

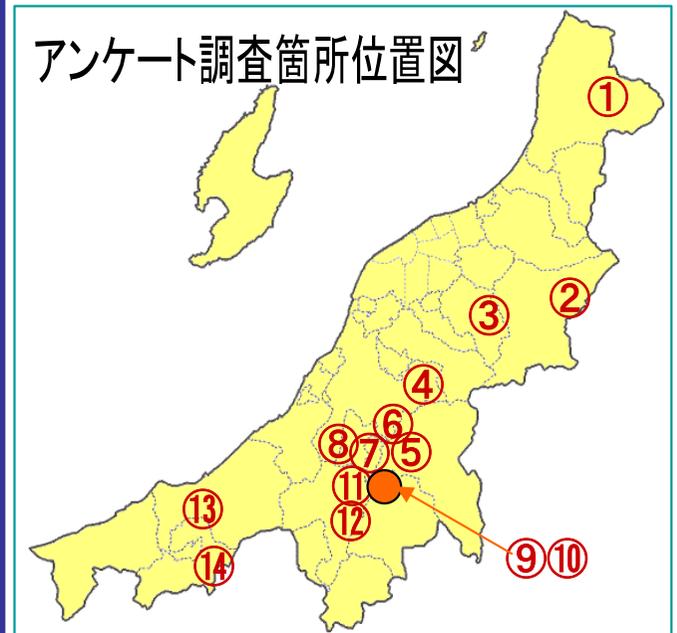
本調査は、中山間地域で地域づくりを目的とした交流イベント等の情報が、どのような方法によって参加者に届いているのかを把握し、イベント等を開催する団体が、効果的な情報発信の方策について検討する上での参考としていただくために実施したものです。

## 調査の概要

- 調査対象：下表に掲げる18のイベントの参加者
- 調査期間：平成22年9月から11月まで
- 調査地域：新潟県内の中山間地域等
- 調査方法：イベント会場で参加者にアンケート票を配付し回収
- 回答数：イベントを開催する14団体に合計903枚を配付し、うち562枚を回収（回収率62%）

## アンケートにご協力いただいた団体

団体名	イベント名	開催日	開催地
高根フロンティアクラブ	・そばまつり	11/7	村上市①
NPO法人コスモ夢舞台	・奥阿賀・田んぼ夢舞台祭り	10/10	阿賀町②
NPO法人五泉トゲソの会	・とげそ米稲刈り	9/25	五泉市③
フォーラム栃尾ネット	・越後209号街道まつり	10/10	長岡市④
NPO法人野外教育学修センター魚沼伝習館	・稲刈りボランティア	10/2~3	魚沼市⑤
NPO法人よした一山古志	・歌声喫茶ともしび	10/9	長岡市⑥
NPO法人おぢや元気プロジェクト	・よりみち大学稲刈り体験講座	9/23	小千谷市⑦
NPO法人MTNサポート	・ふるさと薬膳勉強会&調理実習 ・農産物産地直売講演会	10/6,7 11/7	長岡市⑧
いきいき田麦山	・マウンテンバイクレース(※) ・ボランティア同窓会	10/10 10/23,24	長岡市⑨
田麦山自然塾	・マウンテンバイクレース(※) ・秋の収穫祭	10/10 11/14	長岡市⑩
十日町市地域おこし実行委員会	・村おこしボランティア ・田んぼへ行こう！ ・建物再生塾	9/18~20 11/5~7 10/1~3 10/23,24	十日町市⑪
NPO法人越後妻有里山協働機構	・絵本と木の実の音楽祭	10/23	十日町市⑫
NPO法人かみえちご山里ファン倶楽部	・ことごと村づくり学校	10/9	上越市⑬
NPO法人ふるさとづくり妙高	・妙高ふるさとまつり	11/7	妙高市⑭



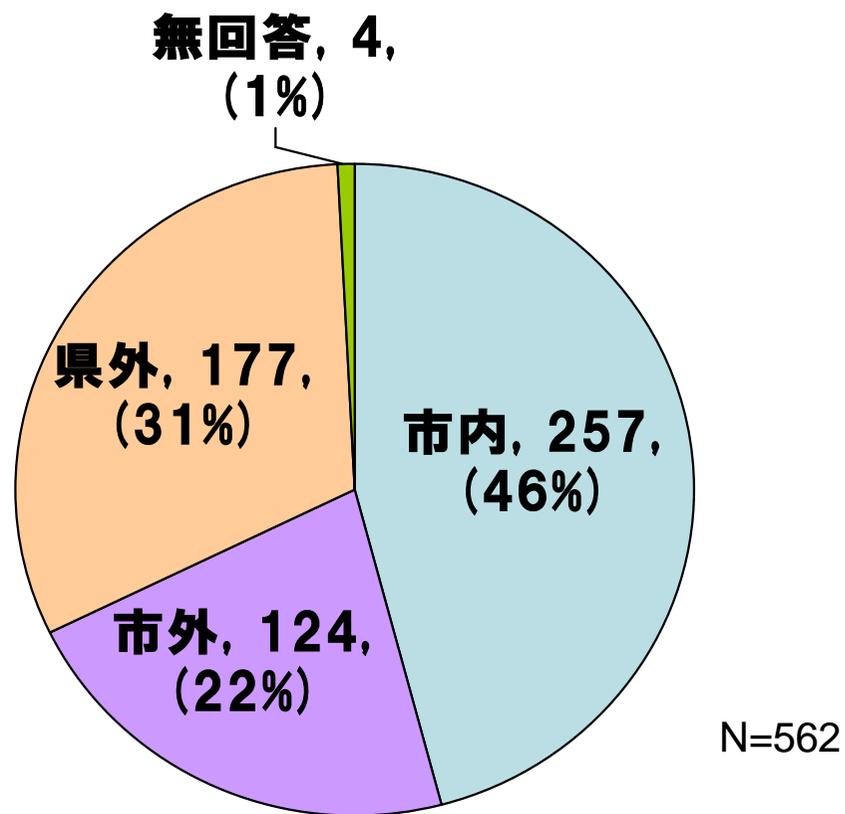
※「いきいき田麦山」と「田麦山自然塾」のマウンテンバイクレースは共同開催

## 調査結果の概要

### (1) 参加者の住所について

「市内」からの参加者が46%で最も多いが、「県外」からの参加者も約3割を占めている。

問: 本日はどちらからお越しになりましたか？

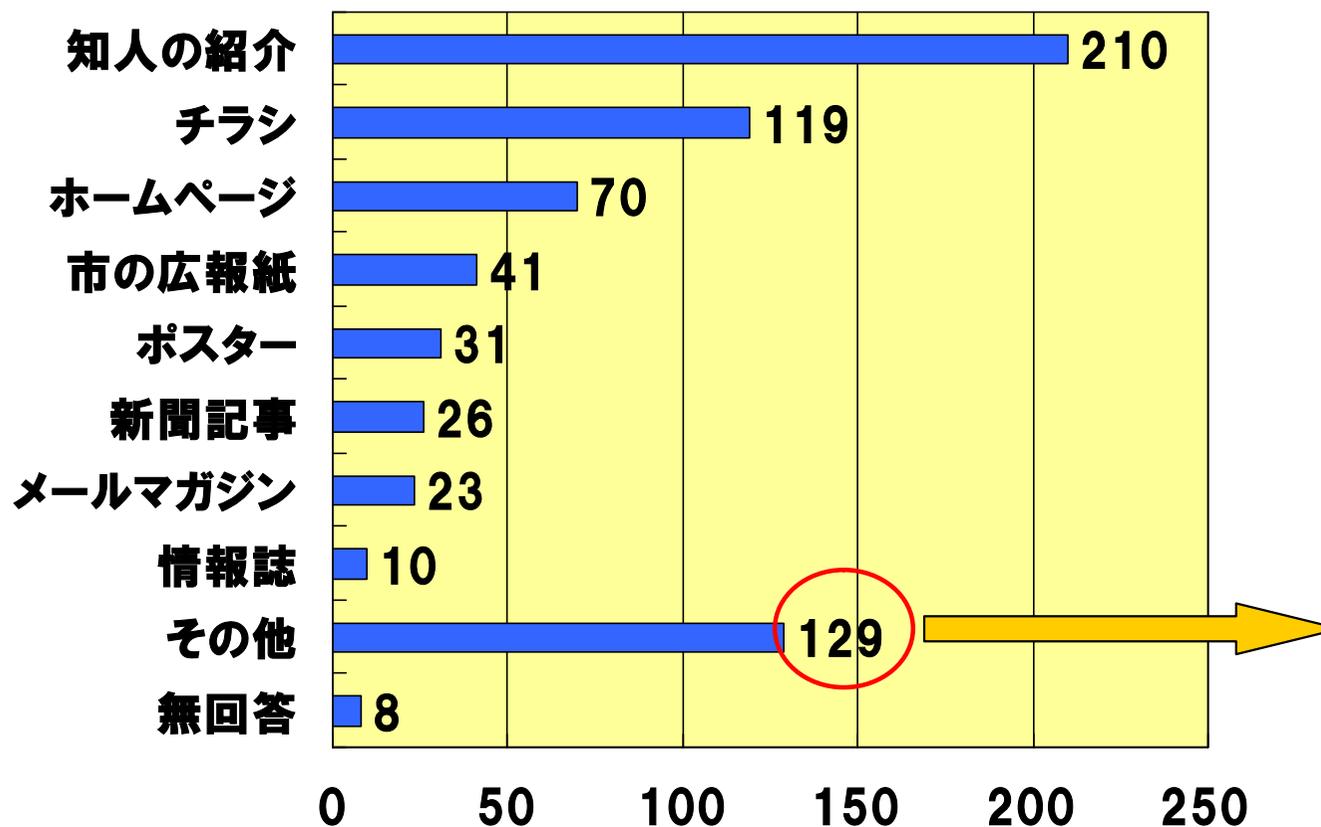


## 調査結果の概要

### (2) イベント情報の取得方法について

「知人の紹介」が210件で最も多く、次いで「チラシ」が119件、「ホームページ」が70件となっている。

問:このイベントを何で知りましたか？(複数回答可)



「その他」の内訳について特に多かった内容は以下のとおりとなった。

- ・偶然通りかかった 15件
- ・学校の案内 15件
- ・地元、家族からの紹介 12件
- ・ボランティア団体、会社等の紹介 11件
- ・案内状をもらった 11件
- ・商店や観光施設等での案内 10件
- ・主催者等からの紹介 10件

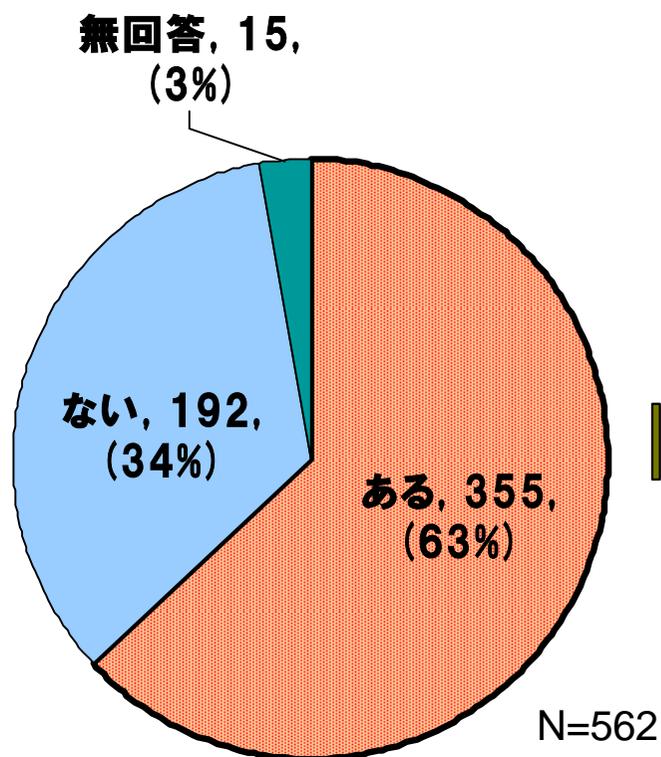
N=562(複数回答)

## 調査結果の概要

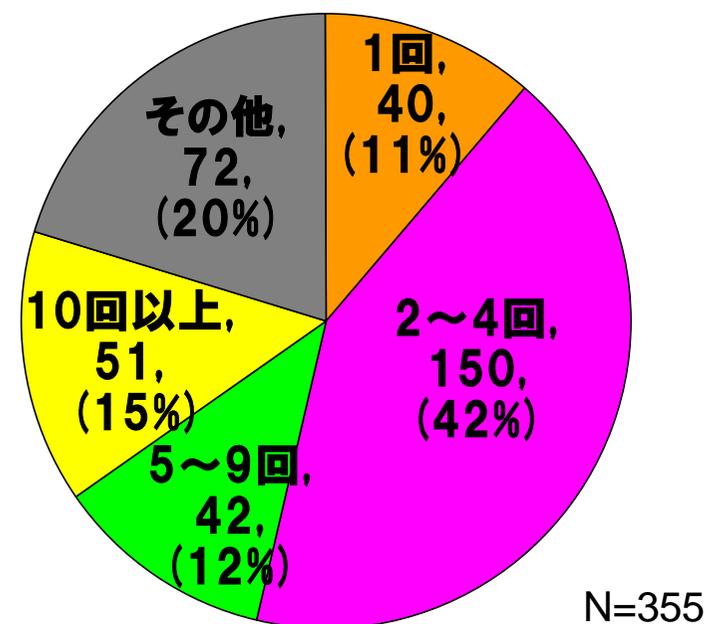
### (3) イベントの参加経験について

「ある」と回答した人が63%を占めている。そのうち、参加回数は「2~4回」が42%で最も多いが、「10回以上」と回答した人も15%に上った。

問：今までこのようなイベントに参加したことはありますか？



【「ある」と回答した方の参加回数】



※「その他」は回数不明を計上

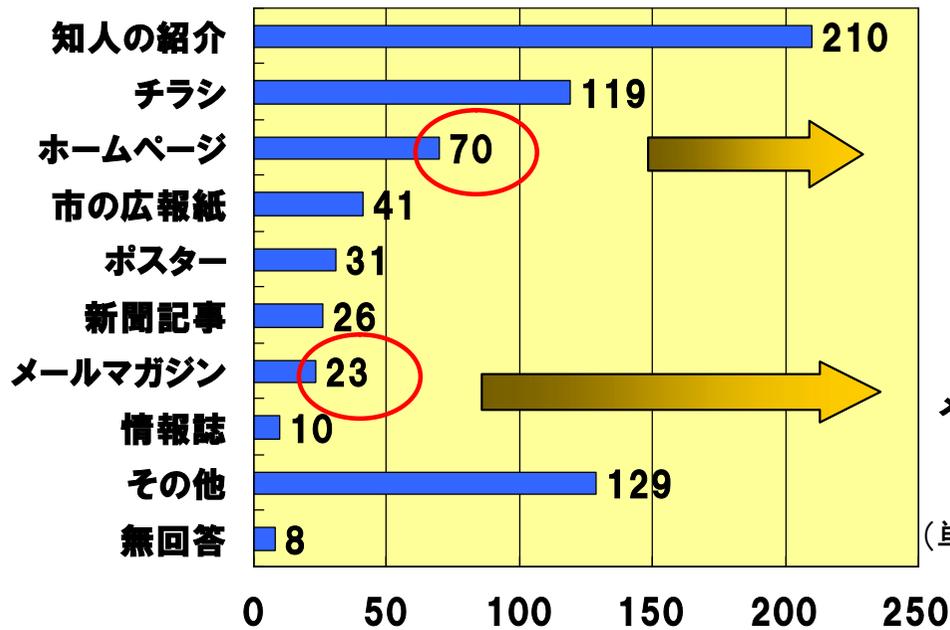
## 調査結果の概要

### (4) 「ホームページ」と「メールマガジン」の情報源について

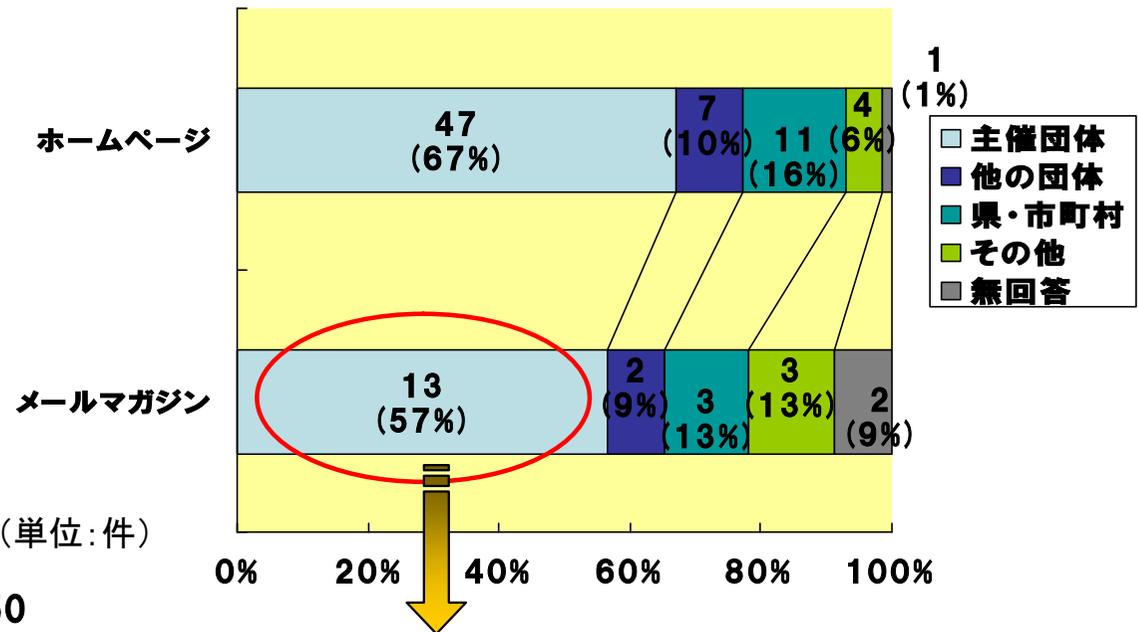
「ホームページ」と「メールマガジン」から情報を取得した場合の情報源の割合は「主催団体」が最も多く、次いで「県・市町村」となった。

問：・ホームページはどのサイトをご覧になりましたか？

・メールマガジンはどこが発行したのですか？



N=562(複数回答)



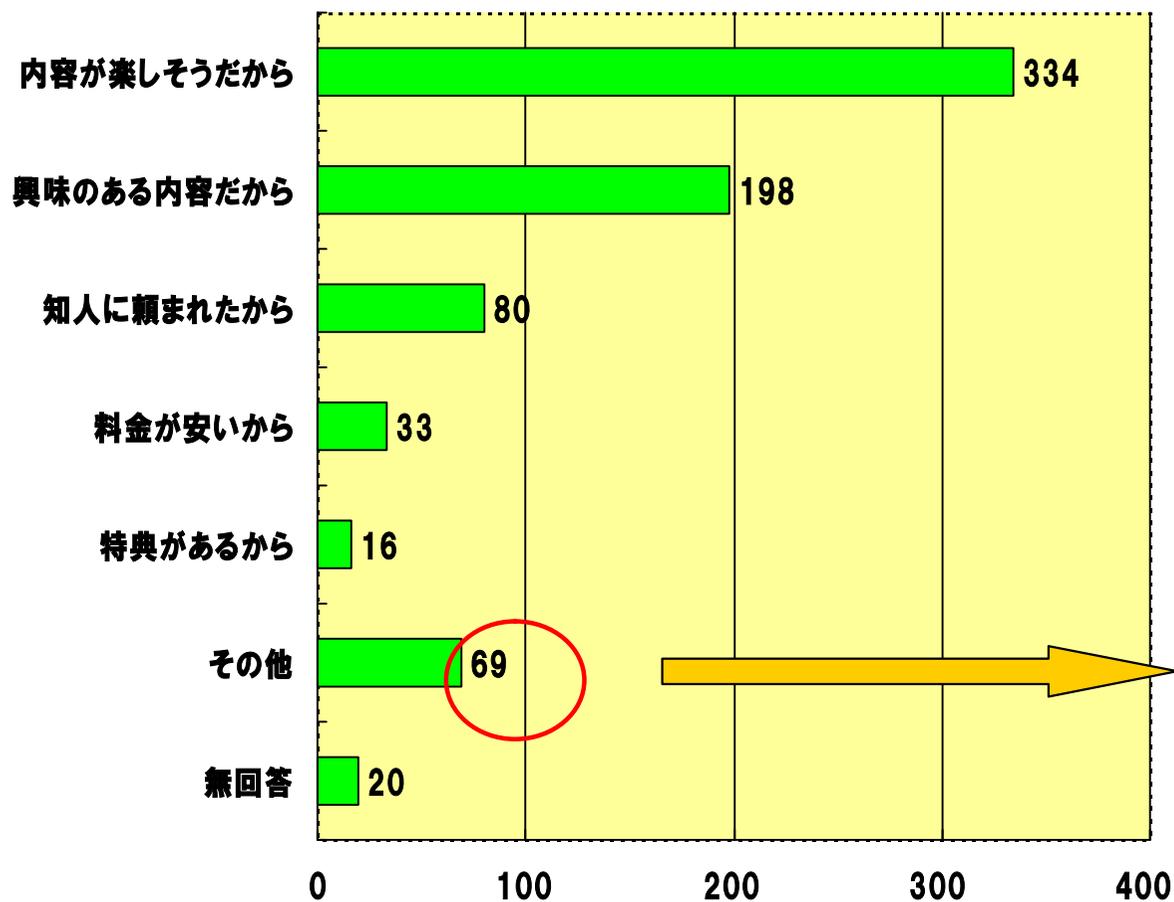
主催団体へのヒアリングでは、メールマガジンを定期的に行っている団体はなかったため、メールによる連絡を「メールマガジン」と回答していることが考えられる。

## 調査結果の概要

### (5) イベント参加の動機について

「内容が楽しそうだから」という回答が334件で最も多く、次いで「興味のある内容だから」という回答が198件となっている。

問:このイベントに参加した動機は何ですか？(複数回答可)



「その他」の主な内容については以下のとおりとなった。

- ・地域づくりに関わりたいから
- ・将来農業を志望しているから
- ・この地に来たかったから
- ・この地の特産品を買いたいから
- ・珍しいから
- ・子供が喜ぶから
- ・友人になれるから
- ・地域活性化の参考になるから
- ・自己啓発

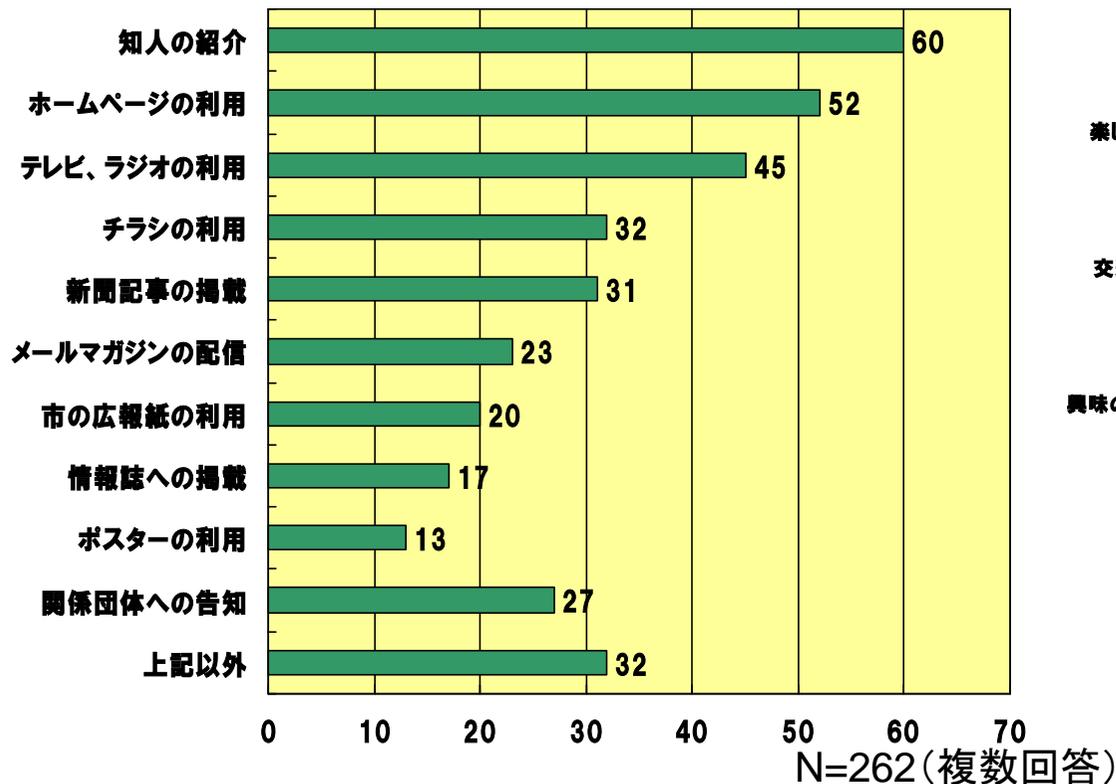
## 調査結果の概要

### (6) 効果的な情報発信の方法の自由意見について

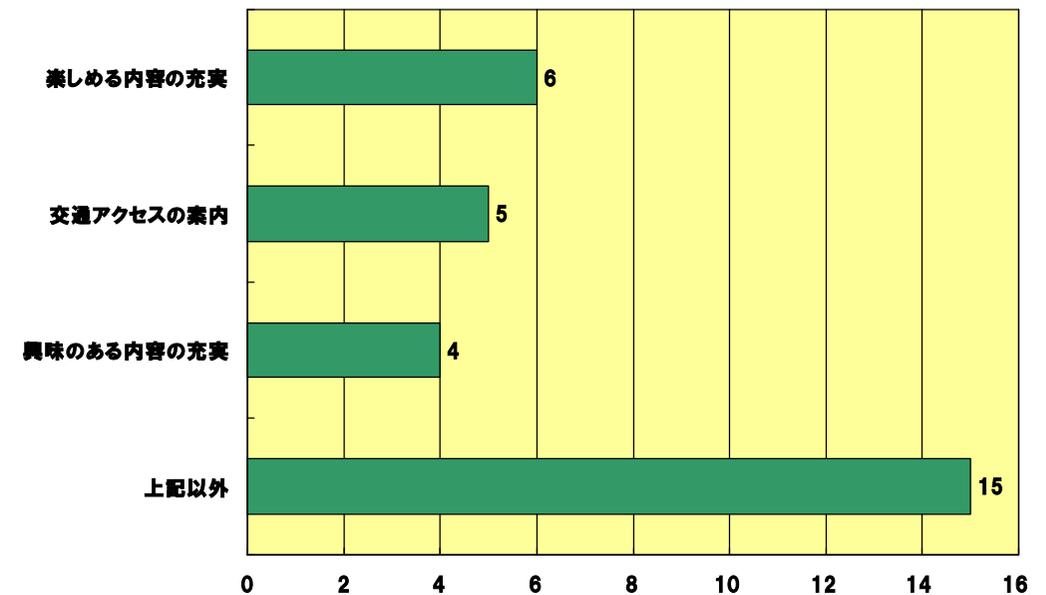
イベント参加者に効果的な情報発信の方法を尋ねたところ、情報発信の手段については、「知人の紹介」、「ホームページの利用」などの回答が多く、情報の内容については、「楽しめる内容の充実」、「交通アクセスの案内」などの回答が多かった。

問:このようなイベントを広く知ってもらい、実際に足を運んでもらうためには、どのような方法で情報発信すれば効果的だと思いますか？

[情報発信の手段について]



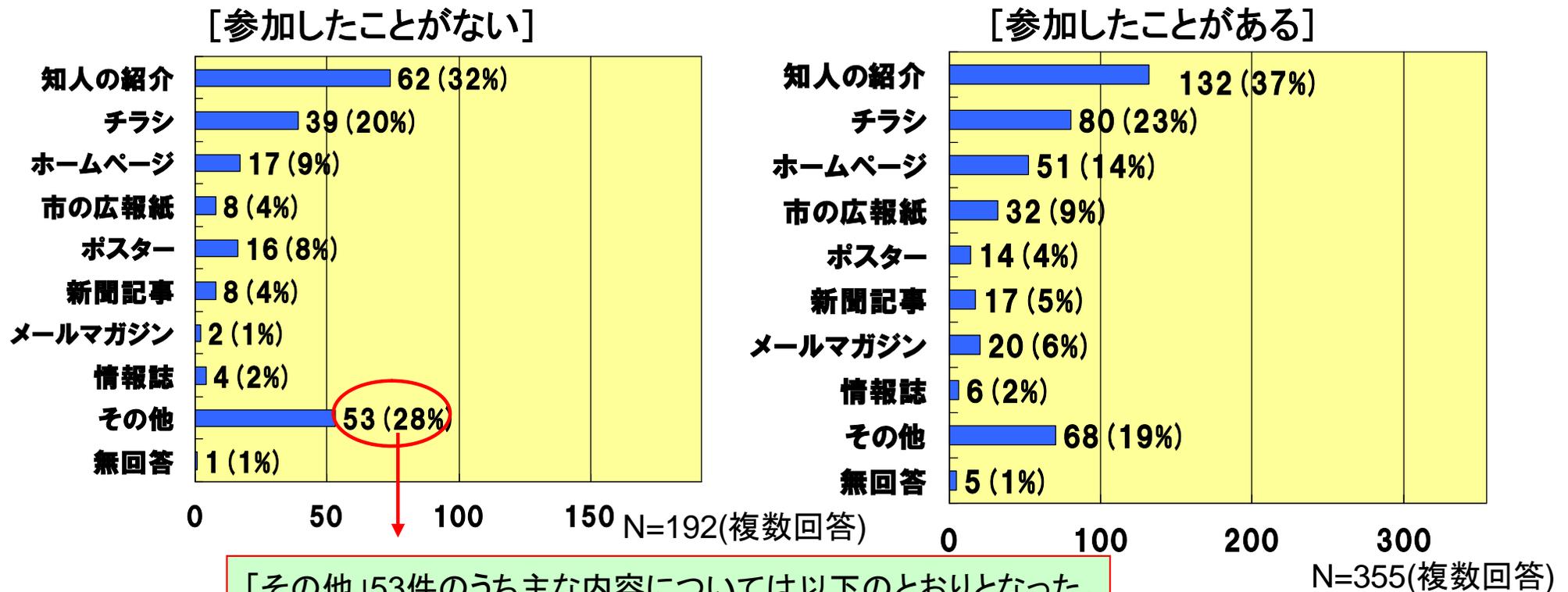
[情報発信の内容について]



## 調査結果の概要

### (7) イベント参加経験別に情報取得手段について集計

「知人の紹介」と「チラシ」は、イベント参加経験の有無に関わらず多い。「ホームページ」、「メールマガジン」から情報を取得する人は、参加経験のある人の方がいない人と比較してかなり多い。



「その他」53件のうち主な内容については以下のとおりとなった。

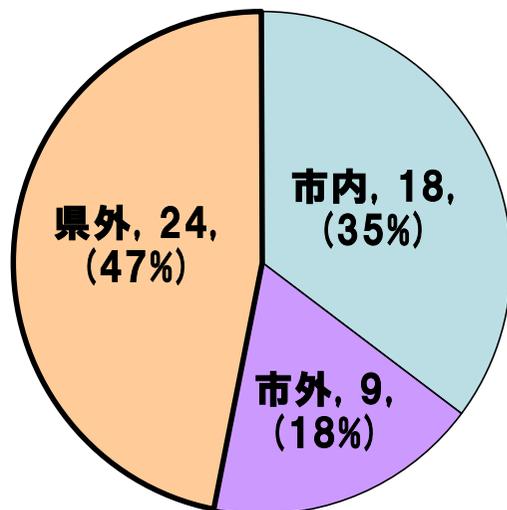
- ・学校からの連絡 11件
- ・偶然通りかかった 10件
- ・旅行会社のチラシ 2件
- ・会社の紹介 2件

## 調査結果の概要

### (8) 10回以上参加経験のある参加者の住所及び情報取得手段について

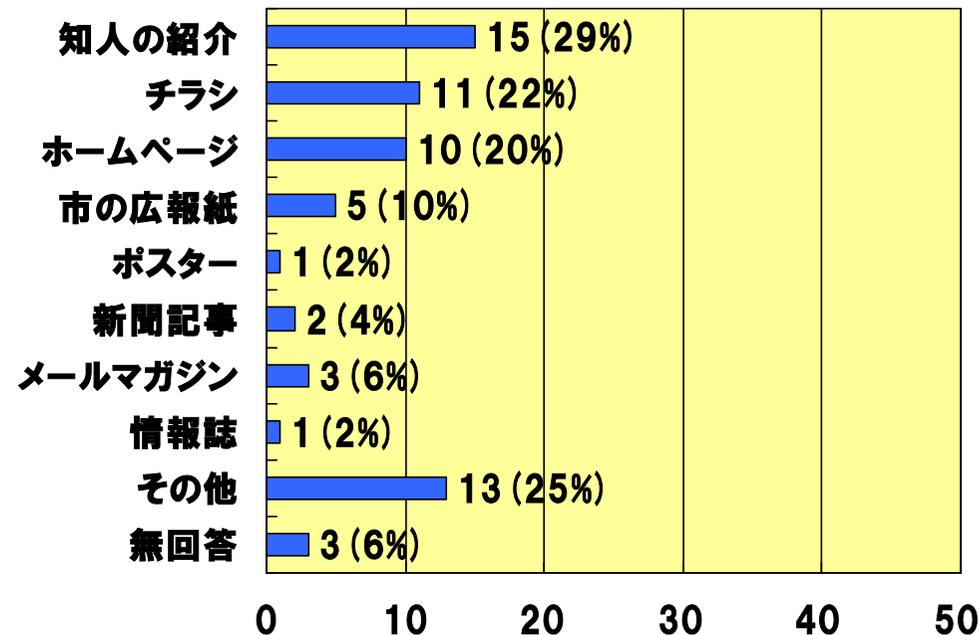
10回以上参加経験のある参加者のみを抽出した結果をみると、住所は「県外」が47%で最も多い。情報取得手段では、「知人の紹介」が最も多いが、「ホームページ」の割合が比較的高くなっている。

[10回以上参加経験のある人の住所]



N=51

[10回以上参加経験のある人の情報取得手段]



N=51 (複数回答)

「今までこのようなイベントに参加したことはありますか」という問いに「ある」と回答した人のうち、参加回数が「10回以上」と回答した人を抽出(4ページ参照)。

## 調査結果の概要

### (9) イベントのタイプ別の調査結果について

イベントのタイプによってどのような特徴があるのかを調べるため、本調査の対象とした18のイベントを大まかに ①体験型、②祭り型、③愛好型 の3タイプに分類した。

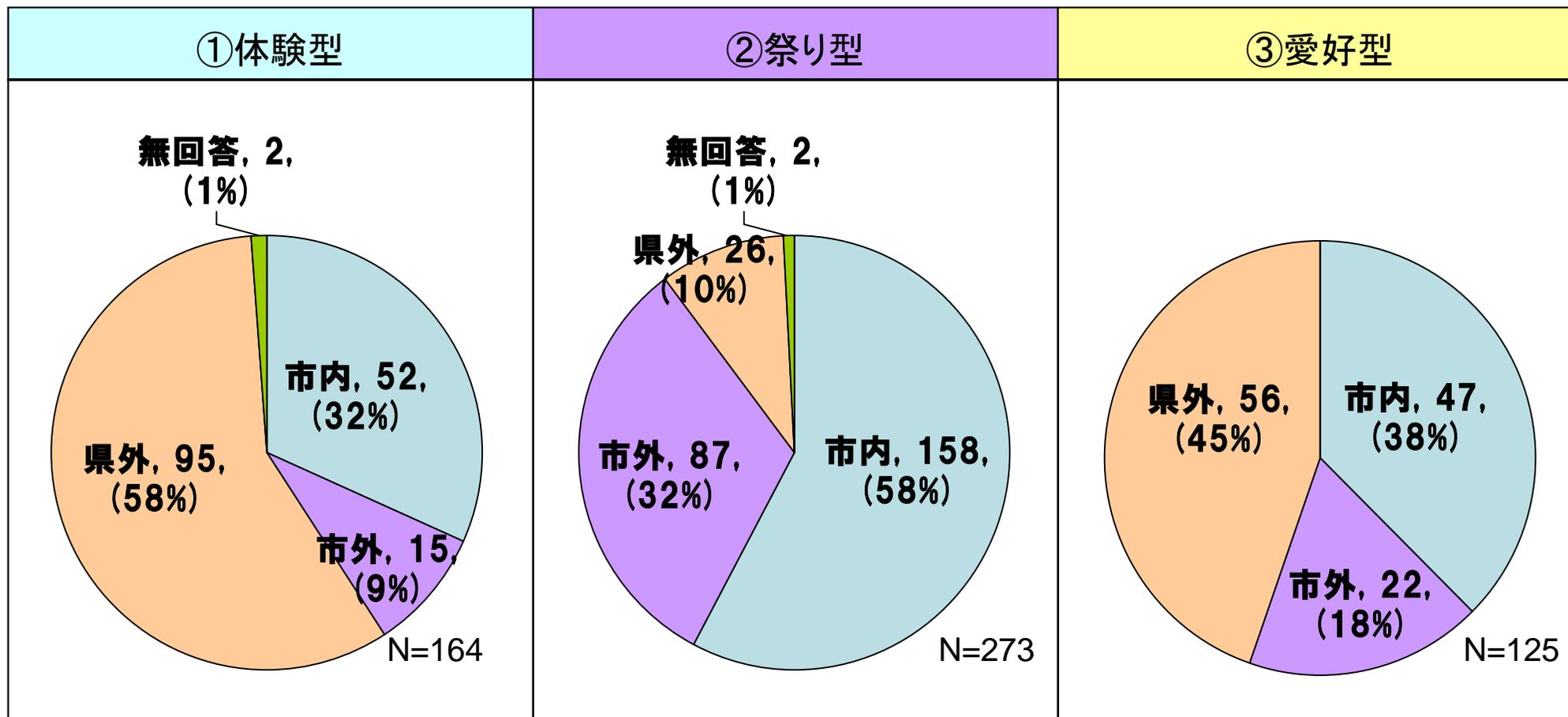
<p>①体験型 (参加者が農作業などを体験するイベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・とげそ米稲刈り</li> <li>・稲刈りボランティア</li> <li>・よりみち大学稲刈り体験講座</li> <li>・ふるさと薬膳勉強会 &amp; 調理実習</li> <li>・農産物産地直売講演会</li> <li>・村おこしボランティア</li> <li>・田んぼへ行こう!</li> <li>・建物再生塾</li> <li>・ことこと村づくり学校</li> </ul> <p>N=164</p>	<p>②祭り型 (収穫祭など不特定多数の参加者を集めるイベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・そばまつり</li> <li>・奥阿賀・田んぼ夢舞台祭り</li> <li>・越後209号街道祭り</li> <li>・絵本と木の実の音楽祭</li> <li>・妙高ふるさとまつり</li> </ul> <p>N=273</p>	<p>③愛好型 (特定の趣味を持つ人を集めるイベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・歌声喫茶ともしび</li> <li>・マウンテンバイクレース</li> <li>・ボランティア同窓会</li> <li>・秋の収穫祭</li> </ul> <p>N=125</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 調査結果の概要

### (9) イベントのタイプ別の調査結果について

#### I 参加者の住所について

②祭り型は、「市内」からの参加者が6割近くを占め、「県外」からの参加者は10%にとどまるのに対して、①体験型と③愛好型は、「県外」からの参加者が約半数を占めている。

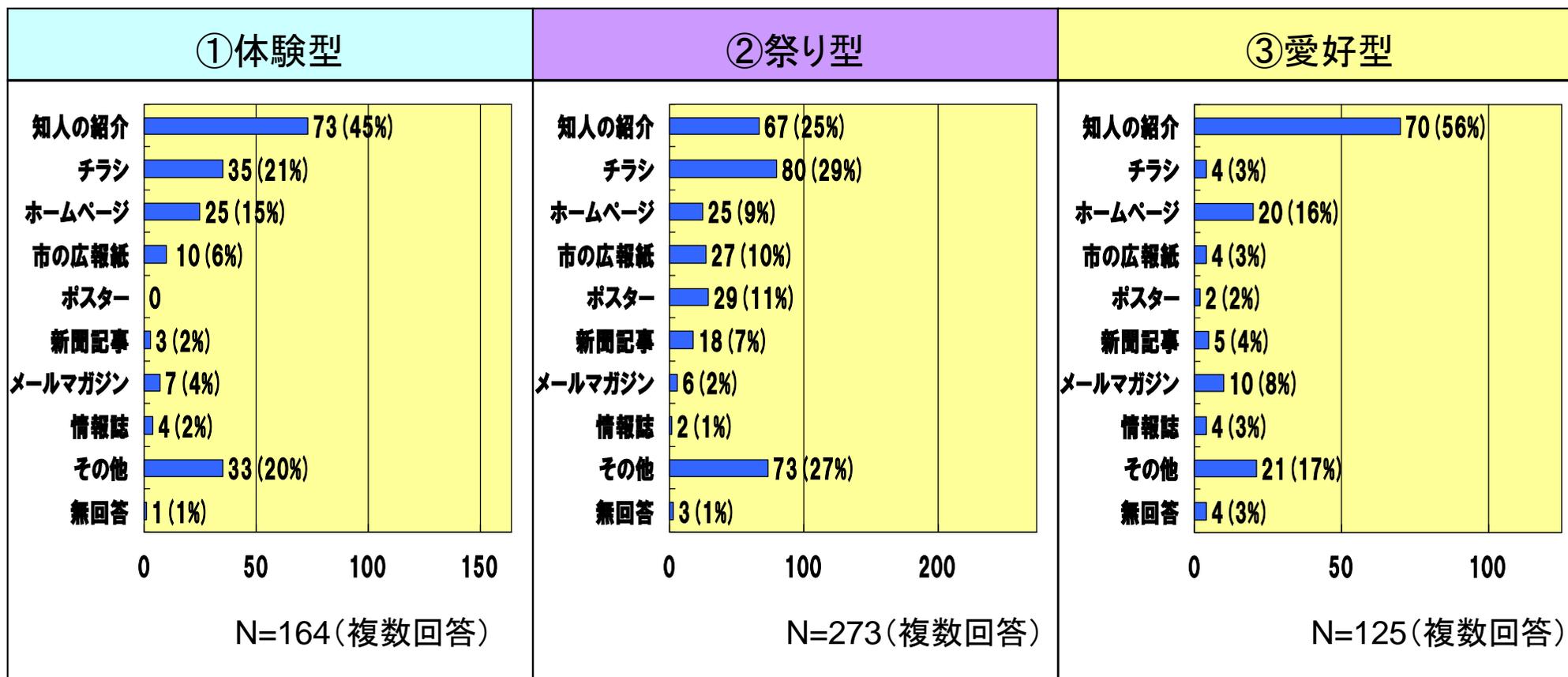


## 調査結果の概要

### (9) イベントのタイプ別の調査結果について

#### II 情報取得方法について

①体験型と③愛好型は「知人の紹介」が最も多く、特に③愛好型は、参加者の半数以上(125人中70人)が「知人の紹介」により情報を取得している。一方、近距離からの参加者が多い②祭り型では、「チラシ」が最も多い。

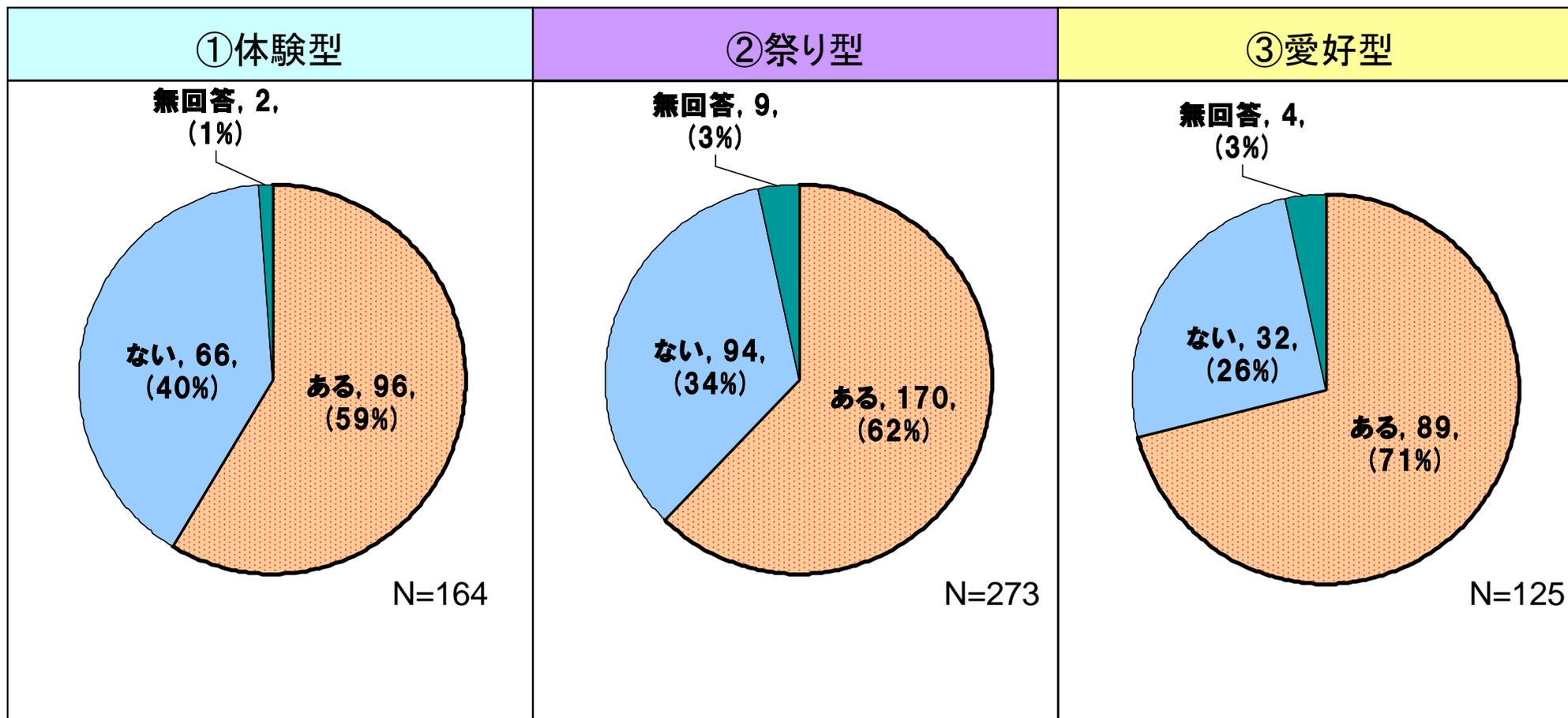


## 調査結果の概要

### (9) イベントのタイプ別の調査結果について

#### Ⅲ リピーターの割合について

「今までこのようなイベントに参加したことはありますか」という問に「ある」と回答した「リピーター」の割合は、①体験型と②祭り型はともに6割、③愛好型は7割となっている。

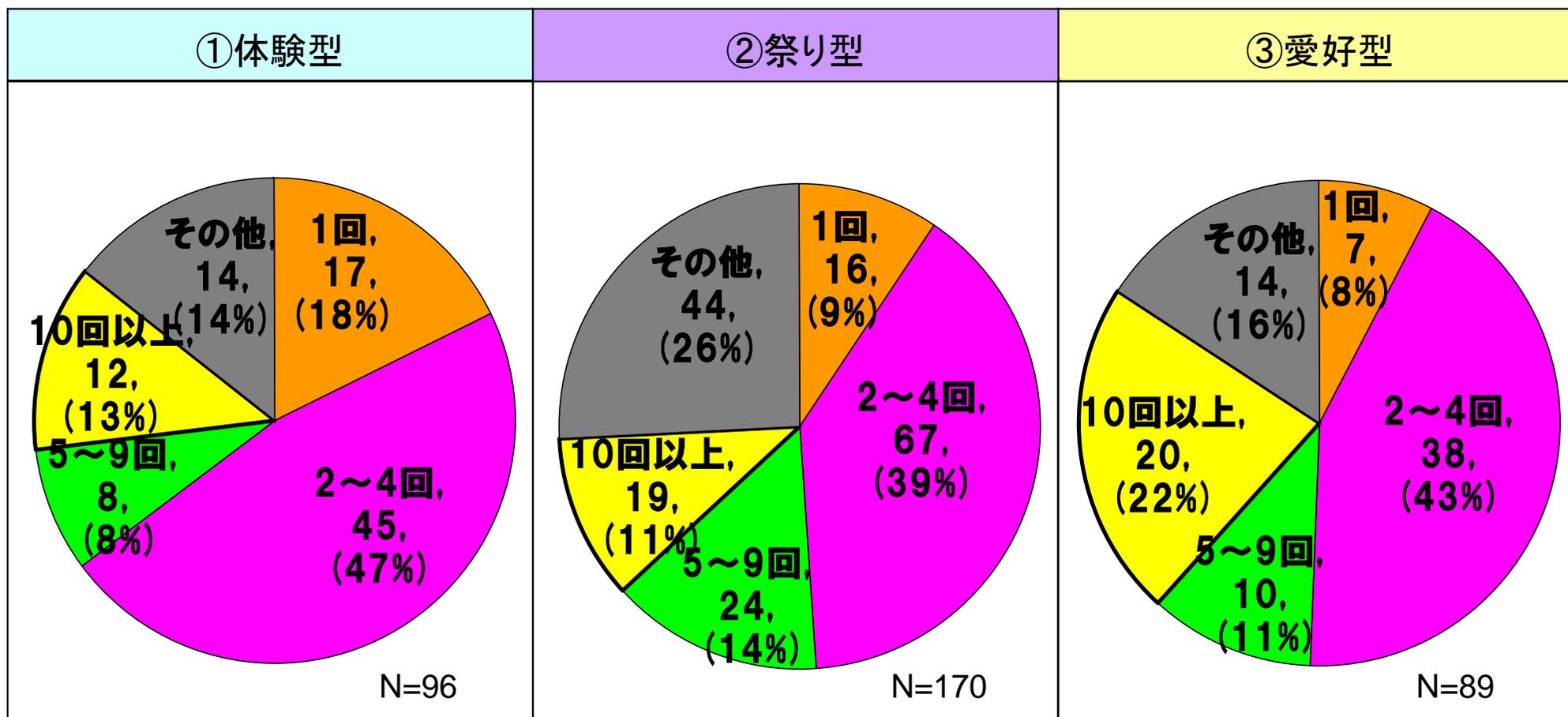


## 調査結果の概要

### (9) イベントのタイプ別の調査結果について

#### Ⅳ リピーターの参加回数について

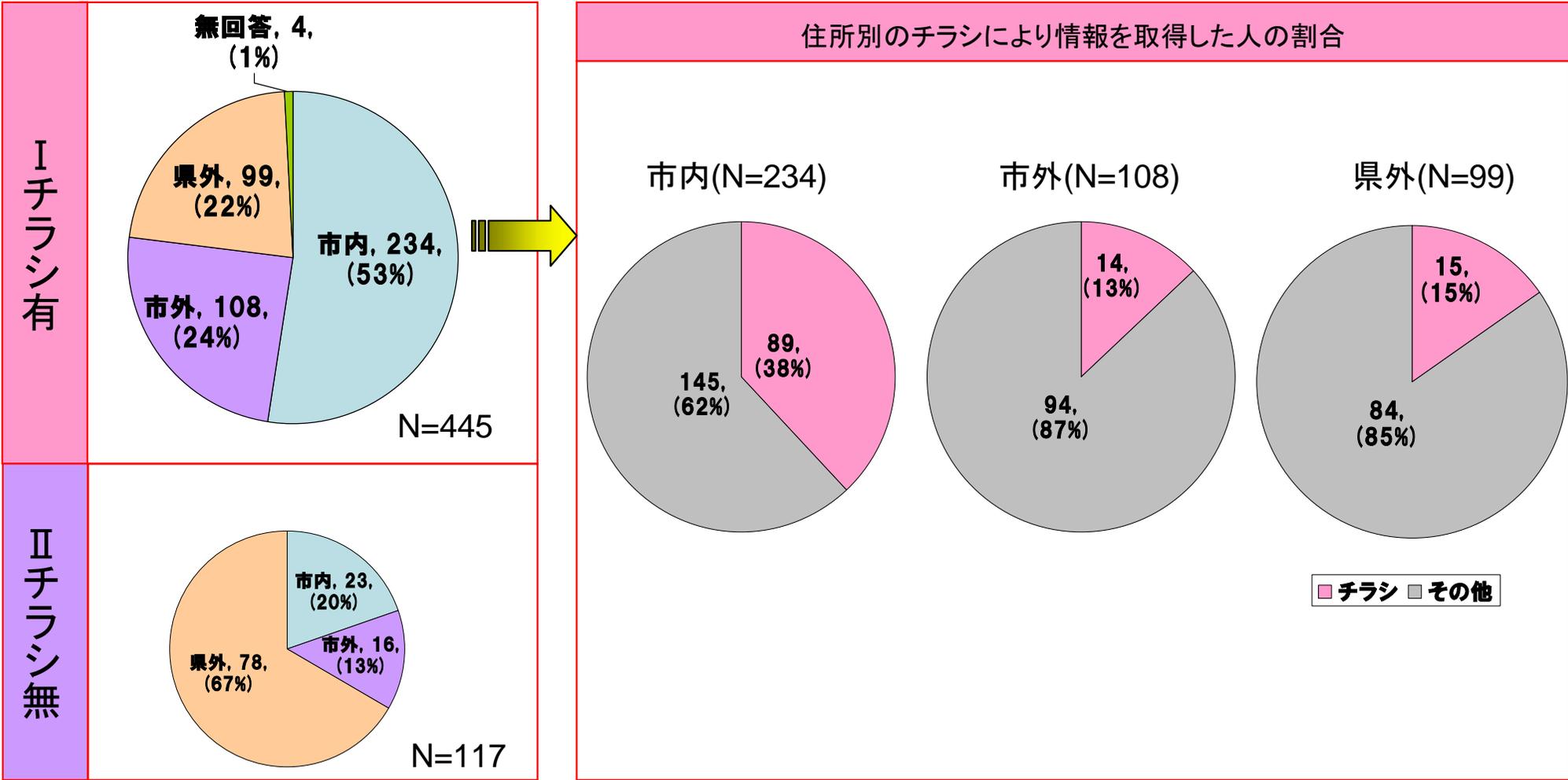
全てのタイプにおいて「2～4回」が最も多いが、③愛好型では「10回以上」も2割を超えている。



## 調査結果の概要

### (10) チラシによる情報発信の調査結果について

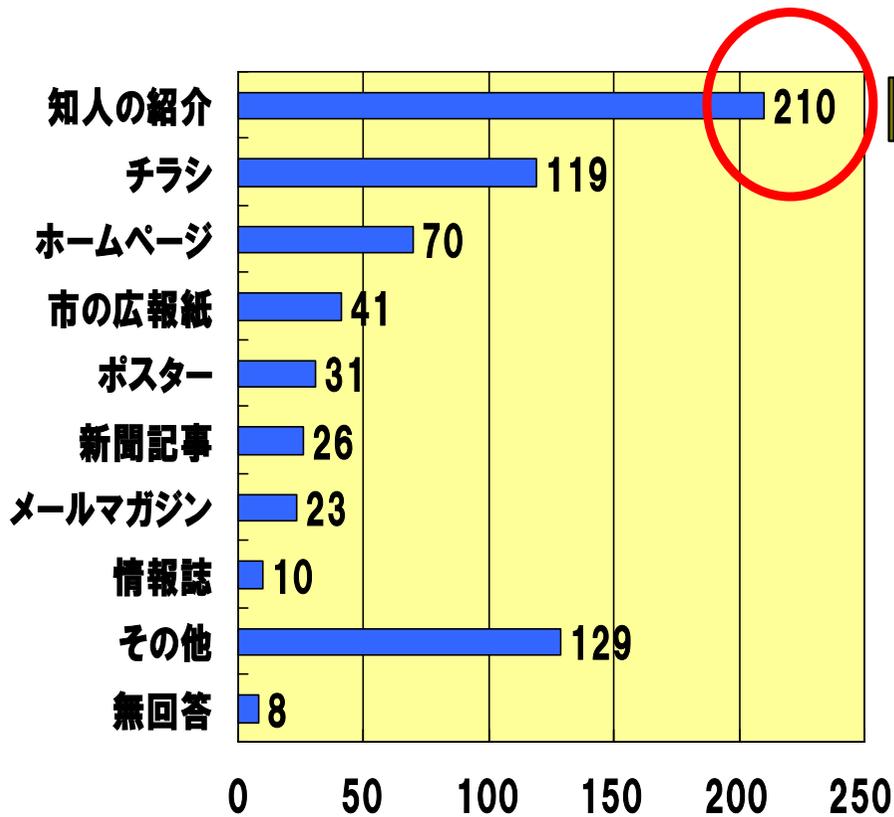
主催団体がチラシを作成したイベントに参加した人の住所は「市内」が53%、また、住所別のチラシにより情報を取得した人の割合は「市内」が38%と高く、近距離からの参加者に対してチラシの配布は、ある程度効果を発揮している。



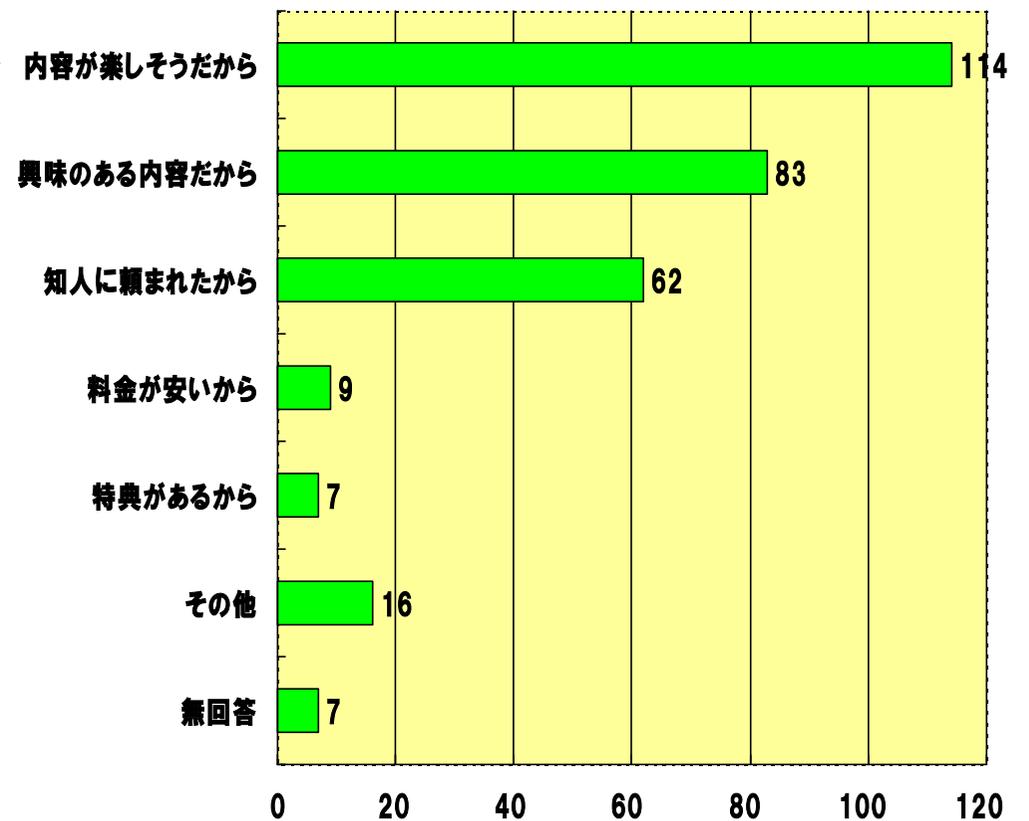
## 調査結果の概要

### (11) 「知人の紹介」で情報を取得した人の参加動機について

「知人に頼まれたから」という理由よりも、内容によって参加を決めた人の方が多い。



N=562(複数回答)



N=210(複数回答)

## 調査結果からの考察

### (1) 情報発信の方策について

- 「知人の紹介」による情報取得が、参加者の住所やイベントのタイプに関わらず最も多く、いわゆる“口コミ”による情報発信の効果が高い。
- 「チラシ」は、市内など近距離の参加者を集める上では有効な情報発信手段と考えられる。
- 「ホームページ」は、リピーターのように自ら情報を探す人に対してはある程度有効と考えられるが、全体的にはまだ効果的とは言えない。

### (2) イベントのタイプによる傾向について

#### ① 体験型

「県外」からの参加者が多いが、「知人の紹介」などで情報を得た人が多く、参加者やその所属団体との関係づくりが重要と考えられる。

#### ② 祭り型

「市内」からの参加者が多いため、「チラシ」による情報発信が効果的と考えられる。

#### ③ 愛好型

「県外」からの参加者が多く、リピーターも比較的多いため、「ホームページ」等による情報発信も効果的と考えられる。

## 効果的な情報発信への提言

1. イベントのタイプや想定する参加者の属性(居住地、参加経験等)を考慮して情報発信を行うことが望ましい。  
例えば、
  - ①祭り型のイベントの場合には、近距離からの参加者が多いと想定されるため、「チラシ」の配布を行うことが有効。
  - ②愛好型のイベントの場合には、参加経験の多い参加者も想定されるため、「ホームページ」にイベント情報を掲載することも有効。
2. 「知人の紹介」など、いわゆる“口コミ”による情報発信は、どのようなイベントでも効果的であるため、日頃から団体同士の情報交換などにより、人の繋がりを重視したネットワークを築いていくことが望ましい。
3. 体験型のイベントや愛好型のイベントでは、県外からの参加者も多く訪れているため、交通アクセスの案内を初めて来る参加者でもわかりやすいように表示するなど、参加者に配慮した情報発信を行うことが望ましい。
4. 情報発信の機会や範囲を2倍、3倍に広げていくために、主催団体単独ではなく、学校や複数の団体と連携して情報発信を行うことが望ましい。
5. 情報発信のツールやノウハウ、他の団体とのネットワークづくりが不十分な団体もあるため、中間支援組織や行政には、情報発信媒体(広報紙、ホームページ、メールマガジンなど)の利用機会の提供、情報発信手法にかかる助言、そして団体同士の交流をサポートする役割などが望まれる。