

**公立はこだて未来大学 2017 年度システム情報科学実習**  
Future University Hakodate 2017 System Information Science Practice

**グループ報告書**  
Group Report

**プロジェクト名**

大型イカロボの開発・活用デザイン

Project Name

Development of Large Squid Robot and Practical Use of Design

**グループ名**  
グッズ班

Group Name  
Goods Team

**プロジェクト番号/Project No.**  
14-C

**プロジェクトリーダー/Project Leader**  
1015093 岩代惟 Yui Iwashiro

**グループリーダー/Group Leader**  
1015170 増川聖斗 Masato Masukawa

**グループメンバー/Group Member**  
1015005 酒井智晴 Tomoharu Sakai  
1015093 岩代惟 Yui Iwashiro  
1015041 畠山祐樹 Yuki Hatakeyama

**指導教員**  
鈴木恵二 松原仁

**Advisor**  
Keiji Suzuki Hitoshi Matsubara

**提出日**  
2018 年 1 月 29 日  
Date of Submission  
Jan 19, 2018

## 概要

このプロジェクトでは、『函館市の新たな観光シンボルを製作し、函館の活性化に繋げ、そして将来的には函館をロボット情報の集積・発信基地に育てる』ことを目標に、函館市の抱える問題の1つである観光客の減少に対する解決策として、函館観光振興ロボット IKABOを制作してきた。しかし、IKABOはまだあまり知られておらず、このままでは解決策とはなり得ないと考えた。そのため、私たちグッズ・コンテンツ班は、グッズの販売や IKABOをアピールできるコンテンツの制作を通してIKABOの知名度向上に貢献することを目標として活動している。

**キーワード:** 函館観光振興ロボットIKABO、IKABO、グッズ、コンテンツ、知名度

(※文責：畠山祐樹)

## Abstract

This project has objective of “Create new tourism symbol in Hakodate City, lead to the revitalization of Hakodate, and in future we will nurture Hakodate into an accumulation and transmission base of robot information”. Therefore, for increasing tourist, we are making recovery of tourism by IKABO. But IKABO is still not so known. Hence, We think that it cannot be the solution like this. As a result, our Goods & Contents team works in the goal to contribute to increase awareness of IKABO through the production of contents that appeal to the IKABO or the sale of goods.

**Keywords:** IKABO, goods, contents, profile

(※文責：畠山祐樹)

# 目次

第1章 はじめに	5
1.1 背景	5
1.2 プロジェクト始動時の問題	5
第2章 課題の設定と到達目標	5
2.1 今年度の課題	5
2.2 到達目標	6
第3章 課題解決のプロセスと成果	6
3.1 着ぐるみ製作	6
3.1.1 目的	6
3.1.2 概要	7
3.1.3 制作活動	7
3.2 グッズ展開	9
3.2.1 目的	9
3.2.2 概要	9
3.2.3 制作活動	10
3.3 イベントのための制作物	11
3.3.1 目的	11
3.3.2 概要と成果	11
3.3.3 制作活動	13
3.4 Web制作	14
3.4.1 目的	14
3.4.2 概要	14
3.4.3 制作活動	14
第4章 インターワーキング	15
4.1 TV等の取材	15
4.2 オープンキャンパス	15
4.3 イベント	15
第5章 発表会	17
5.1 中間発表	17
5.1.1 解析	17
5.1.2 検討	18
5.1.3 評価	18
5.2 最終発表	18
5.2.1 集計	18
5.2.2 解析	18
5.2.3 検討	19
5.2.4 評価	19
第6章 まとめ	19
6.1 成果	19
6.2 プロジェクトにおける個人の役割	20
6.2.1 増川聖斗	20

6.2.2 岩代惟	21
6.2.3 酒井智晴	22
6.2.3.1 プロジェクト内における位置づけ	22
6.2.3.2 課題の概要	22
6.2.3.3 担当課題解決過程の詳細	22
6.2.3.4 担当課題の評価	23
6.2.4 畠山祐樹	23
第7章 今後の課題と展望	25
付録A 相互評価	26
A.1 増川聖斗	26
A.2 岩代惟	26
A.3 酒井智晴	26
A.4 畠山祐樹	26

# 1章 はじめに

## 1.1 背景

本プロジェクトにおけるIKABOとは、2005年に「函館をロボットの発信基地にする一大イベントを立ち上げて、函館の活性化に寄与したい」という理念のもと活動するロボットフェス・インはこだて市民の会からの依頼で作られたロボットである。当初は青森のねぶた祭りのシンボルであるねぶたのように、港まつりのシンボルにしたいという理由から5mほどのイカロットを作成する予定であった。しかし、いきなり大型のロボットを作成するのは危険性が高いため、試験的に作られたのが2006年に完成した函館観光用ロボットIKABO1号機である。IKABOは函館高等専門学校と共同開発をしていた為、本プロジェクトにおけるIKABOのナンバリングは奇数番号となっている。今年度制作された11号機は本プロジェクトでは6機目であり、港まつりの高さ制限である3.5mとほぼ同じ高さで制作されている。このIKABOであるが、函館の活性化を目的とするには函館市民に広く知られていないというのが現状である。そのため、私たちグッズ班は、IKABOに関連するグッズやWebなどのコンテンツ作成を通して、IKABOの知名度向上を目標に活動する班である。

(※文責：酒井智晴)

## 1.2 プロジェクト始動時の問題

前年度からIKABOのグッズは製作しており、ネット上での販売活動は行っていた。しかし、私たちが確認したところグッズの価格設定がかなり高額なものである上、販売を委託していたサイトがあまり知られていないものであったため、このままではグッズを通してIKABOの知名度向上に貢献するという目標は達成できないのではないだろうかと考えた。そのため新しくグッズを製作し、その宣伝方法なども新しく確立していく必要があった。また、前年度からの引継ぎはイベント内容やIKABOについての説明、その他アカウント管理など様々で十分なものがあつた。しかし、イベントを行って気になった点などは見当たらなかったため、序盤はどのようなことをするのかという方向性が定まりにくく、手探り状態であつた。

(※文責：酒井智晴)

# 2章 課題の設定と到達目標

## 2.1 今年度の課題

今年度のグッズ班は4つの課題を設定した。1つ目の課題は、IKABOの知名度を上げる事である。ターゲットは前年度を引き継ぎ、18歳以下の函館市民と設定した。ターゲットを若い層に設定した理由であるが、その一つに拡散力があるという部分がある。近年、大人に限らず若い層でもスマートフォンは普及しており、TwitterやFacebookなどのSNSも身近な情報源となつてきている。そのため、仲間同士での繋がりが強く、今後社会に出てさらに繋がりを広げていく若い層をターゲットに置くことで、将来的に知名度がさらに上がっていくのではないかと考えた。

2つ目の課題は、前年度からの引継ぎに目を通し、こなせなかつた部分から有用な部分を判断してこなすことである。先輩方からの引継ぎが良く纏められており、IKABOに対する知識やどのような活動をしたかなどがわかりやすかつた。また前年度ではできなかつた部分というのもあつたので、そこから今年度のメンバーで何をするのがよいかを吟味し、こなすことを目標とした。

3つ目の課題は、知名度向上という目標に繋げるために新しいシンボルやマスコットを用意することである。IKABOの知名度を上げるためにはただイベントを行うだけでは足りないと感じた。その解決策として、私たちはよりIKABOをアピールすることができるもの、人々の目に止まるものが新しく必要だと考えた。私たちは、イベントを行う側の人間として、逆にお客様の目線に立つことが必要だと判断し、自分たちが町を歩いているのを想像してみた。このとき、自分が全く知らないロボットのイベントがやっていたとして、一瞬見ることはするものの参加しようとは思わずに素通りする人の方が多いのではないかという結論に至った。そのため、これによって新しいマスコットキャラクターやシンボルを作成することにより親しみやすくなり、イベントが行われる場所を通る人々に少しでも足を止めて見てもらえるのではないかと考えたからである。

4つ目の課題は、自分たちから次年度への引継ぎである。前年度から今年度への引継ぎはとても良いものであったと考えている。そのため、今年度から次年度への引継ぎはさらに有用な情報、実際にイベントを行って得られたものや参加してくれた方からの意見などの今年度にはなかったような部分も追加して引き継ぐことが大切だと考えたからである。

(※文責：酒井智晴)

## 2.2 到達目標

今年度設定した課題は、IKABOの知名度を上げるという目標を中心に設定されている。また、前年度に行われた知名度調査アンケート結果が約40%という結果になっているため、今年度はそれを上回る50%を目標として設定した。また、プロジェクトの目標として「函館の活性化」を上げているため、函館全土で広く知ってもらわなければならないと判断した。そのため、アンケートではできるだけオープンキャンパスなどの学校行事として大学に来ることがない学校や大学の近くではない学校にしようと考え、設定した。また、新しく作成予定のマスコットやシンボルなどについてもアンケートへ追加し、評価してもらうことを予定した。

前年度から今年度への引き継ぎに関しては、最後にプロジェクトメンバー内で相互評価を行うことで、前年度に残された課題からどれくらいのものでできたかを見つめ直す。また、実際に行ったものの中でも有用であったかどうか判断しようと考えている。

次年度への引き継ぎに関しては、最後に引継ぎ内容をプロジェクトメンバー間でお互いに評価、さらに実際に次年度のプロジェクトメンバーに見てもらうことで有用なものかどうか評価してもらおうと考えている。

(※文責：畠山祐樹)

## 3章 課題解決のプロセス

### 3.1 着ぐるみ制作

#### 3.1.1 目的

昨年もIKABOの着ぐるみを作成するという意見があったが、予算などの問題から実現しなかった。今年のイカボプロジェクトの目標はイカボの知名度向上である。そのためにはイベントを多数行う必要があったり、イカボを知ってもらうための方法を考える必要があった。しかし、イベントを行うにあたってイカボ11号機をイベント会場に動かすにはかなりの費用がかかってしまうため、予算的にも多くのイベントを開催するのは難しかった。そこで天候に左右されず、また移動のコストも削減できるよう、イカボの着ぐるみを製作することとなった。

(※文責：岩代惟)

### 3.1.2 概要

昨年から着ぐるみを制作する計画があったのだが、予算などの問題から実現には至らなかった。今年のイカボプロジェクトの活動目標は「イカボの知名度向上」である。そして、我々グッズ班はグッズを通してイカボの知名度を向上させていくのが目標である。イカボのデザインは我々の目から見てもマスコットキャラクターとして一般受けするデザインである。そこで、昨年制作したイカボのデザインをグッズ以外で活用できないかを考えた。プロジェクトメンバーで話し合った結果、今年はイベントをできるだけ開催したいと考えていたが、イベントのために11号機をイベント会場に移動しなくてはならないが、11号機を移動するには費用がかなりかかってしまう。それをイベントのたびに費用をかけていたら多大な費用がかかってしまう。予算も限られているのでイベントを開催するのに回数が限られてくるのは明確だ。イベント以外にも11号機の制作やグッズ等々にも予算を使わなければならないので、さらにイベントの回数が限られてくる。以上の理由から着ぐるみを制作することで11号機のいないイベントを開催、参加することができ、移動費にかかる費用を抑えることができることから、着ぐるみの制作に至った。

(※文責：増川聖斗)

### 3.1.3 制作活動

当初、着ぐるみを製作するにあたり、問題点もいくつか存在した。それは作ることに多額の費用がかかること、確実に人気が出る保証がないこと、クリーニングができないため、修理する際にも費用がかかってしまうことである。これらを踏まえ、解決策を考えた。まず製作コストについてである。未来大学が過去に製作依頼をしたことのある企業ならばおよそ100万円であり、プロジェクト予算から直接学校を通して支払いができるということだった。しかし予算は25万円程度であったため大幅に上回ってしまう。そこで検索エンジンを用い、できるだけ低額で作成可能であるものを探した。その結果「小峰玩具製作所」(<http://www.kominegangu-kigurumi.com/>)へ依頼することとなった。しかしそれでも通常の製作タイプであるフルオーダーでは45万円であり予算を超えてしまう。そこでセミオーダータイプを選択し、設計図、生地選びをグループメンバーで行い、型のみを小峰玩具製作所に依頼し完成した後、輸送されたものにグループメンバーで生地を貼るという方法であれば予算以内に収まることが可能である。しかし素人が生地貼りを行うとよれやしわができてしまい、後に劣化してしまう可能性がある。そのため止むを得ず予算を35万円と拡大し、完成まで依頼することとした。次に、ど使用されているもの(図1参照)と同じイラストをモチーフに製作していくこととなった。そしてこのデザインを元に小峰玩具製作所へ設計図の依頼をしたところ2パターンの提案があった。(図2、図3参照)これにはそれぞれメリット・デメリットが存在した。まず図2の案では、見た目重視であるが、腕が棒操作となるため動きが制限されてしまうこと、また動けない部分が広いため転倒した際に受身が取れない可能性が高く、周りのサポートが重要である点である。次に図3の案では、肘から先が自由に動かせるため動きやすさ・転倒時の受身など「人が入って動く」ことを重視しているが図2の案よりも身長設定を低くしなければ見た目がアンバランスになってしまうという点であった。この2案を元にグループ内で話し合った結果、メンバー間でポートできる点、図3の設定身長である160センチ前後のメンバーがいない点、見た目重視であることから図3の案で決定した。これらを元に完成したものが図4である(図4参照)。完成は目標としていた港祭りでのイベントに間に合うことができ、このイベントが初露出となった。この際の手応えとしては沿道の人に「かわいい」という声が多く、注目を寄せることができ、新たな宣伝方法として好感触であった。またこの後のイベントではIKABO11号機のアコンプレッサーが稼働する際の音が大きくIKABO11号機を動かさないというトラブルもあったが、着ぐるみを用いたことにより小さな子供から観光客、函館市民と幅広い世代、国の人々から記念撮影や触れ合いに興味を持ってもらうことができ、製作したことによるメリットを実感することができた。しかし、問題点もあった。それは着ぐるみが先に目立ってしまい、本来の目的であるIKABO11号機本体への関心が弱まってしまうことである。また今年度実

現しなかった着ぐるみ単体でのイベント活動において、着ぐるみだけでなくIKABO11号機の存在も認知される確証がないことである。この解決策として今後は来場者にIKABO11号機を知ってもらうための資料作りや今年度は未完成に終わったWebページの完成、SNSでの情報の拡散が求められる。

(※文責：岩代性)

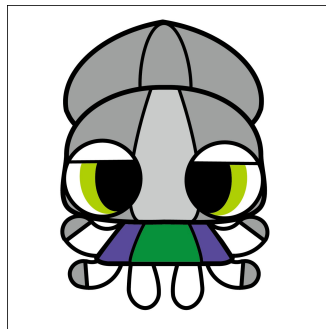


図1 着ぐるみのデザイン元

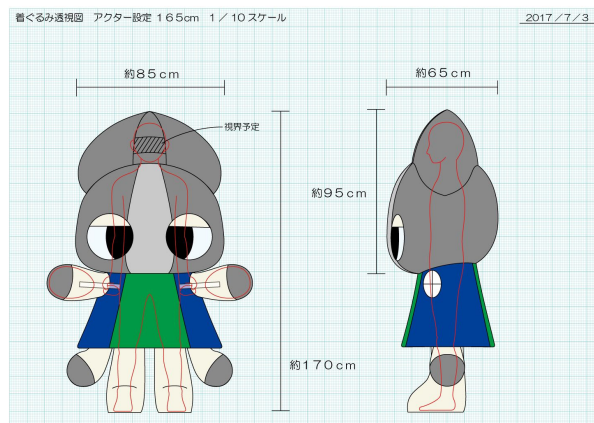


図2 設計図1

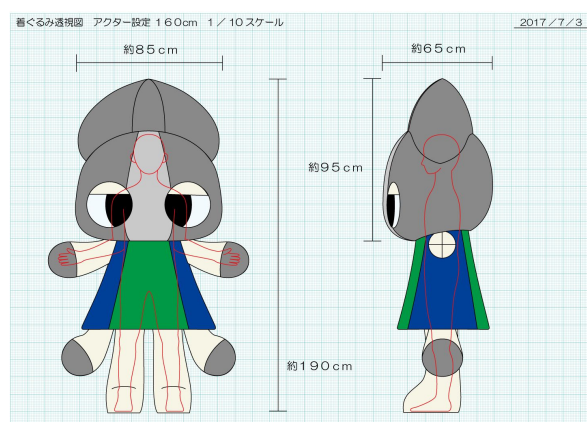


図3 設計図2





図4 完成図

## 3.2 グッズ展開

### 3.2.1 目的

今までもIKABOに関連するグッズは製作しており、ネットでの販売は行っていた。しかし、ネット販売をしていることがまず知られにくかったり、その宣伝方法などが確立されていなかった。さらに値段が少し高めに設定されていたため、IKABOの宣伝としてこれを販売するにはあまり効果的ではないと考えた。そのため、新しくグッズを製作し、これを実際のイベント会場や大学内の購買にて販売することを予定した。イベント会場での販売は、IKABOのイベントに来てくれた人へのアピールとともに、買ってくれた方々がさらに身内や友人などに宣伝してくれたり、SNSなどに上げてくれたりすることの副次的効果も狙っているものである。また、大学内での購買での販売に関しては、学際やオープンキャンパス、その他でも未来大に来てくれた人へのアピールを期待した。また、大学での名物のようなものとしてグッズを置くことで、大学に来た人が一度はイカボを見て行ってくれるように大学と関連した印象付けができればと考えた。

(※文責：畠山祐樹)

### 3.2.2 概要

今までは、IKABO関連のグッズはSUZURIというサイトにデザインのみを預け、完全受注生産方式で製作・販売はサイト側に全て任せて行ってきた。しかし、今年度は購買での販売を考えていたため、まずは購買を訪れ、大学生協の専務との交渉を行った。その中で、販売するための条件として4つの課題が課された。

1つ目は、「お互いに利益が出るためにはどうすればよいか」を考えることである。私たちプロジェクト側は利益ではなく、IKABOの知名度向上が目的であるが、大学生協側にとっては1つの商売である。そのため、当然利益を得るためについても検討しなければならない点であった。実際に売るにあたって、商品発注は個数が多ければその分単価が安くなる。そのため、できるだけ多くの個数を発注しようと考えた。単価をできるだけ安くすることで、利益の分を上乗せしてもそこまで高くはなくなり、買ってくれる人も増え、結果的に利益が生まれると考えた。売れ残るかもしれないという不安もあったが、IKABOをこれからアピールしていくことを考えると、知らないキャラクターのグッズで単価が高い場合、誰も買ってくれはしないのではないかと考えた。その結果、グッズという面からIKABOのアピールがうまくいかなくは本末転倒である。また、売れ残ってもイベント等で捌くことは可能であるとも考えた。

2つ目は、「現実的に売れるラインはどこか」を考えることである。これを考えるにあたって、まず最初にすでに購買で売られている商品の調査を行った。例えば、IKABOのグッズをシャープペンシルで作る場合、競争相手は購買で売られている他のシャープペンシルである。購買で売られているシャープペンシルの価格は安いもので86円、高いもので864円であった。また、使いやすさなどの点を踏まえて考えると、ほかにも Kultoga が388円、DR.Grip が588円程度であった。ここにIKABOデザインのペンが加わるとなれば安さで勝負することになるだろう。そこでデザイン性を考慮の上で200円前後までに抑えられたものが望ましいと考えた。Kultoga よりは安く、デザイン性のあるもので可愛いもの。仮に200円と設定した場合、原価は160円程度まで、利益を考えてここに+40円と考えて交渉を進めた。

3つ目は、「売るための工夫・宣伝方法について」を考えることである。売るためにはまず興味を持ってもらうこと、目に入れて貰うことが必要であると考えた。ここで売るための方法として、主に3つの方法考えた。まず1つ目は、邪魔にはならない程度に目立つようなパネルを作ることである。コーナーの規模に合わせて良いサイズのパネルを作ることで購買に来た人にまず見てもらうことができるため、有効であると考えた。しかし、実際にコーナーの予定場所を見させていただいたときに、パネルがおけるような場所ではなかったため、この方法は中止することとなった。2つ目は、学内の掲示板等にポスターを貼ることである。ポスターといえば宣伝においての定番である上に、以前の講義でポスターの作り方について学んでいたため、そのときの知識を活かすことができると考えた。しかし、この方法についてグループ内で議論したとき、学内掲示板を見てくれるだろうかという点が気になり、この方法は中止することとなった。3つ目は、IKABOの絵などを用意して、購買の扉に貼らせて貰うことである。この方法は購買に寄った人の目に入る上、スペースもとらず顧客の邪魔にもならないので効果的な方法であると考えた。よって、私たちは3つ目の方法を選択し、購買の扉ではないがIKABOの絵を用意してもらったコーナーに貼ることとした。また、このときすでに制作を予定していた着ぐるみを使った宣伝方法も考えていたが、近くに置こうとするとやはり邪魔になってしまうため、イベントやオープンキャンパスなどのときのみとした。その他にも、実際に顧客に買ってもらうためにはどうすればよいかという点についても考えなければならなかった。この点に関しては、IKABOグッズが「未来大限定商品である」ということをアピールしていくことで解決できるのではないかと考えた。

4つ目は、「売れなかったときのリスク管理について」を考えることである。売る努力はするとしても必ずしも商品が売れるとは限らない。そのため、売れなかったときのリスクや売れなかったときにどうするかについてを考慮しておくことは必要不可欠である。IKABO 自体の知名度が現在高くないことから、宣伝に力を入れたとしても売れないかもしれないことは考えておくべきであった。まず、リスクを減らすために考えられることとして、第一に「期限がないものである」こととした。食品や飲料などで商品を作ってしまうと、長く置いていくわけにもいかないため、リスクがはね上がってしまう。また特定のときでしか使えないようなものなどは避けるべきだと考えた。よって、私たちは作る商品の条件を「使用可能な期限がないもの」、「普段から実用的であるもの」の2点とした。これらの点を踏まえて、大学生協側に企画書を作成・提示した。ここでこちらの考えている商品で大丈夫かなどの相談を行った結果合意を得ることができたため、実際に制作活動へと入ることとなった。

(※文責：畠山祐樹)

### 3.2.3 製作活動

当初、私たちが予定していた商品は4つであった。1つ目はシャープペンシルで、製作を依頼する予定だった会社では300本以上で200円であった。2つ目は定規で、これは同数で230円であった。3つ目はボールペンで、こちらも同数で180円であった。最後にクリアファイルが100枚で254円であった。しかし、これは原価であるので、ここにさらに利益の分を上乗せし

なければならない。利益の分を考えるとすでにこちらの予定額を大きく上回ってしまっていた。そのため、大学生協側と相談した結果、より原価を安く押さえて製作可能な会社を紹介していただき、そちらにお願いすることとなったため使用予定であったデザインを渡した。結果、実際に販売することとなった商品は次の4つである。1つ目がボールペンで、これは110円で販売することとなった。2つ目がメモ帳で、これは155円で販売することとなった。3つ目がクリアファイルで、200円で販売することとなった。4つ目がノートで、240円で販売することとなった。ボールペンは黒インクのみであるが、デザインはピンク・水色・黒・黄緑の4種類が完成した。全体的に当初の予定よりも値段を大きく抑えることができたが、ノートだけはやや高めの価格設定となってしまった。さらにノートが予想よりも薄いものであったため、顧客目線ではあまり購入意欲がわかないものであったと感じた。この点について深く考えることができず、問題の無い価格設定であるものと判断してしまっただけは反省点の1つである。製作活動自体は動き出しがはやかったため、順調に進み、予定していたオープンキャンパスまでに間に合わせることに成功した。よって、オープンキャンパスや後期のイベントにおいてこの4つの商品を主力にして、グッズという側面からIKABOの知名度向上に貢献していく予定であった。この活動における成果は、同報告書「6章 まとめ」の項の「6.1 成果」で記載することとする。

(※文責：畠山祐樹)

### 3.3 イベントのための制作物

#### 3.3.1 目的

本プロジェクトではイベントやグッズ販売を通して知名度向上を図っている。その中でもイベントを開催するにあたってtwitter等々でも告知をしているが、フォロワーの数などからその影響力が見込めない。さらに、イベントを開催していてもその場で何か開催していることを知らせるものがないと人が集まらない。この以上のことから、イベントを開催する場所に掲載するポスター等々を作成することになった。さらに、イカボのtwitterアカウントとイカボプロジェクトのwebページを認知してもらうためにティッシュにURLとアカウント名を掲示した紙を入れて無料で配布した。また、イベント会場ではIKABOを動かしてもらうことや着ぐるみとのふれあいの他に、子供にもっと楽しんでもらうためにイカボの塗り絵も4種類用意した。この塗り絵は好評で、4種類50枚ずつ用意していたものが全てのイベントが終わる頃には全てなくなっていた。このことから、塗り絵を用意したのは全ての用意した塗り絵がなくなったことや子供たちが楽しんでいたので成功と言える。そして、観光客から知名度や意見を知るためにIKABOを動かした人からアンケートに答えてもらった。ここからいただいた意見は今後イカボプロジェクトに役立つものが多く、有意義だったと考える。また、今年はイベントでのグッズ販売ができないことで販売でなく違う方法でグッズを広めることができなかつたかと考えた。グッズは使用していると周りにも影響してくる。よって、出来るだけ制作費用が安価で無料で配布できる物がないかと考えた。一番良い案がステッカーである。他のグッズよりも比較的安価に制作することができ、安価ゆえに無料で配布することも可能だからである。さらに、ステッカーはどこにでも何にでも張ることができるので、イカボの広告にはもってこいだと考えた。以上のことからステッカーを制作した。

(※文責：増川聖斗)

#### 3.3.2 概要と成果

まず最初に開催したイベントは函館山イベントだった。函館山イベントは本プロジェクトの初めてのイベントだったこともあり、イベントの内容や開催場所、代表者へのアポ取り、告知方法など様々なことを考える必要があった。グッズ班はその中でも告知方法と内容について主に考えた。告知方法に関してはイカボのtwitterアカウントがあるので、そこで開催情報を告知すれば良いのだが、イカボのtwitterアカウントはフォロワーはまだまだフォロワー

数が足りないので良い告知にはならない。リツイートで拡散してもらう方法もあるのだが、リツイートでも拡散は確実ではないので、私たちが告知したい観光客という対象には届く可能性が低い。さらに、イベント当日に函館山でイベントを開催しているということを現地に来た観光客に知ってもらうためのコンテンツも必要だと考えた。以上のことから、イベント開催前日まではイカボのtwitterでイベント開催の告知をし、イベント当日はポスターを函館山のロープウェイにポスターを掲示し、プロジェクトメンバーで函館山の頂上にいる観光客にティッシュを無料配布し、イベントを開催していることを告知しようと考えた。ポスターは担当者自身作成するのが初めてだったこともあり、デザインが難しかった。ポスターで伝えたいことはイカボイベントを函館山で開催するというものである。よって、背景を函館山の夜景にし、右側に大きく11号機を置いて、左側に開催場所や日時、時間を掲示することで、観光客が興味を引きやすく、どこで何のイベントが開催しているのかわかりやすくするのを狙いで作成した。また、もう一つの函館山イベントの制作物であるティッシュはただ無料で配るのではなく、ティッシュの中にイカボのtwitterアカウントとイカボプロジェクトのwebページを認知してもらうためにURLとアカウント名を掲示した紙をティッシュに入れて配布するようにした。この結果、イベント当日は休日ということもあり、大勢の観光客が函館山にいらっしやったので、目標であったティッシュを1000個配布するというのを達成することができ、イカボについて大勢の人にPRすることができた。さらに、ポスターとティッシュ配りのおかげで多くの観光客がイベント会場に会場にいられた。そして、イベント会場にイカボグッズを飾っていたところ、多くの観光客から欲しいという要望をいただいたり、どこに売っているのかという質問をいただいた。今年から昨年完成したイカボグッズを売ることも目標にしていたこともあり、この観光客からいただいた意見は非常に参考になり、これからのグッズ販売に大きいものになった。以上のことから初のイカボイベントは成功と言える結果になったが、その反面、反省点も出てきた。まず、現在函館に訪れる観光客は中国人を始め、ほとんどが外国人ということである。観光客のほとんどが外国人ということはポスターやティッシュに入れた広告用の紙に書いてある日本語が読めないということである。イカボを外国人にも宣伝するためにはポスターや広告用の紙にも英語を記述しなければならない。よって、今後開催するイベントの土地柄や観光客の内訳などもあらかじめ調べておく必要がある。そして、その上で英語を記述するか否かを判断すべきだと考えた。

次に開催したのは道の駅木古内でのイベントである。このイベントでのグッズ班の制作物は塗り絵である。道の駅木古内には前回行った函館山イベントよりも外国人が少なく、主に家族連れや日本人観光客が多いということもあり、家族連れの中の子供を観光の一部として楽しませられるかが問題点であった。様々な意見が出た中で一番有効な案が塗り絵だった。塗り絵は小さいお子さんなら性別問わず楽しめるし、塗り絵を友達などに共有してもらうことによって認知度上昇にもつながると考えた。さらに、たくさんの子供が塗り絵を楽しんでもらうことによりイベント会場が賑やかになり、他の観光客にも興味を引くことの相乗効果にもつながると考えた。道の駅木古内の休日は多くの家族連れが訪れるということから多くの塗り絵を用意しなければならないのと、塗り絵を1種類だけではなくできるだけ多くの種類の塗り絵を用意しようと考えた。そこで用意した塗り絵はイカボの「喜」「怒」「哀」

「楽」の4種類である。これをそれぞれ50枚ずつ用意した。イベント当日は悪天候だったこともあり、観光客や家族連れが予想していたほど訪れなかった。しかし、狙いだった小さいお子さんに塗り絵を楽しんでいただけたことから、訪れた観光客は少なかったが用意して正解だと考える。

最後に五稜郭公園でのイベントである。先に開催した道の駅木古内イベントから、今年イベントでのグッズ販売ができないことで販売でなく違う方法でグッズを広めることができなかと考えた。グッズは使用していると周りにも影響してくる。よって、出来るだけ制作費用が安価で無料で配布できる物がないかと考えた。一番良い案がステッカーである。他のグッズよりも比較的安価に制作することができ、安価ゆえに無料で配布することも可能である。さらに、ステッカーはどこにでも何にでも張ることができるので、イカボの広告には

もってこいだと考えた。以上のことからステッカーを制作した。しかし、ステッカーを制作する会社が海外ということで天候状態で配送の日時が変わることやデザインをメールで送り、発注するまでが遅くなったことから五稜郭イベントには間に合わなかった。これは我々の発注までの連絡が遅かったからである。もっと時間に余裕を持って発注すべきであった。結果的にステッカーは完成したが配布できていないので、来年のイベント時に活用して欲しい。

以上がイベント時の制作物である。イベントを開催する際には何か予期せぬことが起こるときもあるので、時間にゆとりをもって行動することが大事だと感じた。また、イベントを開催する土地柄や状況を前もって調べ、それに合わせて制作物などを考える柔軟性も大事だと考える。

(※文責：増川聖斗)

### 3.3.3 製作活動

まず最初に開催した函館山イベントではポスター作成とティッシュの配布を行った。まず、ポスターは函館山でイカボのイベントを開催することを観光客に伝えたいので、函館山の夜景を背景にし、右側に大きく11号機を置いて、左側に開催場所や日時、時間を掲示することで、観光客が興味を引きやすく、どこで何のイベントが開催しているのかわかりやすくするのを狙いで制作した。次にティッシュの配布は、ただティッシュを無料で配布するだけでなく、ティッシュにイカボの広告が印刷してある紙と一緒に入れることでイカボの認知度を向上させようと考えた。その紙にはイカボのtwitterアカウントとイカボプロジェクトのwebページを認知してもらうためにURLとアカウント名を掲載した。このティッシュは1000個作成した。

次に、道の駅木古内イベントの塗り絵である。これはイカボの「喜」「怒」「哀」「楽」の4種類を各50枚ずつ印刷した。デザイン自体は昨年描いていた物を使用したが、イラストレータを使って子供が塗りやすいように塗り絵風に仕上げるのに時間がかかった。

最後にステッカー制作である。ステッカーのデザインは塗り絵に使用した物だが、ステッカーを印刷するためにはサイズや形式を変えなくてはならず、形式は今まで使用していたイラストレータでは変更することができず苦労したがバージョンを変えることでその問題は解決した。ステッカーはイカボの「喜」「怒」「哀」「楽」の4種類を各50枚ずつ発注した。我々の発注が遅く、予定した日にちには間に合わなかったが、思い通りのステッカーができたので、来年のイベントで活用して欲しい。



(※文責：増川聖斗)

### 3.4 Web制作

#### 3.4.1 目的

本プロジェクトではイベントやグッズ販売等を通して知名度の向上を図っている。主な活動状況はTwitterでも行っているが、Twitterではプロジェクトの詳しい活動内容や概要などを伝えるには不十分である。そこで本プロジェクトのことを多くの人に詳しく知ってもらうため、また興味を持っていただいた人が検索エンジンを用いて調べようとした際に一番有用なサイトにするためのツールとしてwebページを作成する。

(※文責：岩代惟)

#### 3.4.2 概要

Webページには次の項目を記載することを目標とした。まずイベントの際に日程や場所などの詳細の項目、本プロジェクトの概要や活動内容、メンバー紹介、イカボキャラクターの紹介である。さらに本プロジェクトには一昨年度作成されたTwitterアカウントも存在するため、Twitterでの情報を

しかし、Webページの有料版への移行は昨年度作成された無料版Webページ制作者からの依頼であった。そのため昨年度制作した際のアカウント情報が必要であった。

#### 3.4.3 製作活動

まずはじめに、昨年度の担当者から過去のイカボプロジェクトのWebページの引き継ぎを行った。そこで、昨年は一昨年度のものを引き継ぐことができなかつたため昨年新たなものを制作したということ踏まえ、今年度は昨年度のものが容量が足りず文字化けを起こしていたので、有料版への移行を行って欲しいとの依頼を受けた。この依頼を受けグループで今年度の方針を話し合った結果、まず有料版へ移行することとなった。前期はイベントが多くあり時間が取れなかつたため後期からこの作業を始める計画とし、後期のイベントがひと段落した際に昨年度のweb担当から詳しい引継ぎ方法を確認したが、そこで昨年度のプロジェクトリーダのアカウントが必要になつたため連絡を取ろうと試みたが、連絡先を入手できず失敗に終わってしまった。これによりまず昨年webページの文字化けを治すところから始めることとした。しかし本グループにHTMLを作成できるメンバーがおらず、一から勉強し始めることとなった。ここでの反省点は始める時期が遅かつたことである。プロジェクト始動の際にすでに有料版への以降の話が出ていたため、あらかじめ有料版へ移行し、少しずつでもHTMLの勉強をしていれば、いざwebを本格的に始めようとしたときにすぐに取り掛かることができただろう。ここでタイムロスが出てしまった。このため有料版への移行を先送りにして先にHTMLを書き始めたが知識が少なく独学のため、かなり時間がかかってしまい、結果的にページの一部しか作ることができず、未完成となつてしまった。webの製作はプロジェクト開始当初の目標でもあつたため、計画不足や勉強不足など反省点が多い結果に終わってしまった。次年度へ引き継ぎをする際にはこれらの反省点を踏まえて引き継ぎや、あらかじめ連絡先を教えておくなどの対処をしたい。

(※文責：岩代惟)

## 4章 インターワーキング

### 4.1 取材

今年度はNHK「ジューダイ」、北海道新聞・函館新聞、FMいるかと3件の取材依頼を申し込まれた。これは昨年度の知名度向上のための活動に効果があったためと考えられる。

はじめに、5/19に取材が行われた「ジューダイ」はNHKのEテレで放送されている、全国各地の10代を中心に新しいものを発掘するという内容の番組であり、今回は函館市内の若者がイカをメインに街を盛り上げる様子を知りたいとのことだった。本プロジェクトには謎の巨大イカロボットとしてイカボが取り上げられた。当日はプロジェクト始動の直後であったため、昨年度イカボの広報をメインに行っていた先輩に手伝っていただきながら簡単な質問や今後の展望などを答えた。またプロジェクトメンバー全員でイカボと一緒にいか踊りを踊る様子を2時間程度撮影された。当日イカボはまだいか踊りを完全に踊ることができなかったため製作途中での発表となったがプロジェクト内のよい雰囲気伝えることができた。放送は6/8に行われ、本プロジェクトは1分程度の登場となったが、後のイベントでは「ジューダイ」を見たという来場者も多く、結果的に知名度貢献のためのよい機会となった。

次に函館山でのイベントを行うにあたり、当日にイベントの告知とともにイカボについての取材がFMいるかで生放送された。出演はイベント・グッズ・制作グループから各一名の計3名で行われ、

(※文責：岩代惟)

### 4.2 オープンキャンパス

オープンキャンパスでは、IKABOの展示及び操作体験と商品紹介や購買への誘導、IKABOについての説明などを行った。また、今年度の新IKABOグッズはこのオープンキャンパスの時期を完成の目標として製作してきた。その結果、予定通り完成が間に合い販売することができた。私たちが考えていた通り、未来大学に来た記念としても購入してってくれる方が見られた。オープンキャンパスでは、私たちが本プロジェクトのみで開催しているイベントとは違い、参加者が見たい場所へ行く方が良いという考えの下、積極的な声かけなどは行わず、来てくれた方への説明だけとした。それでもIKABOがあるならばかなり目立つため見学してってくれる方は多いのではないかと考えていたが、結果は予想を裏切る形となった。また、オープンキャンパスの時期にはIKABOの着ぐるみも完成し運用を開始していた。着ぐるみのかわいらしいデザインとその動きから人が集まり、一緒に写真などを撮ってくれる方も多かった。このように早くも人気キャラクターとしての一面を獲得していった着ぐるみであったが、ここで1つ新しい問題点も生まれた。着ぐるみと触れ合ってくれた方がそれだけで満足してしまい、肝心のIKABO本体まで興味を持ってくれる方が少ないというものである。そのため、オープンキャンパスでも積極的などとはいかないまでも、着ぐるみに興味を持ってくれた方には一言声をかけてみる必要性を感じた。

(※文責：畠山祐樹)

### 4.3 イベント

今年度も私たちはIKABOプロジェクト全体として、各グループで連携をとりながら様々なイベント活動をこなすことができた。

函館山イベントでは、初めてのイベントということでイベント班に余裕がないであろうことも加味し、私たちグッズ班でポスター制作を行った。また、制作班の休憩時間など、制作班が現場にいない時間帯にも対応できるように一人一人が一通りのIKABOに関する簡単な知識や操作方法などは押さえておいた。私たちがこのイベントのために用意した宣伝用のティッシュは、プロジェクトのメンバーの多さを利用し、イベント班と協力する形で函館山の頂上に来ている人たちに積極的に声かけをし、渡すことができた。自分は前半の部のみの

参加であったが、前半で得られた経験や注意点などを交代の時間で速やかに伝えることにも成功したため、後半の部は観光客が増加する夜の時間帯であったが、特に何事も問題なく会場を盛り上げることができたと聞いている。結果、函館山イベントは今年度初めてのイベントであったが、成功という形で良い滑り出しとなった。

次に港祭りであるが、このタイミングで私たちグッズ班が制作していた着ぐるみが完成、このイベントから導入することとなった。準備は順調に進んでいたが、イベント当日となって大きな問題が発生した。イベントでの集合時間にメンバーは全員揃っていたものの、着ぐるみが到着していなかったのである。早めに気が付くことができたおかげで、急いで大学へと取りに戻ることができ、IKABOの山車が最後尾であったことも幸いしてなんとかイベント開始には間に合わせることができた。しかし、少しでも気が付くことが遅れた場合はこのイベントに合わせる予定で進めてきた1つの企画が、地味な立ち上がりとなってしまっていた。港祭りは確実に多くの人が集まる1つの大きなイベントであるため、大衆にお披露目するためには絶好の機会であると考えていた。そのため、この問題を本プロジェクトでは小さな問題とは捉えず、プロジェクト全体で話し合うこととした。内容としては、主に「なぜこのような問題が起きてしまったのか」、「このような問題が起きないようにするためにはどのような解決法が考えられるか」の2点である。まず「なぜこのような問題が起きてしまったのか」という原因についてであるが、私たちが主にLINEで連絡手段をとっていたことであると結論付けた。LINEでの連絡は、短時間で済む上に楽であるという利点があるが、流れるのが速い上に流れてしまった会話は確認することが難しくなってしまうという欠点もある。このイベントは前期の試験期間が終わった後即行われた。そのため、試験が終わったらそのまま着ぐるみを持ってイベント会場に向かうという伝えるべき情報が正しく伝わっていなかったのが大きな問題となる。また、そのことについて誰も確認を行っていなかったというのも問題点の1つであると分析した。この議論結果より、私たちは次のことを主な対策として考えた。まずイベントなどに関わる重要な連絡事項は、学内メールなど形に残り見返すことが容易なもので行うこと。これによって、私たちは学内メールを使ってイベントに関する連絡事項は行ってきた。また、イベント直前のメンバー間での各スケジュールの確認、及び連絡が行き届いているか再三の確認を行うようにした。この結果、このときのようなミスは無くなったため、これは1つの大きな反省点であると同時に、良い経験の1つでもあった。次に、未来大での学園祭ではIKABOの展示、その説明と製作したグッズの物販コーナーを行った。さらに学園祭実行委員会と協力し、本プロジェクトで制作した着ぐるみを実行委員会へと提供、学園祭を盛り上げる形となった。

次に、木古内駅でのイベントを行った。このイベントは今年度の本プロジェクトで初めての市外でのイベントであった。そのため人の集まる時間帯の予測やおおよその来場者数の判断をしにくいという難しさがあった。そこで本グループではイベント開催日が週末であることから家族連れに照準を合わせ、小さい子供でも楽しめるようなデフォルメ化されたイカボキャラクターの塗り絵の製作を行った。これらはイベント当日、実際に小さな子供に楽しんでもらうことができ、訪れた高齢者にも子供用にと複数枚持ち帰ってもらうなど、今後のイベントでも有効に活用できる見通しを立てることができた。しかし来場者数自体は少なく、また後の五稜郭タワーでのイベントでも問題となるエアコンプレッサーの騒音の影響でIKABO11号機を動かすことができないなど、想定通りにイベントを行うことができなかった。このため着ぐるみのみが実働するという結果になったが、少ない来場者のほとんどに興味を示してもらうことができ、また来場者数が伸び悩むことで漂うメンバーの気持ちを明るくすることができ、着ぐるみ製作のメリットを感じられるイベントであった。

次に、五稜郭タワーでのイベントを行った。このイベントが、今年度の本プロジェクトが行った最後のイベントであった。このイベントは今まで行ってきたイベントから得られた経験が活かされたため、事前準備から実行まで滞りなく行うことができ、良いイベントを開催することができたと感じている。1つ反省点を述べるとすれば、観光客への積極的な声かけが少なかったように感じた。知名度が低いもの、キャラクターの知名度向上を目指して活動して



いるため、受け身の姿勢で待っているだけではイベントに参加してくれる人は少ないということも学んだ。そのため、これを私たちプロジェクト内での今年度の活動の反省点とし、さらに次年度への引継ぎとしても残していこうと考えている。自分たちからの積極的な声かけは少なかったものの、このイベントではそれなりの数の観光客の方々が参加してくれた。また、このイベントでは多くの貴重な意見が得られた。IKABOに関するものでは、喋る機能を搭載したが、会話ではなく一方通行のものであったので、会話ができる機能が欲しい。内容は、函館のちょっとした歴史などを聞かれたときに答えられるようにするのが良いのではないかというものだった。また、光や大きな動きなどが無いと注目してもらいにくいのではないかと、目の部分から映像が出るなどはどうだろうかという意見もいただいた。webに関する意見では、良いものを最初からつくろうとするよりもまず完成させて後悔することを第一に考え、その後から少しずつ調整をすると良いという意見もいただいた。他にも、函館の活性化に寄与するという目的ならばもっと函館市とも協力した方が良いのではないかとことから、自分たちから積極的に観光協会や商工会へのPRを行うのが良いという意見もいただいた。今回イベント会場を提供していただいた五稜郭タワー側の責任者の方からは、着ぐるみの胸に名札のようなものを貼ることでより親しみをもってもらえるのではないかと意見をいただいた。このように、自分たちとは別の視点からの意見を多数いただくことができた。また今回のイベントで関わった方々からの意見の他にも、得られたものは多かった。IKABOに使用するエアコンプレッサーの騒音は以前から問題になっており、木古内駅でのイベント時もそれによってIKABO本体の活動は停止せざるを得ない状況となってしまっていた。今回のイベントでも騒音がひどいようなら活動停止予定であった。しかし、1つの代替案としては使える方法を発見した。冬服やコートなどの厚めの上着を2~3枚被せることで騒音の5割以上をカットすることに成功したのである。完全な解決策とはなり得ないが、これは有益なものであると考えるため、次年度への引継ぎの1つとして残していこうと思う。また、私たちが作り配布していたティッシュであるが、観光地では外国人の方が多いため、日本語の文章だけでは渡しにくいかもしれないという点にも気づいた。そのため、裏のIKABOを簡単に紹介する文章には英文も加えておくのが良かったのではないかと考えた。このように、五稜郭タワーイベントは得られたものが多く良い経験となった。

(※文責：畠山祐樹)

## 5章 発表会

### 5.1 中間発表

#### 5.1.1 解析

発表内容、発表技術の平均点数はかなり低かったと考える。平均点が低くなった理由としては、発表練習があまりできなかったことと、スライド作成に時間が取れなかったことが考えられる。中間発表に時間が取れなかった理由として、グッズ班では港まつりに向けて着ぐるみの作成やグッズの作成を行っていたことがある。

発表内容については、発表当日に考えられる質問を検討していたため当日は時間通りに発表を終えることができた。スライドの準備不足や、ポスターとスライドを同じ位置に置いてしまったためスライドとポスターどっちを見ればいいのかわからないなどあまり良い結果とはならなかった。

発表技術についても練習不足があり、発表内容が暗記できていなかったりスライドと発表内容が合わなかったりし理解されない部分が多かった。声が小さい、内容が伝わりにくい、スライドや下を向いて話していて声が通らないなどのコメントがあり改善点が多くあると考えた。

(※文責：酒井智晴)

### 5.1.2 検討

イカボのキャラクターをイメージしたイカボグッズの作成について、どのくらい売れると考えているかなどの質問が多くあった。後期では港まつりや、未来祭など参加予定のイベントが多くあったので、イベント時の販売を考えていた。知名度向上をどのように行うかなどの質問も多くあったが、イベントを行うことで改善していけると考えた。

(※文責：酒井智晴)

### 5.1.3 評価

発表練習を行うことが遅れてしまいあまり良い評価を得ることができなかった。声の大きさやスライドの準備不足、全体を通しての発表練習をイベントや、グループでの活動の見通しを立ててから行うことができればもう少し良い評価が得られたと考える。

(※文責：酒井智晴)

## 5.2 最終発表

### 5.2.1 集計

発表内容の平均点は7.1/10だった。

(※文責：増川聖斗)

発表技術の平均点は6.8/10だった。

(※文責：増川聖斗)

### 5.2.2 解析

発表内容、発表技術共に中間発表の時より平均点が向上している。このことから中間発表よりも計画的に行動できたと考えられる。

発表内容については、中間発表の時よりも多く練習時間を取ることができた。さらに、一ヶ月前から発表内容の製作を行うことができ、時間的にも余裕を持って活動できたのが良かった。そして、発表の練習を多く行うことにより、プロジェクト内でも意見や改善点を見つけ出すことができ、修正できたのも発表内容の向上に繋がったと考えられる。実際にアンケートでは、「今後の展望や活動内容がわかりやすかった。」「趣旨や企画目的が非常にわかりやすかった。」「活動内容や反省点がよく纏められていて、しっかりと伝わった。」「タッチパネルと連動しているのがすごかった。」「活動目標や内容、結果からの問題提起がわかりやすかった。」等のコメントをいただいた。

発表技術については、中間発表よりも多く練習していたこともあり平均点は良かったものの、思っていたよりも平均点が伸びなかった。コメントは「イベントの映像が分かりやすかった。」「UIコントロールの実践が印象に残った。」「前期との違いが分かりやすかった。」「話す内容がしっかりしていた。」という反面、「最初と制作班の声が小さくて聞き取りにくかった。」「イカボの前にメンバーが立つのは良くない。」「着ぐるみがメンバーやスクリーンの方を向いてばかりなのはおかしい。」というコメントもあった。

(※文責：増川聖斗)

### 5.2.3 検討

今年導入した着ぐるみが好評であり、イベントでも成果が出ている。また、今年商品化し、生協に売られているIKABOグッズも想定していた金額を達成している。そして、コメントでも「着ぐるみがかわいい」など良い評価を頂いたが、その反面「着ぐるみが大変そうに感じた。」「着ぐるみ着ぐるみを作ったことは成果だと思うが、ロボットとしてのイカボ

をPRするのか、イカボとしての取り組みをPRするのか方針がわからなかった。」など多数の意見があり、今後の課題として着ぐるみを主なPR方法の一つとして考え、イカボをロボットメインとしてPRしていくことだと考える。さらに、「LINEスタンプを作って欲しい。」という意見もいただいたので、今後の展開としてはLINEスタンプやWEB制作に力をいれていくことを検討する。

(※文責：増川聖斗)

#### 5.2.4 評価

中間発表のプレゼンテーションへの準備不足という反省点を活かし、プレゼン制作に多くの時間を費やした結果成果発表会での発表内容も高評価が多く、質問内容も発表内容を踏まえた上での質問が多かったため中間発表よりも成長していると言える。しかし、コメントでの指摘もあった通り、発表の技術に関してはポスターの内容が薄いなどは否めない。そして、声が小さい意見が多かった。以上のことから成果発表の評価は6点とする。

(※文責：増川聖斗)

## 6章 まとめ

### 6.1 成果

グッズ面での今年度の成果としては、総売り上げが14420円、商品別ではボールペンが59本で6490円、メモ帳が14冊で2170円、クリアファイルが23枚で4600円、ノートが4冊で960円となった。3章の「3.2.3 製作活動」の項で述べた通り、ノートの価格設定を見誤ってしまった結果、売り上げが他と比べても大幅に落ちてしまう結果となった。また、総売り上げも当初の予定では3万程度と予定していたが、結果としては遠く及ばないものとなってしまった。この理由として考えられるのは、イベント会場での販売ができなかった点であると考えられる。これは各会場でのイベントの打ち合わせの結果、営利目的の会場の利用ができないということであったためである。元々はオープンキャンパスで新グッズの販売を開始し、学園祭と合わせて売れ筋などを掴み宣伝を加えることで、後期に行うイベントに活かせるものと考えていた。そのため、後期のイベントは私たちの販売計画の中心となっていた。しかし、現実はこのように中心であったイベントでの売り上げが全く無いという結果になってしまった。これを私たちは自分たちの見通しの甘さが原因と考え、今年度の反省点の1つとした。このような結果を引き起こさないため、イベント会場との交渉を含め、企画を早めに予定・進行すること。グッズの製作とそれに伴った販売を企画するときには考えられる問題をできるだけ挙げ、より深い議論を予め行っておくべきだという結論を得た。結果、今年度は売れ残りが多くなってしまったが、これを予定通り本プロジェクトで買い取り、今年度得られた形意拳と合わせて次年度への引継ぎとする予定である。

(※文責：畠山祐樹)

### 6.2 プロジェクトにおける個人の役割

#### 6.2.1 増川聖斗

私は「大型イカロボの開発・活用デザインということで、昨年のイカロボの開発の続きとともに大型イカロボを函館の観光資源としてPRするために、グッズやイベントをデザインし、イカロボの知名度向上を目指す」という目標を達成するためには何をするかを明確にすることが大変であった。さらに、このイカボプロジェクトは知名度向上以外に明確に与えられ

た目標がない。従って、メンバー自ら知名度向上のために試行錯誤する必要がある。私はグッズ班としてイカボの知名度をグッズやwebから貢献していくことを考えた。

まず、どうすればイカボをグッズを通して知名度を向上させることができるかである。この問題を解決するために私はグループリーダーとしてこの問題に取り組んだ。最初は話をしたことの無い人の集まりということもあり、グッズについて話し合う前にメンバー全員にコミュニケーションを取ることにした。メンバーはみんな話しやすく、最初に懸念していたコミュニケーションは気にすることはなかった。このことから私は話し合う上でメンバーの意見をしっかり聞き、まとめる役に回ろうと考えた。メンバーは知名度向上のために様々な意見を多数発言してくれた。傍観者に回るだけではなく、自分の意見を持って発言し、その上でまとめることを意識した。この話し合いでグッズ班として知名度向上のために貢献できることの一つは昨年デザインしsuzuriでネット販売しているイカボグッズを店舗などで販売することである。二つ目はイカボの紹介サイトを無料版から有料版にすることである。三つ目は着ぐるみの製作。四つ目はイベントを開催するにあたって、イベントで使用するものを制作することである。これらの中から私が担当したものはイベントでの制作物である。さらに、グループリーダーとしてグッズ班の全てのことに関わった。

まず、イベントでの制作物である。最初に開催した函館山イベントではポスター作成を行った。私はポスターの作成をするのは初めてだったのでアイデアが乏しかった。そのアイデアをカバーするために一からポスターの知識をネットで検索したり、掲載されているポスターを見に行った。さらに、ポスターを作るためのソフトの知識も同時に学習した。その結果、ポスターは函館山でイカボのイベントを開催することを観光客に伝えたいので、函館山の夜景を背景にし、右側に大きく11号機を置いて、左側に開催場所や日時、時間を掲示することで、観光客が興味を引きやすく、どこで何のイベントが開催しているのかわかりやすくするのを狙いとして制作することにした。ポスターは印刷や教員への最終チェックなどでイベントまでの時間がなかったこともあり、イラストレーターではなく、PowerPointを使って作成した。ポスターをデザインするにはまだまだ勉強不足ということもあり、イラストレーターよりも使用したことがあるPowerPointのほうが良いと判断したからである。そのおかげで期限までにポスターを作成することができ、狙い取りのポスターが完成したので成功といえるだろう。

次に私が主に制作したのはステッカーである。道の駅木古内イベントから、家族連れの方が「ボールペンだと子どもはまだ扱えないから、安くて子どもなどが喜ぶステッカーなどがあれば購入したい。」という要望をいただいた。ステッカーは使用していると周りにも影響してくる。さらに、ステッカーは他のグッズよりも比較的安価に制作することができ、安価ゆえに無料で配布することも可能である。さらに、ステッカーは何にでも張ることができるので、イカボの広告には最適なものだと考えた。以上のことからステッカーを制作した。しかし、ステッカーを制作する会社が海外ということで天候状態で配送の日時が変わることやデザインをメールで送り、発注するまでが遅くなったことから五稜郭イベントには間に合うことができなかった。これは私の発注までの連絡が遅かったからである。もっと時間に余裕を持って発注すべきであった。結果的にステッカーは完成したが配布できていないので、来年のイベント時に活用して欲しい。

また、私は最終発表の時にグッズ班の発表用スライドを作成した。中間発表では最低限の発表用スライドしか作らなかったもので、発表技術の評価が低く、コメントでも「スライドがほしい。」等々の意見が多かった。このことから、最終発表では発表用スライドをしっかりと作成し、発表を聞く人にもわかりやすく、内容が入ってくるようなスライドを作ることを心がけた。その結果、コメントでも「スライドが見やすく内容が入ってくる。」「スライドがシンプルでわかりやすい。」等々多数の評価をいただくことができた。このコメントから、スライドを作成するにあたっての意図が聞く人に伝わっていたのと、中間発表の時よりも発表技術の評価点が高くなっていることから、最終発表のグッズ班発表スライドの制作は成功といえるだろう。

最後にこのプロジェクト学習を通して、グループリーダーとしてメンバーをまとめあげる力と、話し合いの時にメンバーの意見をまとめ、結論までを導く力、物事を行う上で期限まで間に合わせる責任感を養うことができた。また、このプロジェクト学習で特に学んだことは自分がやってきたことを人前で発表する力である。これは、私が一番苦手にしているものだったが、このプロジェクト学習を通して克服することができた。この力は確実に卒業研究の発表や将来就職した後に必要となる力なので、役立てていきたいと考えている。

(※文責：増川聖斗)

## 6.2.2 岩代惟

私ははじめに、グッズ班として今後の計画を立てた。これはやるべきことを確認し、それらをすべて完成させるためである。その結果としてまず、前期は港祭りでの着ぐるみの使用を目標に製作を依頼し、その間はイベントで使用するためのものの製作や生協での販売の準備などを行うこととした。これらは後期のイベントへの準備であり、前期に行うことで後期に生かすことができるからである。後期の計画はイベントに合わせた広報活動のための製作、Webページの作成を行うこととした。Webページの作成を後期に行うこととした理由は、作成するにあたり必要なHTMLの技術が不足しているため、その勉強に時間が必要であると考えたからである。個人の活動としてまず行ったことは着ぐるみ製作の依頼である。着ぐるみ製作には多額の費用がかかるため、慎重に行うことが必要となった。そこではじめに依頼先の選択を行った。これは大学につながるのある業者に依頼することも可能であったが、それには予算よりかなり多額の費用が必要なため、新たに探す必要があるからである。そこで多くの業者を比較し、その中で製作期間が初めに使用する予定であった港まつりに間に合うこと、予算内でできること、詳細な要望に見合うことを基準にベストである業者を選択した。次に教員や選択した業者と密に連絡を取り合い、着ぐるみの生地やなど、よりよいものの完成を目指した。そのほかの活動としてはNHKの「ジューダイ」や函館山での取材、FMいるかの出演など、グループやプロジェクトメンバーの先頭になって次に後期の活動としては、後期からプロジェクトリーダーとなったこともあり、前期に比べより計画や見通しに気を配ることを心掛けた。また前期行わなかった発表会の事前練習を行うことで、質の高い発表を目指した。グループメンバーとしては、Webページの作成を行った。反省点としてはHTMLの知識が足りず、予定よりも時間がかかってしまい完成させることができなかったことである。あらかじめWebページに時間がかかることを想定してはいたが予想を超えることとなってしまった。これは前期から少しずつ書き始めることで1年間かけて行うべきであった。

この1年間のプロジェクト活動を通して、グループ内でのコミュニケーションや話し合いの際には積極的に意見を出し、各メンバーで公平に作業ができるよう役割分担を行った。その中で、前期のグループ内の大きな目標である着ぐるみ製作を中心に言い、着ぐるみ製作の依頼や先方との連携、教授への相談など外部との連絡を取り持った。また、取材の際には積極的に発言をし、グループの先頭に立って活動を行うことができた。さらにメンバーと休憩時に他愛ない話しをするなど、メンバーとの絆を深めた。しかし教員とのコミュニケーションが少なかった。これは基本的にはすべて容認して頂けるという点があり、それに甘えてしまい積極的に連絡することを怠ってしまった。それにより教員とのコミュニケーションをあまりとることができなかったまたポスターの作成を前後期といたが、基本的なイラストレータの使い方がわからず、納得のいくものを製作することができず、発表の際には指摘を受けてしまった。これらは卒業研究や今後の自分の成長に必要であるので今後習得したい。

(※文責：岩代惟)

## 6.2.3 酒井智晴

### 6.2.3.1 プロジェクト内における位置づけ

グッズ班としてIKABOをさらに身近に感じてもらうためグッズ製作を行った。グッズを製作するために必要としたイラストとグッズの種類を決定し、大学生協やオープンキャンパス、未来祭などで実際に販売を行った。イベントで知名度向上につながるように作成したティッシュの裏に入れる広告の印刷、塗り絵やステッカーのイラスト作成を行った。製作したグッズのイベントでの販売方法を考えた。

(※文責：酒井智晴)

#### 6.2.3.2 課題の概要

4、5月:前年度までのIKABOプロジェクトでの活動内容を確認し、活動目標をIKABOの知名度向上と決めた。知名度向上のため、IKABOグッズの製作を決定した。

6月:IKABOグッズのイラストや実際に売れそうなものを考え、様々な発注業者でのグッズ製作の検討を行ったが費用が掛かりすぎるため発注業者に委託することは困難だと考えた。函館山でのイベントの準備として宣伝となるものの作成を考えた。

7月:グッズ製作を実現するため、大学の学生協に協力してもらいグッズ製作を行った。グッズのイラストの決定や販売価格、学生に需要があるグッズの種類を考えた。

8、9月:プロジェクト開始の段階から決定していた、函館港まつりのパレードに参加した。

10月:後期のプロジェクト活動の内容を確認し、イベントでのグッズ販売の方法を考えた。イベントを盛り上げるために必要なものを考えた。

11月:木古内イベント、五稜郭タワーでのイベントに向けた準備を行った。

12月:IKABOの知名度確認のための高校へのアンケートを実施。木古内、五稜郭タワーでのイベントを行った。

(※文責：酒井智晴)

#### 6.2.3.3 担当課題解決過程の詳細

プロジェクト目標の決定を第一に行い、IKABOの知名度向上を目標に設定した。次に、目標達成に向け班決めをし、各班で課題解決のための話し合いを行った。グッズ班では、IKABOのグッズ作成を行うことに決定した。既存のグッズがSUZURIというサイトで販売されていたが、このサイトでの販売方法がwebでの販売のみでグッズ自体も商品を注文されてから製作して販売するという方法だった、それではIKABOの知名度向上にはつながらないと考え、知名度向上のためにはイベントなど、より人に見てもらえる機会が多い場所での販売が必要だと考えた。そのために、グッズ発注ができるサイトへの委託を考え、様々な業者のサイトから実際に売れそうなグッズと製作にかかる費用などを検証し製作を試みたが、費用が掛かりすぎることから業者へ委託することが困難だった。そのため、販売方法の検討から行い、購買での販売を考えた。まず、大学生協の専務との交渉を行った。その中で課題となったことが、プロジェクトでは目標である知名度向上のための商品製作であったが、大学生協は商売での商品製作なので利益を出さなければならないということだった。お互いの課題解決をするために、知名度向上のために手に取ってもらいやすくするため単価を安くすることが必要だと考えた。そのためには、発注数を増やすことによって単価を下げるのが可能だったので発注数を増やした。単価を下げることによって利益の上乗せもしやすくなり、生協側への利益も出すことが可能になった。商品を販売する宣伝方法として、イベントでの販売を考えた。今年のプロジェクト活動では当初より、着ぐるみの製作を考えていた。イベントで着ぐるみを運用し、見に来てくれた人にグッズを販売しようと考えていたがイベントでの営利目的での商品などの販売ができなかった。イベントでのグッズ販売が可能かなどの見通しの甘さがあった。大学生協では、IKABOグッズ販売されていることが目立つように、パネルの設置を試みたがスペースが足りなかつたのでIKABOのイメージキャラクターのイラストなどを張り付け、少しでも見てもらえるようにした。プロジェクト当初より決まっ

ていた函館港まつりへの参加では、イカボ11号機とともに参加した。TVでも放送され、実際に港まつりに参加した人たちや、遠くにいる人にもTVを通して見てもらうことができた。港まつりに向け製作していた着ぐるみも間に合い、パレードに参加することができた。小さな子供から大人まで幅広い方々に人気があり知名度向上につなげることができた。後期からの活動では、どのようにしたらグッズを売ることができるかを考えた。後期では、イベントを多く行うことが決まっていたのでイベントにグッズを持っていき販売しようと考えた。しかし、参加したすべてのイベントで営利目的でのグッズの使用は禁止されていたためグッズを使っての知名度向上はイベント時にはできなかった。未来祭では、はこだて未来大学の三階で実際にIKABOを動かし、グッズも販売することができた。未来祭では、ノートが2冊、メモ帳が8冊、クリアファイルが4枚、ボールペンが28本売ることができた。IKABO11号機は、子供にも大人にも興味を持ってもらうことができるものだったが、子供には動いているロボットという認識しかされていないと思った。そこで木古内、五稜郭イベントでは、子供にもっとIKABOのことを知ってもらいたいと思い、身近に感じてもらうため着ぐるみを使って触れ合ってもらい、IKABOの着ぐるみをイラスト化した塗り絵を作り、塗り絵コーナーを設けて塗り絵をしてもらうことでIKABOを知ってもらおうと考えた。実際IKABOの塗り絵をしてもらった子供にはIKABOを知ってもらうことができたと考ええる。

(※文責：酒井智晴)

#### 6.2.3.4 担当課題の評価

私は今年度の目標であるIKABOの知名度向上が課題であった。そのためグッズを使ってIKABOの知名度向上につなげようとした。前期の活動でグッズを製作し、後期のイベントでグッズを使っての知名度向上を考えていた。しかし、イベントでのグッズの使用が禁止されていたためグッズを使用しての知名度向上はイベント時にはできなかった。未来祭や大学生協でグッズを見た人には知ってもらえたと考える。反省点として、イベントでグッズを使用できるか確認のあまさがあった。来年度、イベントでグッズを使用する場合の注意点など引き継いでいきたいと思った。

(※文責：酒井智晴)

#### 6.2.4 畠山祐樹

自分はまず第一に積極的な発言、意見表明を行った。これは最初のプロジェクト始動時から最後まで心掛け、実行することができたと思っている。プロジェクト始動時は、まだ何をすればよいかかわからず戸惑っていた。これを考え、行動するのはプロジェクトとしての1番の課題である。しかし、本プロジェクトでは、これができたら成果というわかりやすい目標はなく、自分たちで決めた課題設定も「知名度を上げる」という達成までの道のりが曖昧なものにしてしまったため、当初はとても動きづらかったように感じた。そのため、自分はまず思ったことや頭に浮かんだことがあれば紙に纏めたりして発言することを心掛けた。自分の発言をきっかけとして、メンバー内での発言や会話がしやすくなれば良い意見も多く出てくるだろうと考えたのである。実際に自分の発言から生まれた企画もあるし、他の人の発言が良いものと評価されて活動へと移ったものも多くある。

また、実際のイベントでの小物の準備なども担当した。具体例を挙げるならば、まず函館山で配ることを予定していたティッシュに入れるティッシュカードのデザイン、及びカードの裏に書かれたIKABOを簡単に紹介するための短文の文面を考え、準備した。また、IKABOに関する注意事項などがあった方が良いということだったので、持ち運び可能な小さめのホワイトボードの準備、さらにイベントを行う場所では外国人観光客も多いとのことだったので、ホワイトボードには日本語・英語・中国語の3種類の言語を調べ、記述した。

港祭り以降のイベントではIKABOの着ぐるみ「いかぼくん」が完成していたため、それを着た人を近くで支えるサポーターの役割も担当した。主な仕事として、視界が悪いため手を引いてのいかぼくんの誘導や手を振られていたりした場合の方向などの指示、中の人との会話からの交代タイミングの割り出しなどを行った。オープンキャンパスでは、グッズについての説明や購買への誘導などを担当した。五稜郭タワーでのイベントでは、リーダー不在時の観光客の方たちからの質問等への返答や外国人観光客への受け答えとして、使いやすい簡単な英文の用意などを行った。このとき観光客の方から得られた意見は貴重なものであり、自分の考えをより良いものとするのに役立ったため、とても良い経験となった。

また、自分は大勢の前に立っての発表やTV取材など目立つことが苦手なため、それらを他のメンバーに任せることとした。代わりに、自分は主に企画書などの書類作成を担当した。中間発表時は発表用の原稿と、質疑応答における予想可能な質問とそれに対する返答を準備した。結果、質問がこなかったため質疑応答の方は役立ったわけではなかったが、十分な備えができていたと考えている。また、最終発表でも発表原稿の準備を担当した。しかし時間配分をうまくできていなかったため、質疑応答に対する準備はできないまま臨むこととなった。その結果、最終発表では質問がきてしまい、十分な対応ができたとは言えない結果となってしまっていた。そのため、これを自分の反省点の1つとした。企画書の作成は、主に3章で述べた大学生協との共同企画のものである。ここではあまり長すぎず、かつ必要な内容は説明していることに注意して記述した。また、提出するときは自分もその場にいるので、足りない部分は口頭説明で補足することとして、読みやすいものを心掛けた。企画書には、IKABOのグッズを製作したい・購買に置きたい理由や、提示された条件に対する現状で用意できた範囲での回答、当初販売を考えていたグッズの種類及びその原価、その他こちらからの要望や質問などについてを記述した。この経験より、企画書の作成方法について微量ながら学ぶことができたが、報告書を作成している現在から見ると、まだ物足りない内容であったことは否定できない。そのため、これを1つの機会として今後の成長へ繋げるための糧としていきたい。

(※文責：畠山祐樹)

## 7章 今後の課題と展望

今後の課題としては、着ぐるみによる着ぐるみのみのイメージが先行してしまわないように対策を立てることが必要である。これはこれから着ぐるみを活用し行く上で何がメインかを実際に見る人がわかりやすく判断できるようにするために避けて通れないことであるので早急に行わなければならない。今後の展望としては、昨年度の展望としてあげられていたグッズ展開を企業と話し合いの上でタイアップすることが今年度実現しなかったため、今後更なる知名度向上のために実現したい。また、既存のWebページが文字化けしており、今年度は引継ぎのためのアカウントが不明であったため有料版への移行が不可能であった。そのため今後は新規赤字都を作成し新たにWebページを制作したい。さらに今年度末に制作したがまだ使用できていないイカボステッカーの利用方法、売れ残ってしまったグッズの販売方法などを検討していきたい。

(※文責：岩代惟)





## 付録A 相互評価

### A.1 増川聖斗

- ・グループリーダーとして皆をまとめてくれた。メンバー内での話し合いの中で積極的に意見を出してくれた。着ぐるみ制作やポスター作り、ステッカーなど、幅広い仕事に携わってくれた。(コメンター氏名: 畠山祐樹)

- ・決断力があり、グループをしっかりと導いてくれるリーダーだった。(コメンター氏名: 岩代惟)

- ・グループリーダーとして、外部との連絡を取るときは積極的に行ってくれていた。メンバーの意見をまとめ、班の活動では着ぐるみやステッカー作成など行ってくれた。(コメンター氏名: 酒井智晴)

### A.2 岩代惟

- ・グループの中で先頭に立って積極的に意見を出し、話し合いのしやすい流れを作ってくれた。また、着ぐるみやweb制作を行ってくれた。後期はプロジェクトリーダーとして、計画をしっかりと立てて動いてくれた。(コメンター氏名: 畠山祐樹)

- ・プロジェクト目標である知名度向上のために何が必要かをグッズ班として考え、発言し、行動していた。特にwebは昨年の人と連絡を取り合ってより良い物を制作しようと頑張ってくれた。(コメンター指名: 増川聖斗)

- ・プロジェクトリーダーとして、各班に指示を出し活動を円滑に進められるよう動いていた。(コメンター氏名: 酒井智晴)

### A.3 酒井智晴

- ・大学生協とのメールでの連絡や交渉時のサポート、グッズ製作のための発注所探しなどを行ってくれた。また、web制作のときのHTMLの使い方やTwitterの表示のさせ方などを調べてくれた。(コメンター氏名: 畠山祐樹)

- ・困っている時に察して手伝ってくれました。(コメンター氏名: 岩代惟)

- ・与えられた仕事だけではなく、現状で足りないものを自分で考え、行動してくれた。(コメンター指名: 増川聖斗)

### A.4 畠山祐樹

- ・報告書や発表用のポスターや企画書など、自分の強みを生かして頑張ってくれた。(コメンター氏名: 岩代惟)

- ・自分の強みを生かして基本的に全てのことに取り組んでくれた。特に報告書や企画書は企画力や文章力を存分に発揮してくれた。(コメンター氏名: 増川聖斗)

- ・活動内容の記録や、中間発表、最終発表の原稿作成をしていた。(コメンター氏名: 酒井智晴)