.2	2	8.0
知人	13	25.5	7	11.1	10	40.0
その他	10	19.6	3	4.8	0	0.0
サンプル数	51	100.0	63	100.0	25	100.0

注1.回答者の一部に複数回答があったが、それも集計している。

2.今年度、クラフトにおいては「御堂筋まちづくりネットワーク」の選択肢を設けていない。



③ 今回のコミュニティ活動

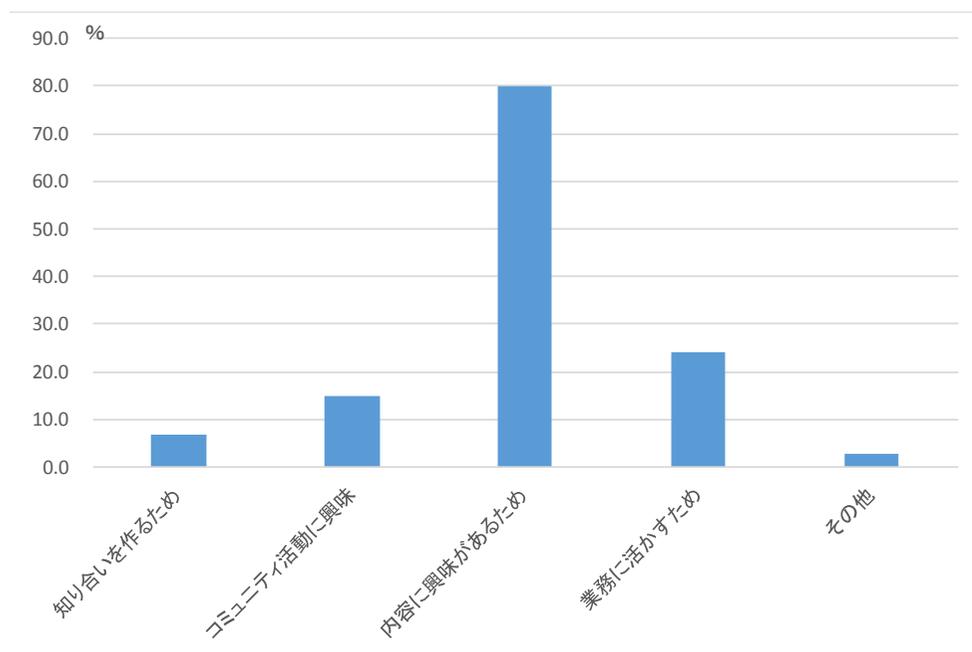
- 活動参加の目的
 - 活動内容に対する興味が大半
 - 活動内容により、他の目的は異なる
 - リピーターで顕著
 - リピーターは、コミュニティ活動自体の興味も目的
- リピートの目的
 - 経験した活動を評価してリピート

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



活動参加の目的

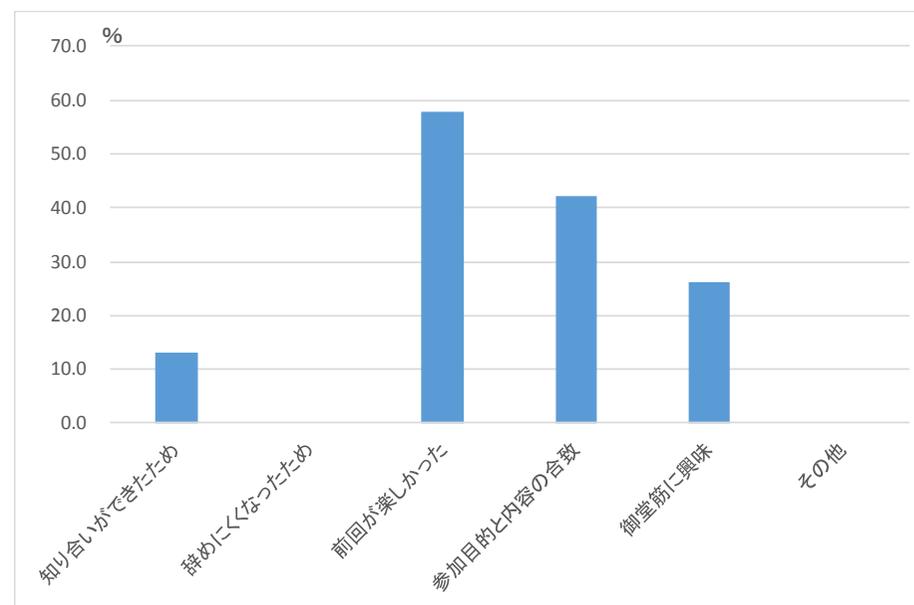
初回参加の目的



n=110

注:複数回答のため、合計は100%を超える

リピートの目的



n=38

注:複数回答のため、合計は100%を超える

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



コミュニティ別の参加目的

① 参加目的

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
知り合いを作るため	4	7.8	5	6.9	1	4.3	0	0.0	2	10.5	0	0.0
コミュニティ活動に興味	4	7.8	13	18.1	5	21.7	3	21.4	5	26.3	1	33.3
内容に興味があるため	44	86.3	55	76.4	18	78.3	13	92.9	12	63.2	2	66.7
業務に活かすため	8	15.7	20	27.8	7	30.4	1	7.1	5	26.3	1	33.3
その他	2	3.9	1	1.4	1	4.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
サンプル数	51		72		23		14		19		3	

② リポートの目的

	クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
知り合いができたため	1	7.7	4	18.2	0	0.0
辞めにくくなったため	0	0.0	0	0.0	0	0.0
前回が楽しかった	10	76.9	10	45.5	2	33.3
参加目的と内容の合致	4	30.8	11	50.0	1	16.7
御堂筋に興味	1	7.7	7	31.8	2	33.3
その他	0	0.0	0	0.0	0	0.0
サンプル数	13		22		3	

注:複数回答のため、構成比の合計は100%を超える



③ 今回のコミュニティ活動

- 活動の満足度

- 総じて高い満足度
- コミュニティ活動ごとに満足度は異なる
- リピーターの「とても満足」の割合が、初回参加者よりも高い

- 活動の継続意向

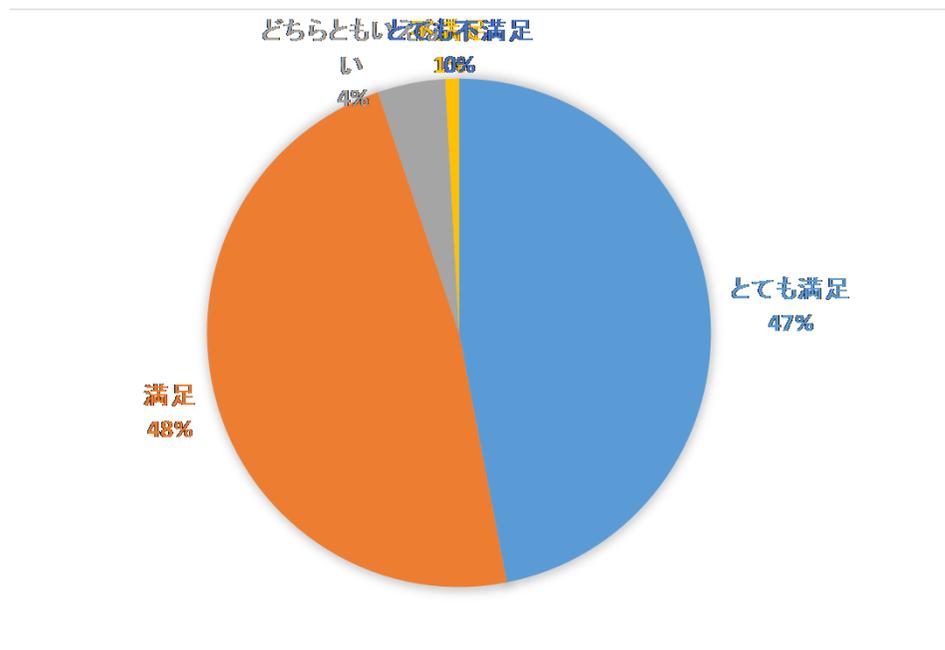
- 総じて高い継続意向
- リピーターの方が初回参加者より「参加した活動を継続させていきたいと思うか」に対して「とてもそう思う」の割合が高い

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



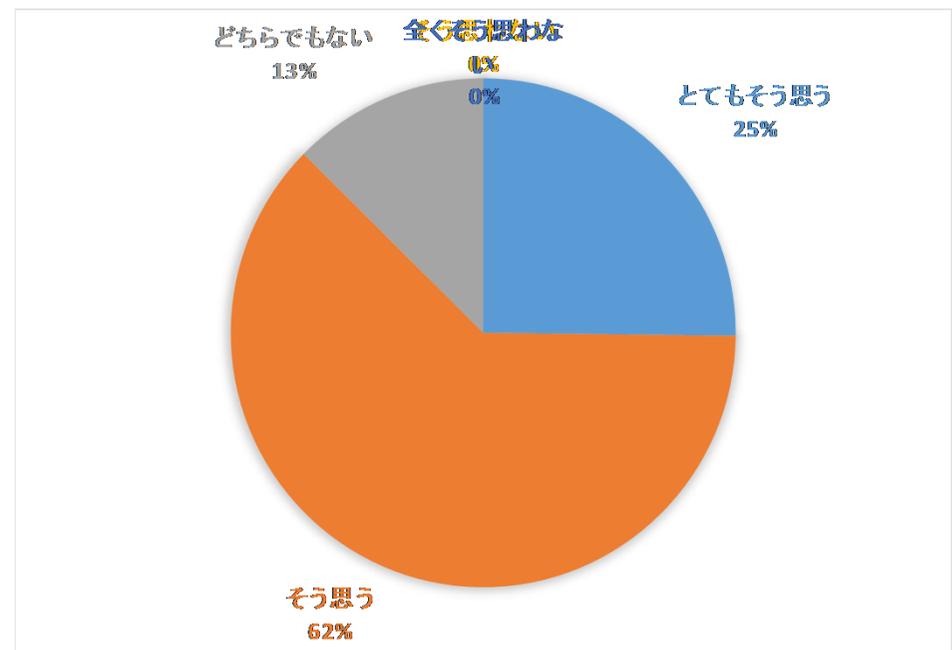
参加者の満足度と活動の継続意向

活動の満足度



n=115

活動の継続意向



n=134

注:「参加した活動を継続させていきたいと思うか」に対する回答

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



京都工芸繊維大学
KYOTO INSTITUTE OF TECHNOLOGY

コミュニティ別の参加者の活動の満足度

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
とても満足	29	67.4	17	30.9	8	47.1	5	41.7	8	42.1	2	66.7
満足	14	32.6	32	58.2	9	52.9	7	58.3	10	52.6	1	33.3
どちらともいえない	0	0.0	5	9.1	0	0.0	0	0.0	1	5.3	0	0.0
不満足	0	0.0	1	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
とても不満足	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
サンプル数	43	100.0	55	100.0	17	100.0	12	100.0	19	100.0	3	100.0

コミュニティ別の参加者の活動の継続意向

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
とてもそう思う	13	28.9	15	22.7	6	26.1	6	42.9	10	45.5	1	33.3
そう思う	29	64.4	38	57.6	17	73.9	5	35.7	8	36.4	2	66.7
どちらでもない	3	6.7	13	19.7	1	4.3	3	21.4	4	18.2	0	0.0
そう思わない	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	4.5	0	0.0
全くそう思わない	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
サンプル数	45	100.0	66	100.0	23	100.0	14	100.0	22	100.0	3	100.0



③ 今回のコミュニティ活動

- 参加料

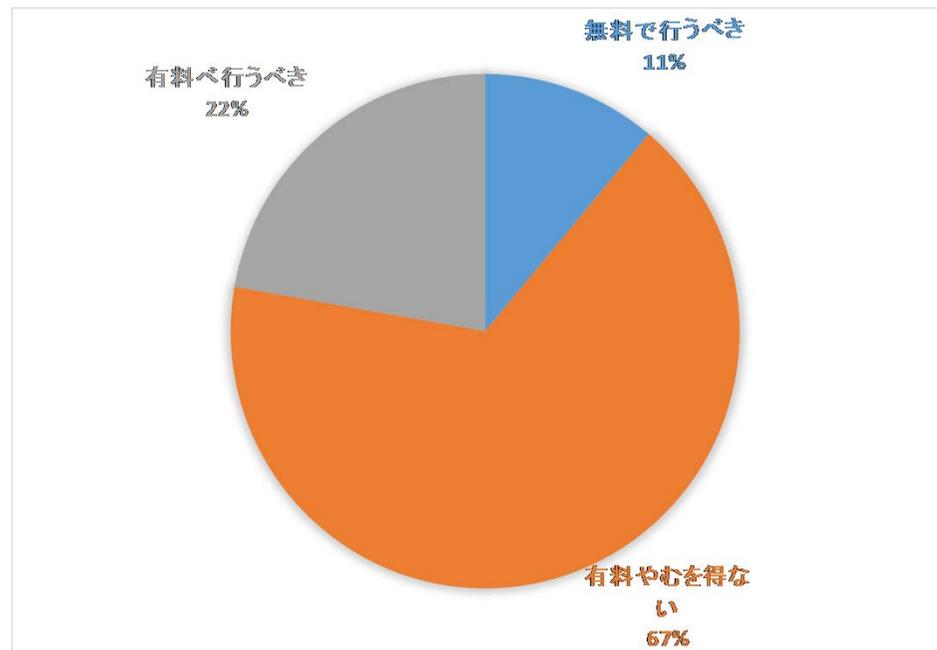
- 参加料徴収について、参加者には一定の理解
- コミュニティ活動別で参加料についての考え方に大きな差がなく、現在、参加料を払っているかどうか、その考え方に影響せず
- 金額について、参加料を徴収しているコミュニティ活動では、現在の徴収額に近い金額に

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



京都工芸繊維大学
KYOTO INSTITUTE OF TECHNOLOGY

参加料について



n=63

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



京都工芸繊維大学
KYOTO INSTITUTE OF TECHNOLOGY

コミュニティ別の参加者の参加料についての考え

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
無料で行うべき	3	20.0	4	15.4	0	0.0	0	0.0	2	12.5	0	0.0
有料やむを得ない	7	46.7	21	80.8	14	66.7	1	33.3	13	81.3	3	100.0
有料で行うべき	6	40.0	1	3.8	7	33.3	2	66.7	1	6.3	0	0.0
サンプル数	15	100.0	26	100.0	21	100.0	3	100.0	16	100.0	3	100.0

コミュニティ別等の参加者の平均参加料

単位:円

	クラフト		夜活		撮歩	
	初回	リピーター	初回	リピーター	初回	リピーター
全体の平均参加料	1,250.0	1,083.3	923.7	1,075.0	691.2	583.3
有料やむを得ない	916.7	1,250.0	919.4	1,125.0	704.5	583.3
有料で行うべき	1,950.0	1,000.0	1,000.0	500.0	666.7	-



④ 今後、参加したいコミュニティ活動

- 参加したいコミュニティ活動

- 現在、参加しているコミュニティ活動と同種の活動への関心度が高い
- 撮歩参加者の関心は、ビジネス系と趣味系の両方の特色

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



京都工芸繊維大学
KYOTO INSTITUTE OF TECHNOLOGY

コミュニティ別の参加者の今後、参加したいコミュニティ活動

	初回参加者						リピーター					
	クラフト		夜活		撮歩		クラフト		夜活		撮歩	
	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比	個数	構成比
英会話等学習	14	28.0	2	3.1	5	22.7	2	16.7	2	9.1	0	0.0
相互学習	11	22.0	4	6.3	3	13.6	8	66.7	1	4.5	0	0.0
同じ趣味	35	70.0	20	31.3	13	59.1	7	58.3	7	31.8	2	66.7
イメージアップ促進	4	8.0	7	10.9	2	9.1	1	8.3	6	27.3	1	33.3
フリートーク	9	18.0	16	25.0	1	4.5	1	8.3	9	40.9	2	66.7
異業種交流会	13	26.0	44	68.8	12	54.5	1	8.3	19	86.4	0	0.0
その他	1	2.0	3	4.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
サンプル数	50		64		22		12		22		3	

注:複数回答のため、構成比の合計は100%を超える

5. コミュニティ活動の効果

① 活動参加と活動地域への興味、関心との関係

- 参加者全体

- 初回参加者は、7項目で肯定的な回答が過半

- 「御堂筋は働きやすい街だと思う」、「御堂筋にお気に入りの場所がある」、「御堂筋を歩くのは気持ちよい」、「御堂筋の雰囲気や土地柄が気に入っている」、「御堂筋が好きだ」、「御堂筋に愛着を感じている」、「御堂筋にいつまでも変わってほしくないものがある」

- 否定的な回答が過半となる項目なし

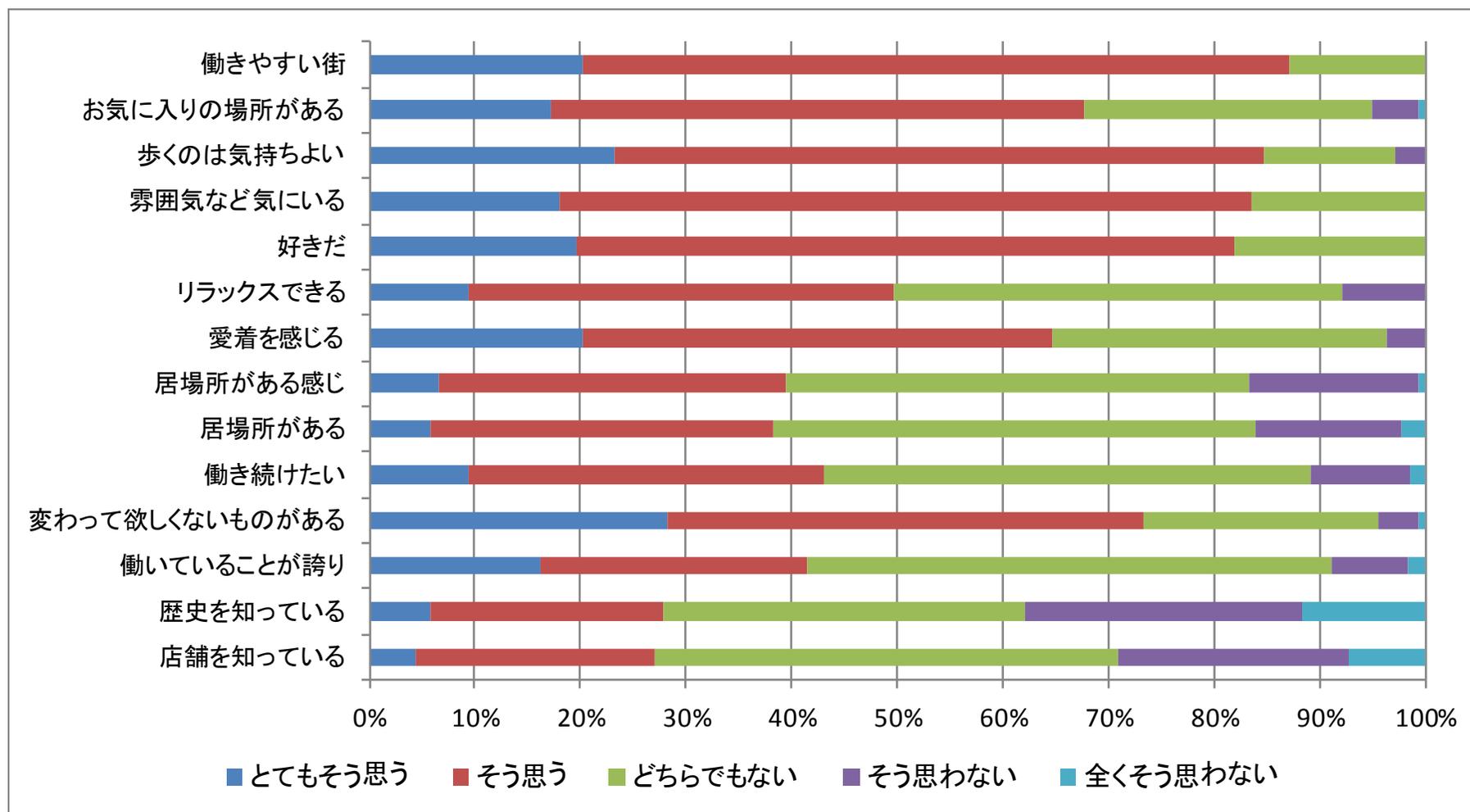
- リピーターは、肯定的な回答割合が、初回参加者に比べ高く、肯定的な回答割合が過半の項目が11項目

- 「御堂筋ではリラックスできる」、「御堂筋に自分の居場所がある」、「御堂筋に自分の居場所があるように感じる」、「御堂筋のお店（飲食店、アパレルショップなど）をよく知っている」

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



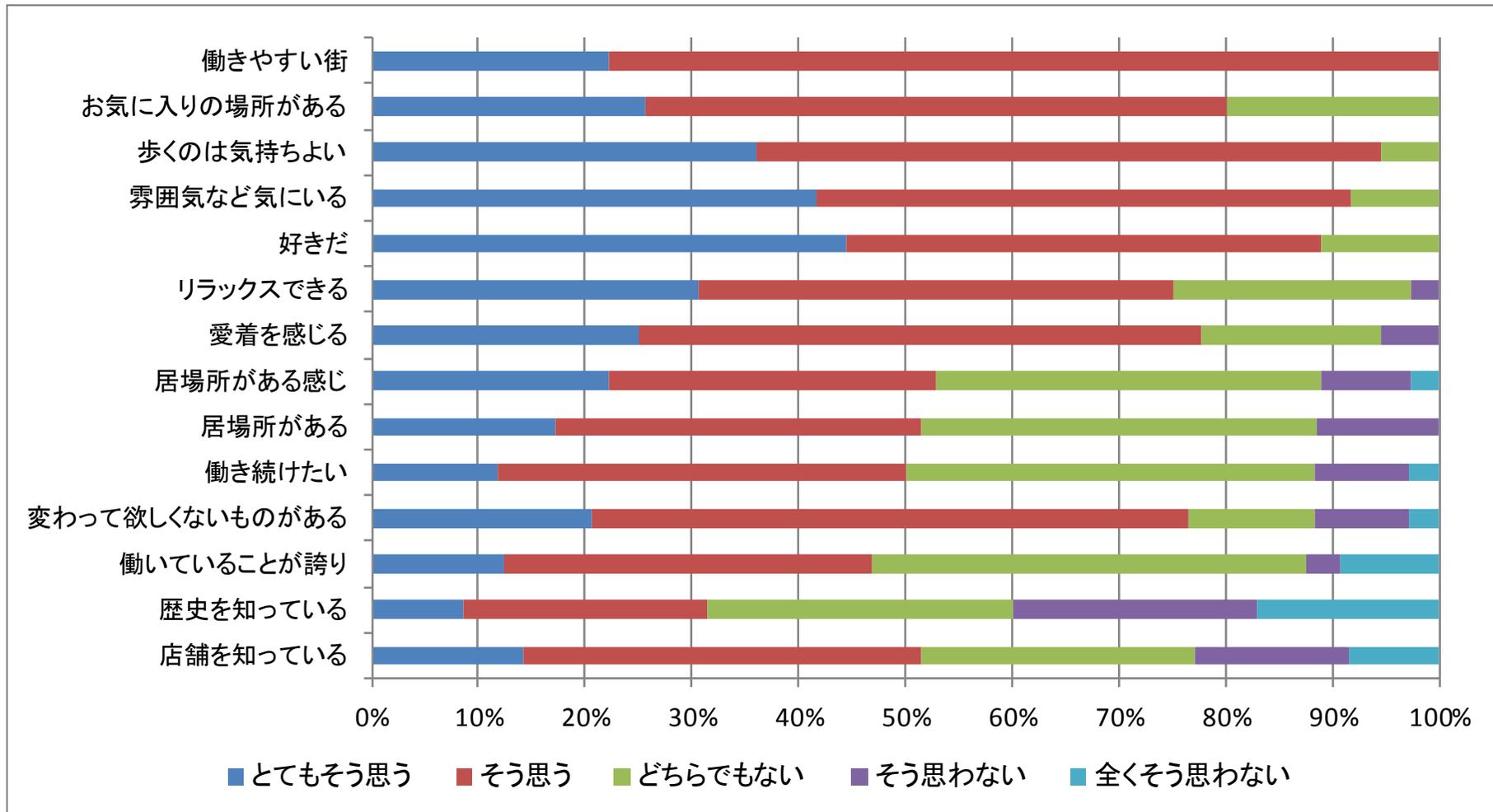
全コミュニティ活動参加者の御堂筋への興味など 初回参加者



4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



全コミュニティ活動参加者の御堂筋への興味など リピーター



5. コミュニティ活動の効果

① 活動参加と活動地域への興味、関心との関係

• クラフトバル参加者

– 初回参加者は、8項目で肯定的な回答が過半

- 「御堂筋は働きやすい街だと思う」、「御堂筋にお気に入りの場所がある」、「御堂筋を歩くのは気持ちよい」、「御堂筋の雰囲気や土地柄が気に入っている」、「御堂筋が好きだ」、「御堂筋ではリラックスできる」、「御堂筋に愛着を感じている」、「御堂筋にいつまでも変わってほしくないものがある」

– 2項目で否定的な回答が過半

- 「御堂筋の歴史をよく知っている」と「御堂筋のお店(飲食店、アパレルショップなど)をよく知っている」

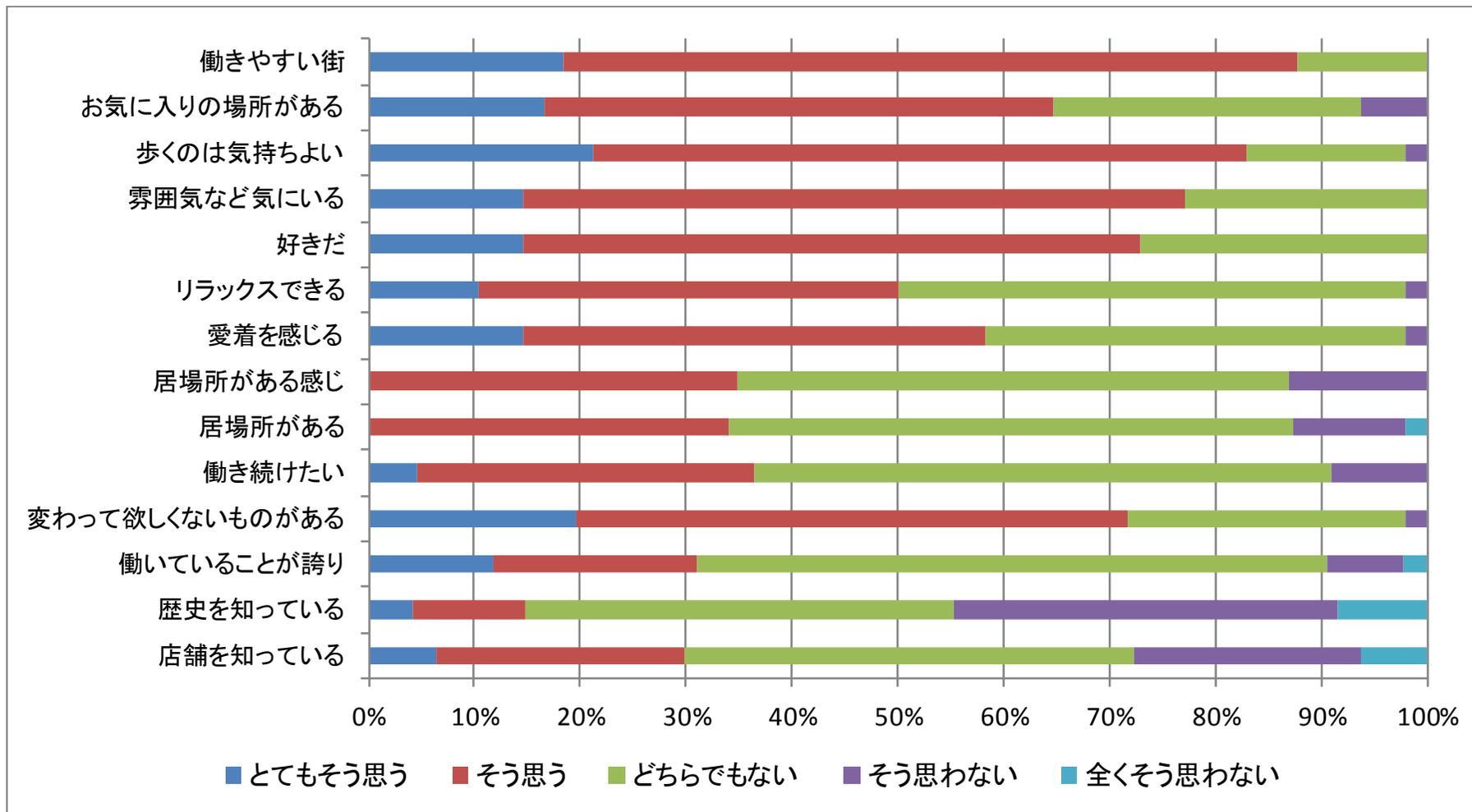
– リピーターは、肯定的な回答割合が、初回参加者に比べ高く、1項目のみ否定的な回答割合が過半

- 「御堂筋の歴史をよく知っている」

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



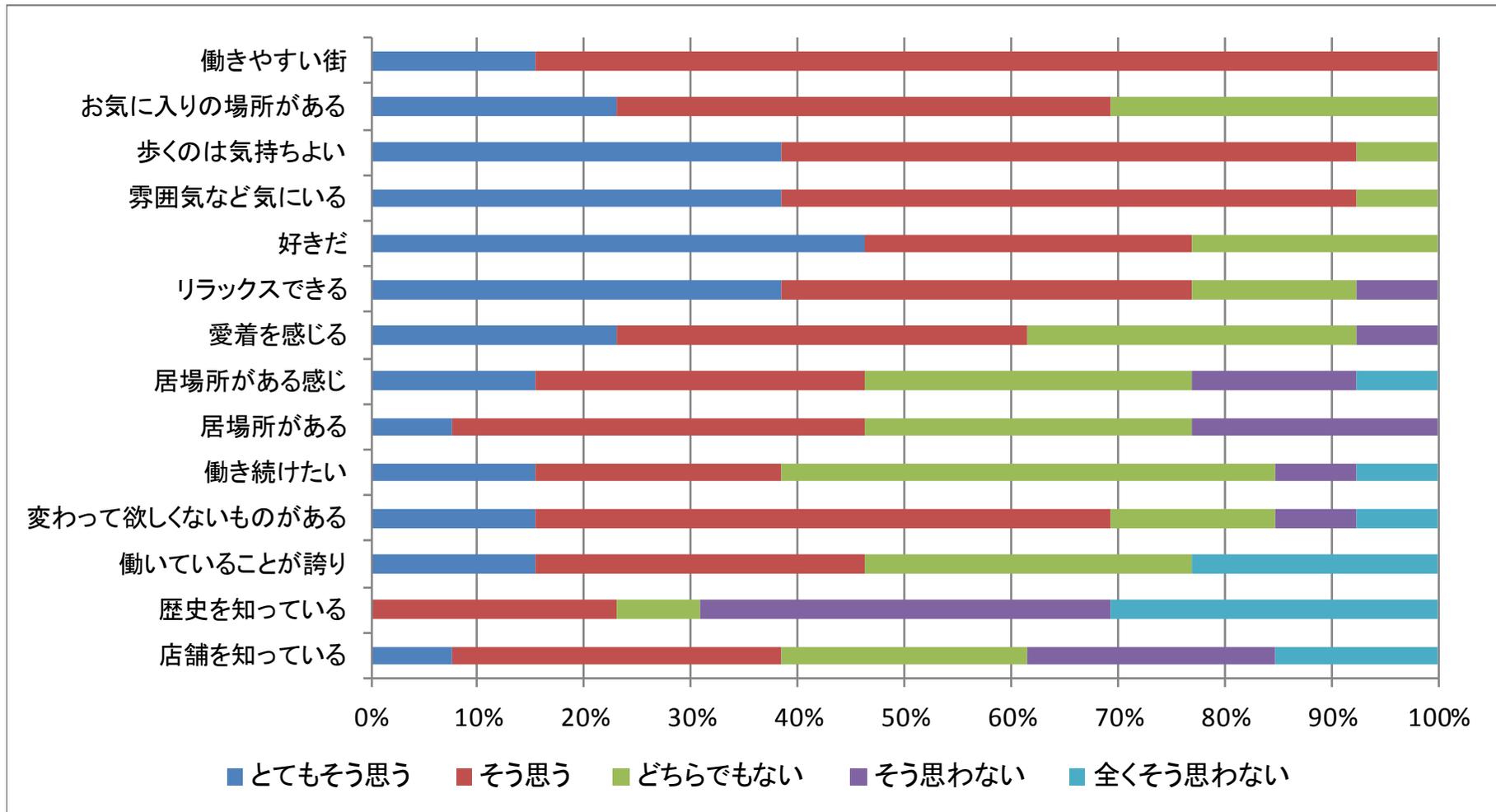
クラフトバル参加者の御堂筋への興味など 初回参加者



4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



クラフトバル参加者の御堂筋への興味など リピーター



5. コミュニティ活動の効果

① 活動参加と活動地域への興味、関心との関係

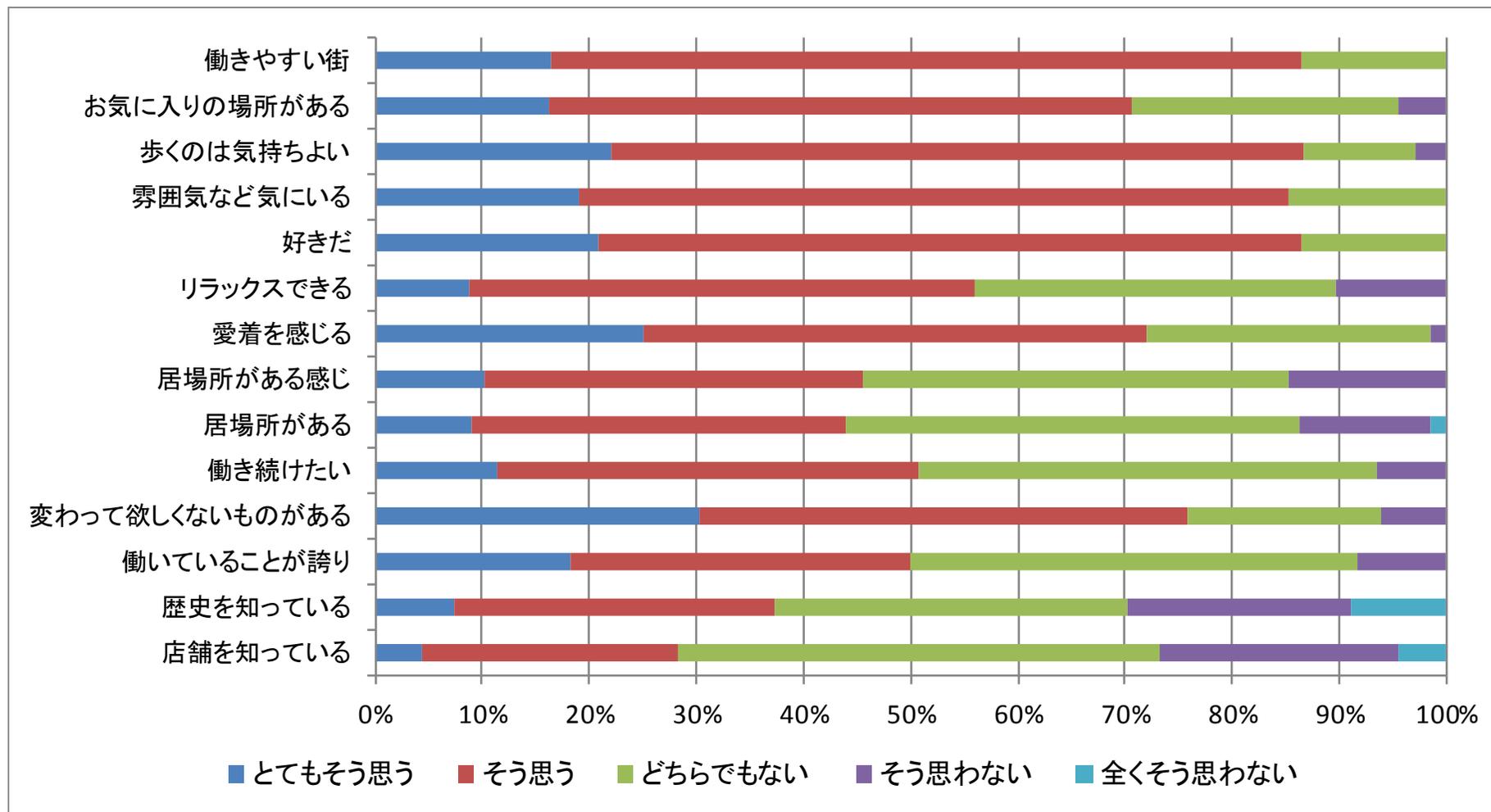
• 夜活参加者

- 初回参加者は、8項目で肯定的な回答が過半
 - 「御堂筋は働きやすい街だと思う」、「御堂筋にお気に入りの場所がある」、「御堂筋を歩くのは気持ちよい」、「御堂筋の雰囲気や土地柄が気に入っている」、「御堂筋が好きだ」、「御堂筋ではリラックスできる」、「御堂筋に愛着を感じている」と「御堂筋にいつまでも変わってほしくないものがある」
- 2項目で肯定的な回答割合が半数
 - 「御堂筋ですっと働き続けたい」、「御堂筋で働いていることを誇りに思う」
- クラフトバル参加者より、高い御堂筋に対する愛着・好意
- リピーターは、全項目で肯定的な回答割合が50%以上

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



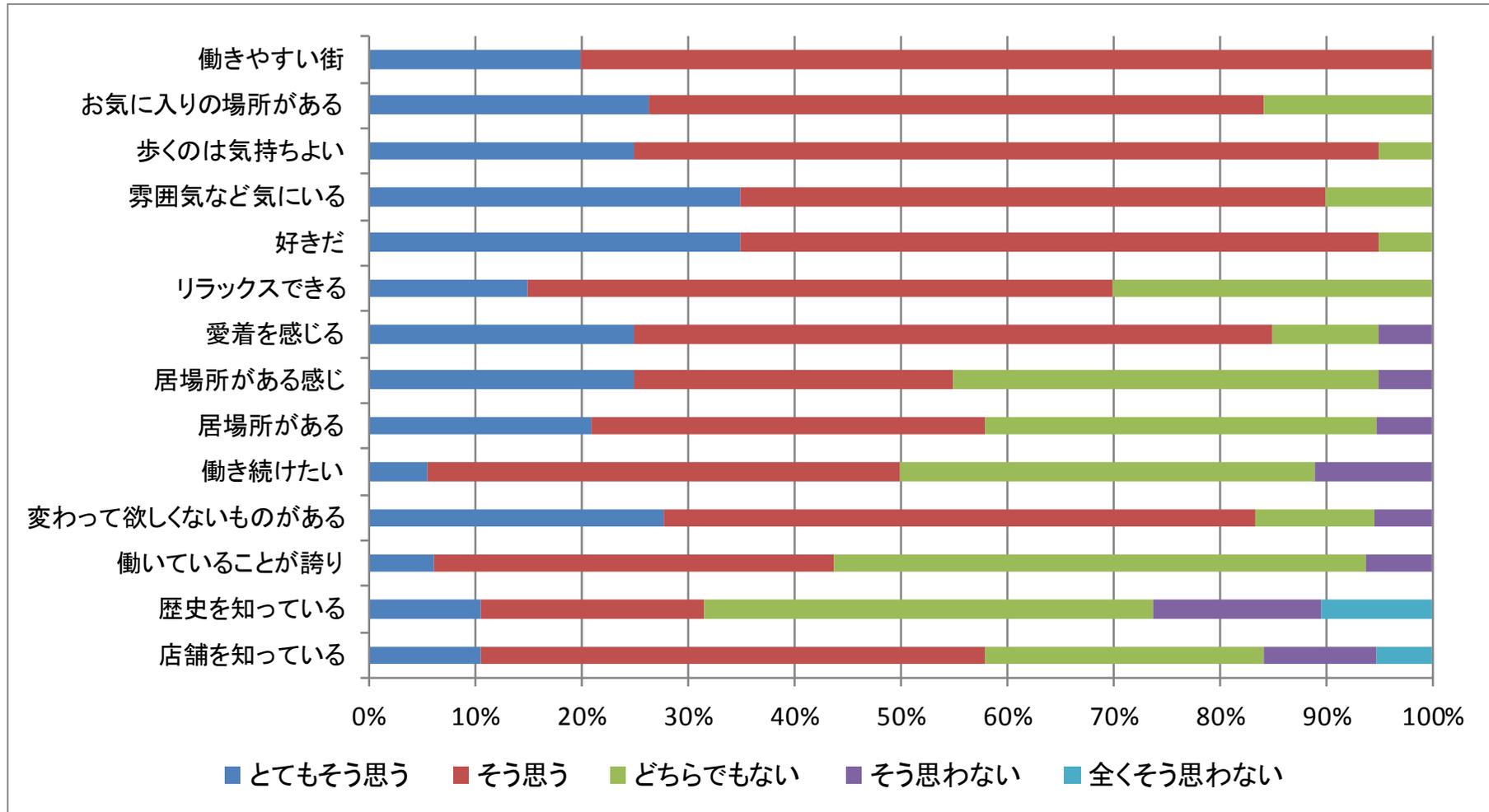
夜活参加者の御堂筋への興味など 初回参加者



4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



夜活参加者の御堂筋への興味など リピーター



5. コミュニティ活動の効果

① 活動参加と活動地域への興味、関心との関係

- 撮歩参加者

- 初回参加者は、7項目で肯定的な回答が過半

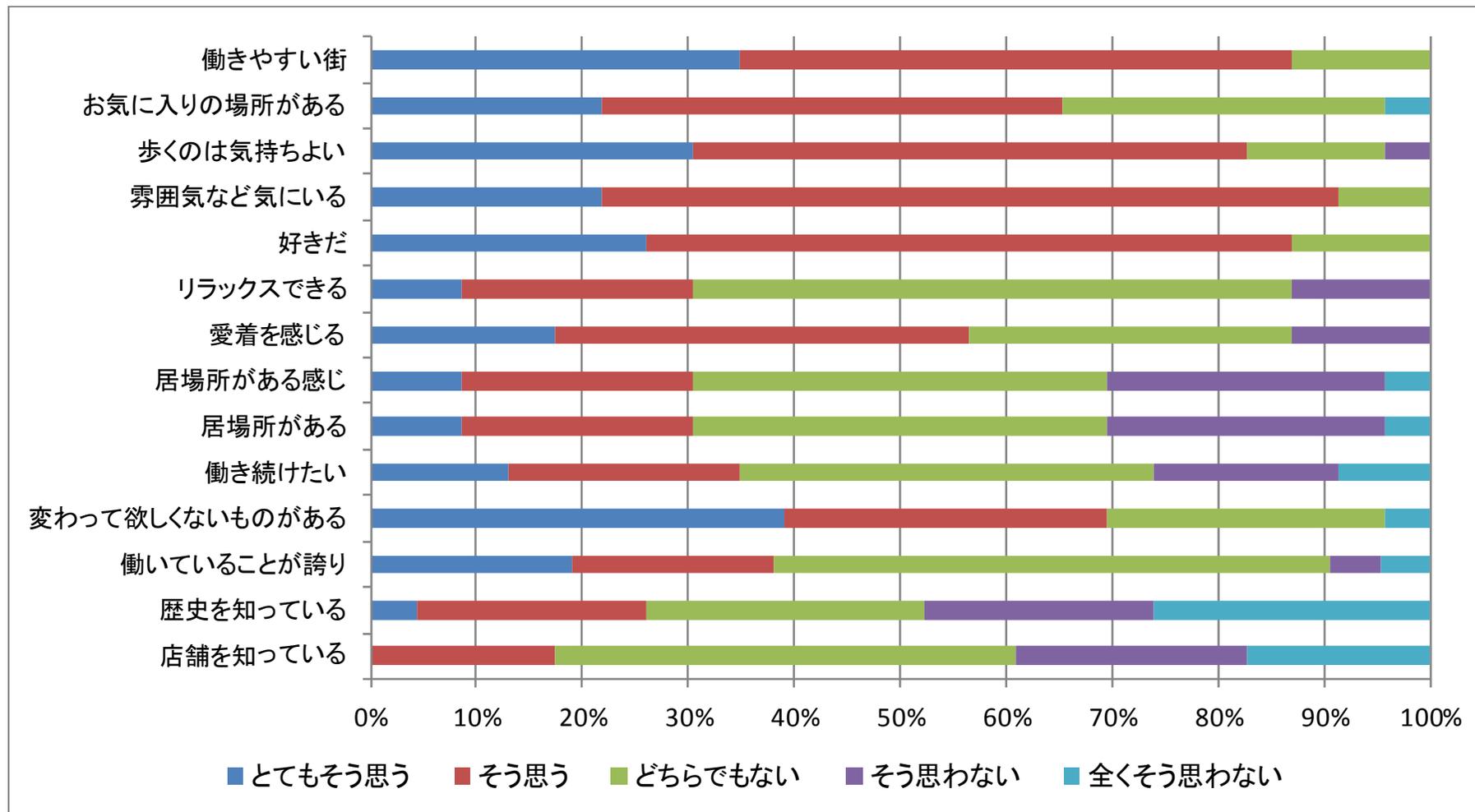
- 「御堂筋は働きやすい街だと思う」、「御堂筋にお気に入りの場所がある」、「御堂筋を歩くのは気持ちよい」、「御堂筋の雰囲気や土地柄が気に入っている」、「御堂筋が好きだ」、「御堂筋に愛着を感じている」、「御堂筋にいつまでも変わってほしくないものがある」

- 全体的に、クラフト参加者と同様の傾向

4. コミュニティ活動の参加者調査票調査



撮歩参加者の御堂筋への興味など 初回参加者



5. コミュニティ活動の効果

① 活動参加と活動地域への興味、関心との関係

- まとめ

- 参加者のうち、開催地周辺を勤務地とする人の方が、その地域に対する愛着や好意が高い
- 開催地に対して愛着や好意が高い方がリピーターになる確率が高い or リピーターになる人は、もともと開催地に愛着や好意が高い人

5. コミュニティ活動の効果

② 継続参加者の調査

- 継続参加者の傾向

- 開催回数の制約などから、パネル調査を実施できるだけのサンプル数を集められず
- 現在勤務地を含め、勤続年数が長い
- 通勤時間が比較的短い
- 参加回数を重ねるに伴い、愛着や好意を高める訳ではない

5. コミュニティ活動の効果

継続参加者

① 参加状況

	サンプル番号	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回
クラフト	C1	×	○	×	○	○	×	○
夜活	Y1	○	○	○	×	○		
	Y2	×	○	○	○	○		
	Y3	○	○	○	○	○		

② プロフィール

	サンプル番号	性別	年代	勤続年数	現在勤務地	通勤時間	職種	勤務地
クラフト	C1	女	40代	～30年	～30年	～30分	医療福祉	大阪市内
夜活	Y1	女	50代	～30年	～25年	～1時間	専門サービス	船場
	Y2	男	50代	～35年	～35年	～30分	建築設計	大阪市内
	Y3	男	60代	～35年	～35年	～1時間	教育研究	その他

5. コミュニティ活動の効果

② 継続参加者の調査

- 継続参加者の観察調査

- 参加回数を重ねるに伴い、より積極的に活動に参加しようとする傾向

- 口コミによる参加者の勧誘
- 参加者側と主催者側との中間的な存在

① まとめ

- 都市型コミュニティ活動の参加者は、その活動内容にかかわらず、活動場所に愛着や好意を抱く可能性
- リピーターとなる人の方が、総じて、活動場所に対して愛着や好意の程度が高い
- 特に、リピーターとなる人の方が、1度しか参加しない人に比べ、その場所への愛着や好意が強い傾向
- オフィス街において、その場所に愛着や好意を持つ人を集める、あるいは、発見する手段として、コミュニティ活動が有効である可能性

6. まとめと課題

① まとめ

- 一定程度、コミュニティ活動を継続することで、当該場所に、より強い愛着や好意を持つ人を選ぶ効果も期待
- 参加者のなかでも、その場所をより身近に感じている人の方が、その場所に対する愛着や好意が強い傾向
- その意味で、多くのワーカーが集まるオフィス街で、コミュニティ活動を実施する意義あり
- リピーターとなるには、参加したコミュニティ活動により、高い満足度が必要で、参加者の満足度を獲得するために、その開催場所に適した活動内容も必要

② 課題

- コミュニティ活動の回数を十分に確保できず、リピーターの十分なサンプル数を集められなかった
- このため、コミュニティ活動の地域活性化効果については、明確な結果を得ることができなかった
- 既存のコミュニティ活動から協力を得るなど、調査主体の負担を抑えながら、リピーターのサンプル数を確保し、彼らの比較的長期間のパネル調査などを実施する必要がある