

IKABO project

公立はこだて未来大学 2016 年度 システム情報科学実習
グループ報告書

Future University Hakodate 2016 System Information Science Practice
Group Report

プロジェクト名

新大型イカロボの作成と地域振興展開

Project Name

Making New Large IKABO and Regional development expansion

グループ名

運営班

Group Name

Planning and Management team

プロジェクト番号/Project No.10-A

プロジェクトリーダー/Project Leader

1014025 遠藤崇志 Takashi Endo

グループリーダー/Group Leader

1014009 齋藤匠 Takumi Saito

グループメンバ/Group Member

1013148 秋元紳吾 Shingo Akimoto

1013154 佐藤拓也 Takuya Sato

1013189 飯島結 Yu Iijima

1014025 遠藤崇志 Takashi Endo

1014189 明神朱音 Akane Myojin

1014226 菜原寧花 Shizuka Nahara

指導教員

松原仁, 鈴木恵二

Advisor

Hitoshi Matsubara, Keiji Suzuki

提出日

2017 年 1 月 18 日

Date of Submission

Jan. 18, 2017

概要

このプロジェクトでは、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用ロボット **IKABO** を制作してきた。私たち運営班は多くの人々に **IKABO** の存在を知らせることにより、結果として函館の知名度を上げる事ができると考えている。運営班は 3 つチームに分かれている。まず、映像チームはその手段として、**IKABO** のグッズや動画を作成し函館の知名度をあげることを目標に活動している。次にデザインチームは、函館を盛り上げるための **IKABO** イベントの企画及び運営を行っている。最後に渉外チームはデザインチームが考案したイベントの打ち合わせや広告活動など、外部との折衝を主な活動としており情報の窓口としての機能を有している。

キーワード 函館観光用ロボット **IKABO**, 渉外, グッズ, 動画, 企画, 運営, 知名度

(※文責: 飯島結)

IKABO project

Abstract

This project has solution of decreasing tourist, it is making IKABO for tourism rehabilitation. We think that if we let everybody know IKABO, Hakodate will become known better. Operation team can be separated three teams, movie team, design team and extracurricular team. The goal of movie teams raising Hakodate's profile by goods of IKABO and movies. Design team activities are thinking about the planning of the event which is IKABO looking for publicity and operating events. Extracurricular team activities are meeting of events and advertising activities. This team is in charge of public relations.

Keywords: IKABO, goods, extracurricular, movies, planning, operation profile

(※文責:佐藤拓也)

目次

- 1章 はじめに
 - 1.1 背景
 - 1.2 プロジェクト開始時の現状と問題
- 2章 課題の設定と到達目標
 - 2.1 今年度の課題
 - 2.2 到達目標
- 3章 チーム課題解決のプロセス
 - 3.1 前期の活動
 - 3.1.1 企画運営班
 - 3.2 後期の活動
 - 3.2.1 デザインチーム
 - 3.2.2 渉外チーム
 - 3.2.3 映像チーム
- 4章 個人課題解決のプロセス
 - 4.1 齋藤くん
 - 4.1.1 プロジェクト内における役割
 - 4.1.2 課題の概要
 - 4.1.3 担当課題解決過程の詳細
 - 4.1.4 担当課題と他の課題の連携内容
 - 4.1.5 担当課題の評価
 - 4.2 遠藤崇志
 - 4.2.1 プロジェクト内における役割
 - 4.2.2 課題の概要
 - 4.2.3 担当課題解決過程の詳細
 - 4.2.4 担当課題と他の課題の連携内容
 - 4.2.5 担当課題の評価
 - 4.3 秋元紳吾
 - 4.3.1 プロジェクト内における役割
 - 4.3.2 課題の概要
 - 4.3.3 担当課題解決過程の詳細
 - 4.3.4 担当課題と他の課題の連携内容
 - 4.3.5 担当課題の評価
 - 4.4 飯島結
 - 4.4.1 プロジェクト内における役割
 - 4.4.2 課題の概要
 - 4.4.3 担当課題解決過程の詳細
 - 4.4.4 担当課題と他の課題の連携内容
 - 4.4.5 担当課題の評価

IKABO project

4.5 佐藤拓也

- 4.5.1 プロジェクト内における役割
- 4.5.2 課題の概要
- 4.5.3 担当課題解決過程の詳細
- 4.5.4 担当課題と他の課題の連携内容
- 4.5.5 担当課題の評価

4.6 明神朱音

- 4.6.1 プロジェクト内における役割
- 4.6.2 課題の概要
- 4.6.3 担当課題解決過程の詳細
- 4.6.4 担当課題と他の課題の連携内容
- 4.6.5 担当課題の評価

4.7 菜原寧花

- 4.7.1 プロジェクト内における役割
- 4.7.2 課題の概要
- 4.7.3 担当課題解決過程の詳細
- 4.7.4 担当課題と他の課題の連携内容
- 4.7.5 担当課題の評価

5章 まとめ

5.1 成果

5.2 成果の評価

6章 中間発表会・成果発表会での評価

6.1 中間発表会の評価

- 6.1.1 集計
- 6.1.2 解析
- 6.1.3 検討
- 6.1.4 評価

6.2 成果発表会の評価

- 6.2.1 集計
- 6.2.2 解析
- 6.2.3 検討
- 6.2.4 評価

7章 今後の課題と展望

1章 はじめに

1.1 背景

そもそも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 ほどのイカロロボ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。私たち運営班は、これらの IKABO を使いどのような観光アピールができるのか企画、運営をする班である。

(※文責：飯島結)

1.2 プロジェクト開始時の現状と問題

前年度までの運営班は、グッズやイベントの運営など様々な活動を行っていたと考えられる。しかし、詳細なことは引継ぎが不十分であった為前年度までの成果について私たちは十分に把握できていない。引継ぎが不十分であったことはプロジェクト開始時に大きな問題の原因となった。まず、私たちは実際に作業する際にすべての作業がほぼ手探りの状態となってしまった。さらに、IKABO をアピールする上で重要な宣伝方法も確立されたものがなく、アピールの手段から考えなければいけない状態であった。また、11 号機に開発が今年度からであったこともあり現状で稼働するのは 1 号機のみであった。

(※文責：飯島結)

2章 課題の設定と到達目標

2.1 今年度の課題

今年度の運営班は18歳以下の函館市民に対してIKABOの知名度を上げることが課題として設定した。このような課題を設定した理由は3つある。1つ目は拡散力をあげる為である。現在、スマートフォンの普及などによりTwitterやFacebookなどのSNSが身近な情報源となりつつある。特に若い層のスマートフォン普及率は増加しており、SNSの利用率も増加傾向にある[1]。そこで18歳以下に着目し、SNSに拡散を期待した。また、これから社会の中心になる若い層をターゲットにすることで結果的にIKABOの知名度が上がるのではないかと考えた。2つ目はターゲットを出来るだけ狭める為である。1年間という短い期間を考えた際に、ターゲットを絞ることでより効果的に活動できると考えたからである。3つ目は函館でのIKABOの知名度が低い事である。今年度はプロジェクトを始める際に情報が少なかったことから近隣の高校にアンケートを取った(図1)。結果は、函館の観光アピールをするための目的で作られたロボットであるにも関わらず函館でのIKABOの知名度は低いという事がわかった。私たちは地元に着しているものでなければ外部へのアピールは難しいと考え、まず函館での知名度を上げることを課題に追加した。

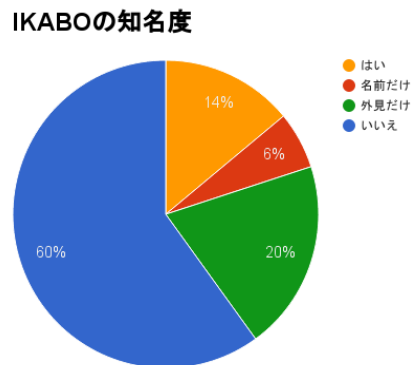


図1：IKABOの知名度調査(2016年4月実施)

(※文責：飯島結)

2.2 到達目標

今年度設定した課題の到達目標は、以下のように設定した。まずIKABOの知名度についての課題は、アンケートでの知名度を50%以上にすることを到達目標とした。次に引継ぎについての課題は、引継ぎの際に使用する資料や説明をお互いに評価し全てを伝えることが出来れば到達とした。またこの課題については実際に次年度の学生に評価してもらい、その評価については次年度の学生が引継ぎをする際に使用してもらおうと考えている。

(※文責：飯島結)

3章 チーム課題解決のプロセス

設定した課題解決のため前期は班ごとに、後期はチームごとに活動した。

3.1 前期の活動

3.1.1 企画運営班

プロジェクトを始めるにあたり、今年度の目標に合わせた活動案を企画運営班と映像班とで持ち寄って共有した。案は、IKABOの動きをよりイカに似せていくためのものや、プロジェクト開始時点ではまだ動くことが出来ていなかったIKABOをどう宣伝していくかというものなど数多くあった。出た案を制作班・企画運営班・映像班の3班が担当できるもので振り分けた。企画運営班では、IKABOの知名度を上げることを目標に、イベント実施やPR媒体作成、制作班の補助の3つの活動を行った。

イベント実施：IKABOの知名度が低いこと、11号機が動いていないことから、1号機を使用してのイベントの企画を主に行うことにした。例年6月に参加していた花と緑のフェスティバルに今年は呼ばれなかったため、代わりに実施できるイベントを探した。調査を進めると、函館市内には多くの子供たちが参加するロウソクもらいという行事があることがわかった。この行事に倣ったイベントを実施することで、多くの人にIKABOのことを知ってもらえるのではと考え、イカボたなばたイベントの開催を決めた。開催場所は立地面と費用面から、五稜郭タワーとした。イベントは194人の子どもたちに参加してもらい、IKABOの知名度を上げる効果があったと考えられる。また、他に8月の港まつりと9月の北海道管工事業協同組合からの依頼イベントの参加を決定した。

PR媒体作成：ロゴ作成、Webページ作成、キャラクター作成、イベントで用いる配布物作成を行った。ロゴの作成は、班内でアイデアを出し合い他の班の人からも意見をもらいながら考えた。最終的には、IKABOプロジェクトを象徴するものとして、北海道新幹線のカラーとIKABOの故郷である函館を意識して作成した。Webページの内容は、全国の方の目に付くものであるため、IKABOプロジェクトの概要やIKABOのPR動画、函館の有名な観光スポットなどとした。IKABOを知ってもらうと同時に函館について興味を持ってもらえるようにした。Webページに用いる写真は映像班に撮ってもらったものを使用した。IKABOを知るための入口としての役割を果たすためのキャラクター作成も行った。ロボットという、人によっては堅いイメージを持ってしまうものであるIKABOをキャラクター化し、動画やグッズに使用することで、親しみを持ってもらおうと考えた。しかし、他の活動に追われてしまい、前期にキャラクターの作成を終わらすことが出来なかった。前期作成した配布物は、通年使えるビラ、イベントで使用する折り紙が出来るビラ、の2つである。通年使えるビラは、IKABO11号機の完成やIKABOプロジェクトの概要について迫力のあるデザインで伝えられるものが作成できた。イベントで使用するビラは、イベントの参加者は子どもが多いという見込みから、普通のつまらないビラではすぐに捨てられてしまうことが危惧された。その問題を解決ため、見た後に折って遊べるビラを試行錯誤して作成した。

制作班の補助：制作班と協力しIKABO11号機の腕の先端の制作に参加した。IKABO11号機的设计図を元にカラーコーンを切断した後に11号機の本体の色である銀色に塗装、カラーコーンの根本部分に穴を開けて11号機の骨組み部分にネジを通せるように加工して完成した。腕のほかに、目を完成させることを前期中の目標としていたが、IKABOの頭の部

IKABO project

分に穴をあけると取り返しがつかなくなることに躊躇してしまい完成させることはできなかった。

(※文責：明神朱音)

3.2 後期の活動

前期の活動から、外部との交渉が増えたことにより情報のやり取りをより円滑に行う必要がある、ということがわかった。そのため、後期の初めに班を再構成した。外部との交渉やプロジェクト内への情報伝達を行う渉外チームを新しく設け、前期に企画運営班が行っていた活動をデザインチームと渉外チームに振り分けた。後期も前期に引き続きイベントの実施や制作班の補助を行った。また、前期に作成した PR 媒体を、後期は実際に公表し、多くの人に知ってもらえるよう積極的に活動した。

(※文責：菜原寧花)

3.2.1 デザインチーム

デザインチームは、イベント企画運営、広報活動、アンケート調査の3つを担当した。

イベント企画運営：今年度は、「コミュニケーション型」、「インタラクティブ型」、「SNS 連携型」の3つの形式を考え、実施した。このイベント形式は、来年度以降も雛型として活用することができる。前期はコミュニケーション型イベントとして、たなばたイベントを開催したため、後期はインタラクティブ型と SNS 連携型のイベントを行うこととした。インタラクティブ型のイベントとして、10月15日にははこだてみらい館オープニングセレモニーに参加した。はこだてみらい館が制作した PR 動画に IKABO1 号機が登場しているためか、1号機を常設展示としてお借りできないかとお誘いを受けることができた。オープニングセレモニーの際には私たちプロジェクトメンバーも参加し、IKABO を PR した。はこだてみらい館のコンセプトにも合わせ、テーマを「体験」、コンセプトを「IKABO を動かしてみよう！」に設定した。IKABO1 号機の前にタッチパネルを設置し、お客さんが自由に IKABO を動かす体験ができるようにした。たなばたイベントの際には IKABO が突然動き出すことを怖がる子どもが多くいたが、今回は自分で動かせるようにしたため怖がる子はいなかった。タッチパネルを用いた体験スペースを設置するだけでなく、IKABO に簡単な会話をさせたり、IKABO の仕組みや成り立ちがわかるパネル・動画の展示やチラシ・シールの配布を行ったりした。このイベントでは 164 人の方に IKABO と触れ合ってもらえることができた。SNS 連携型のイベントとしては、11月5日に北海道おもてなしステーションへの参加を考えていた。このイベントへの参加は悪天候のため中止となってしまった。北海道おもてなしステーションのテーマが食と観光であったため、イベントのテーマを「観光」、コンセプトを「IKABO と写真を撮ろう！」に設定した。IKABO のキャラクターや新幹線のイラストを描いた自撮りアイテムを作成し、それらを手に持って写真を撮ってもらえるようにした。写真を SNS に投稿してくれた人には、IKABO のシールのプレゼントに加えあめすくいどりの特典を設けた。ほかにも、IKABO の紹介パネルの設置やグッズ販売を予定していた。このイベントでは IKABO チョコを新たなグッズとして販売する予定であったが、パッケージを自由に編集できるチョコレートの取り寄せが想像以上に時間がかかり、イベントに間に合わせるができなかった。デザインチーム

IKABO project

では、イベント企画の他にも、イベントで使用するパネルやグッズ、資料の作成等も行った。

広告宣伝活動：ポスティングと置きチラシを主に行った。ポスティングは、小中学校が密集している地域に計 8000 部を配付した。置きチラシは、市内の施設 17 か所に依頼をし、10 か所から許可をいただいた。計 1010 部のチラシを置いてもらうことができた。前期から使用しているチラシをデザインし直し、よりわかりやすいチラシに改良した。印刷会社やポスティング会社への依頼、各施設への依頼を担当した。また、前期に引き続き、Web サイトの更新も行った。

アンケート調査：ターゲットである市内の小中学校・高校の中から数校選び、アンケートを行った。4 校 1952 人から回答をいただいた。アンケート用紙の作成や各校への依頼、アンケートの回収を担当した。

(※文責：菜原寧花)

3.2.2 渉外チーム

渉外チームは、主に外部との連絡を中心に活動した。イベント会場の方や主催者とのメールや電話でのやりとりや、イベント会場の下見、打ち合わせに参加した。イベントの開催前には Twitter を更新し、宣伝活動を行った。また、制作班のシステム開発の補助もしており、アルゴリズムの構築も受け持った。

(※文責：菜原寧花)

3.2.3 映像チーム

映像チームは IKABO プロジェクトや IKABO を PR する動画の制作と IKABO を模したキャラクター作成及びそのキャラクターを利用したグッズの作成を行った。前期には動画制作にあたってコンセプト決めをし、1 号機制作に関わった方々へのインタビューを行った。また、イベント時には記録撮影も担当した。港まつりや、たなばたイベントの映像を使いオープンキャンパスでの高校生向け動画も制作し、後期には制作した動画を YouTube で公開した(図 2)。

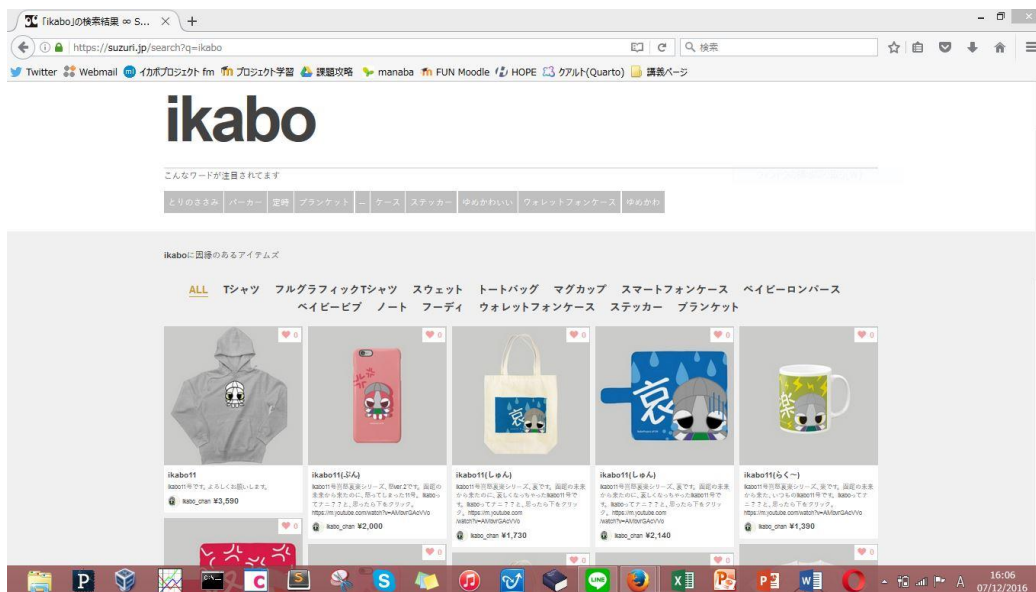


図 2：YouTube での動画公開

(https://www.youtube.com/channel/UCL3gPItx9d8mZRrY2al_60A)

IKABO project

今年度制作した動画は大きく分けて2つある。1つ目の動画はIKABOプロジェクトの成り立ちの説明と11号機のPRを目的とした動画であり、2つ目の動画はIKABO1号機の機能紹介動画になっている。1つ目の動画では、IKABOが市民の会の方からの依頼で作られ始めたことや制作に関わった教授方のインタビュー、11号機が今年度完成し港まつりに参加したことなどがまとめられている。この動画はIKABOを知らない人たちにIKABOとは、IKABOプロジェクトとは何かを知ってもらうと同時に11号機のPRをするという狙いがある。長さは7分となっており、見やすい長さを意識している。2つ目の動画は2分という短い時間で1号機の機能を紹介するものとなっている。これにより1号機がどのような動きをするのか簡単に知ることが出来る。さらに、この動画をイベント企画で先方へのプレゼンテーション資料として使用することも検討している。グッズ制作はキャラクターの制作からグッズの販売までをほぼ全て映像チームが行った。キャラクター制作については、前期に行われたアンケートや論文などから特徴をキャラクターに取り入れた[2][3]。キャラクターは、基本となる表情を4種類完成させた。表情4種類を使用したデザイン2パターンと、更に違う1パターンのデザインを制作し、全部で9種類のグッズデザインをした。この9種類のデザインから現在45種類のグッズを販売している。グッズ制作については、suzuri(※1)というサイトでの完全受注生産制のネット販売方式を取った(図3)。



倉庫に過去に制作したのであろうグッズが残っていたことから、在庫を抱えるような方法は最善ではないと考えたからである。グッズは展示用に実際に注文した。今後はこれを展示し、大学生協での販売をしたいと考えている。

(※文責：飯島結)

4 章 個人課題解決のプロセス

4.1 齋藤匠

4.1.1 課題の概要とプロジェクト内における位置づけ

前期は企画運営班に所属。イベントの総責任者として、大学からの搬入物リストの作成やイベント当日のスケジュール管理、IKABO 宣伝文章の作成を担当した。後期は渉外チームに所属。外部との連絡を行い、イベント会場の下見や当日参加、イベントの企画にも参加した。

(※文責：齋藤匠)

4.1.2 課題の概要

プロジェクト開始段階で前年度のデータが参加したイベントの不完全なデータや作成したグッズが少し残っているだけだった。さらに、港まつり以外の去年参加したイベントから参加要請を受けず、新たなイベントを自分たちで画策するしかなかった。そこで、自分の課題として、地域振興のための企画運営と同時に IKABO の認知度や過去のデータの検索、グループリーダーとして企画運営班の統括である。

(※文責：齋藤匠)

4.1.3 担当課題解決過程の詳細

4,5 月：データが全く無かったことから、函館でどのようなイベントが行われているのか Web サイトを活用し検索することから始まった。これは、イベントを調べることで、IKABO が参加できそうなイベントやどのようなイベントを企画すると受け入れられるのかを考察するためのものである。また、IKABO の過去のデータを検索し、どのような経緯で IKABO が制作されたのか、IKABO の歴史等の検索も並行して行った。その上でイベントの企画を行った。そこで、IKABO1 号機を使って「イカボたなばたイベント」を企画し実行することになった。イカボたなばたイベントとは、函館にある「ロウソクもらい」という 7 月の七夕の時期に子どもたちが各家庭や店に立ち寄り、ロウソクもらいの歌を歌うことでロウソクとお菓子を貰うという函館独特のイベントに IKABO もあやかり、子どもたちに IKABO の前で歌ってもらいお菓子とロウソクをあげて IKABO と触れ合って貰い、IKABO の知名度を上げると同時にすでに参加が決まってきた 8 月の港祭りへ IKABO11 号機が参加することを宣伝することを目的としたイベントである。

6 月：「イカボたなばたイベント」を開催する際の場所を考察した。案として浮上したのが MEGA ドン・キホーテ前、亀田福祉センター、大門前、五稜郭タワーである。亀田福祉センターは IKABO1 号機が建物の入り口が 1 号機より小さかったことと駐車場の場所貸し出しが禁止されていたことから断念した。MEGA ドン・キホーテは、店の前が広く、多くの人が集まり周りに小学校も多かったことから多くの小学生が通ると画策したが、貸し出しのための費用が多額であることから断念。大門前と五稜郭タワーの 2 択になったが、観光施設ということで人が多く集まると同時に近くに小中高校が多く集まっていた五稜郭タワーをイベントの開催地を選んだ。また、制作班と協力し IKABO11 号機の腕の先端の制作に参加した。IKABO11 号機の腕の先端を協議した結果 IKABO1 号機を見習い、カラーコーンを使用することに決定した。カラーコーンを購入後、IKABO11 号機的设计図を元にカラーコーンを切断した後に 11 号機の本体の色である銀色に塗装、カラーコーンの根本部分に穴を開けて 11 号機の骨組み部分にネジを通せるように加工して完成した。また、4,5 月に行ったデータ検索の結果を元に IKABO の PR 文章を作成した。これは HP やチラシに使われた。HP には IKABO とは一体何なのか、イカボプロジェクトの概要、IKABO の制作過

IKABO project

程やその歴史、函館の概要の文章を作成し、掲載されている。チラシには IKABO とは一体何なのか、イカボプロジェクトとは何なのか、IKABO の目標を子供にわかりやすいように文章を作成し掲載された。

7 月：イカボたなばたイベントの実行月である。自分はこのイベントの総責任者として責務を果たした。主な内容として、前日までの搬入する荷物等の最終決定、当日の全体指揮、イベント中の呼び込みや宣伝、イベント後日の IKABO 運送の手伝いを行った。イベント前日には子供達にあげるお菓子の袋詰とチラシの貼付けを約 200 セット行った。イベント当日には五稜郭タワーで子どもたちにお菓子を配り、IKABO と子どもたちが記念写真を撮ったり、予め用意していた IKABO の音声を流すことで子どもたちと疑似的に会話したりすることでふれあい、お菓子と一緒にチラシを渡すことで IKABO が港祭りに参加することを宣伝することができた。このイベントでは多くの子供達に楽しんでもらうことができたと思う。

8 月：プロジェクト開始当初から決まっていた港祭りのパレードに参加し、その 3 日目の夜のパレードに参加した。IKABO11 号機を乗せた山車の上で動く IKABO11 号と共にイカ踊りを踊った。その様子は北海道新聞に掲載され、NHK で報道された。街道には IKABO の写真を撮る人が見られ、IKABO が通る際に歓声が上がっていた。このことから函館の人には IKABO を印象づけることができたと思う。

10 月：指導教員の松原先生が持ちかけたイベント案を元に、新たに行うイベントの企画を行い、それに伴い外部との交渉を行った。そして、10 月 15 日にオープンしたはこだて未来館のオープニングセレモニーに参加することになり、イベント前日に会場を下見に行き IKABO1 号機の点検に立ち会った。そして、イベント当日に IKABO1 号機を使用しイベント参加者に IKABO を広めることができた。また IKABO1 号機はそのまま 3 ヶ月ははこだて未来館に展示してすることになった。このことによりより多くの人に IKABO を知ってもらうことができると言える。

4.1.4 担当課題と他の課題の連携内容

前期は函館や IKABO についてのデータ収集及び IKABO の PR 文章の作成と IKABO11 号機の腕のパーツを制作班と協力し、取り付けに参加した。そして、イカボたなばたまつりの総責任者として責務を果たした。

(※文責：齋藤匠)

4.1.5 担当課題の評価

イベント・IKABO 調査：函館市内のイベントと IKABO の歴史について Web サイトを主に活用して調査した。このことにより存在しなかった IKABO のデータやよく知らなかった函館市内のイベントについて知ることができ、どのようなイベントを企画運営したら良いのか、IKABO がどのような経緯を辿って制作されたのか、イベントを行ってきたのか学ぶことができた。これを元に IKABO の PR 文章や HP の文章を作成することができた。

イカボたなばたイベント：今年度の本プロジェクトで初めて自分たちで企画運営を行ったイベントである。ターゲットであった小学生にも好評であった。しかし、子どもたちが多く出歩く時間の推測を間違えたことで多くの子供達が IKABO と触れ合うことができたのはイベントが終了する寸前であった。このことについて五稜郭タワーの責任者から宣伝開始時期の遅さや宣伝方法についての指摘を受け、リサーチ不足であるという意見を貰い、イベントを企画するに当たってのアドバイスを貰うことができた。

IKABO project

前年度からのデータがほとんどない状態で1つのイベントの企画運営と2つのイベントに参加することができた。その結果、夏と冬に行ったIKABOの知名度調査でもIKABOの知名度が6%向上するという結果だった。地域振興を行うという目標はある程度達成したと言える。また、グループ内でも致命的な分裂もなく、プロジェクト中に大きな問題も発生することがないままプロジェクトを終えることができたことからグループリーダーとしての統括という目標も達成した。来年度以降の本プロジェクトも知名度の向上に努めてほしい。

(※文責：齋藤匠)

4.2 遠藤崇志

4.2.1 プロジェクト内における位置づけ

第一にプロジェクトリーダーとして、企画運営班、制作班、グッズ・映像班全ての班の活動を把握することに努めた。前期は企画運営班内でも企画班に所属しており、制作班の開発進度やグッズ・映像班の制作物に合わせたイベントの企画をした。また、前期はプロジェクトリーダーとして、後期は渉外班として1年を通してイベント会場の人たちなど、外部の人との連絡を担当した。また、制作班のシステム開発の補助もしており、アルゴリズムの構築も受け持った。

(※文責：遠藤崇志)

4.2.2 課題の概要

企画運営班としてだけではなく、本プロジェクト全体の大きな問題として引継ぎ資料がほぼなかったことがあげられる。昨年度のグーグルドライブのファイルは引き継がれていたものの、それ以前のデータが一切残っていなかった。今年度で10年目のプロジェクトなのにもかかわらず、去年一年分のデータしかなく、活動ごとの反省などもなかったため、今までの活動から対費用効果の高い活動などを分析することができなかった。また、繋がりのある組織についても分からず、周りの協力を得る事が非常に難しい状態から始まってしまった。そのため、地域振興のプロセスをどの段階から始めればいいのかあまりわかっていなかった。そのため、自分の担当課題はイカボを函館の観光資源にするまでに必要な過程を見つけ、それに伴う課題を解決すること。プロジェクトリーダーとして、プロジェクトとしてあるべき組織づくりをすることとする。

(※文責：遠藤崇志)

4.2.3 担当課題解決過程の詳細

イカボを観光資源にする過程を明確にするという課題では、ほぼ全てが手探りで始まってしまっていたこのプロジェクトだが、コンセプトが「イカボを函館の新しい観光資源にする」ということと、イカボ11号というものが昨年度のプロジェクト活動で作成されていることがとりあえず分かっていた。また、イベントの出演依頼が港まつりと、国際ホテルから来ていた。そのため、地域振興の大前提である「地域特有の武器」についてはイカボを利用すればいいと分かった。しかし、昨年度作成されたイカボ11号はプロジェクト開始時点ではオブジェクトとしての機能しかなく、可動部を動かすためのシステム開発はされていなかった。さらに、イカボを函館の新しい観光資源にするとして、現状の知名度や世間の期待度、世間に周知させるためのメディア利用がどこまでできるのかが分かっていた。そこで、まずイカボ自体のコンセプトを調査することにした。これはグッズ・映像班の秋元、飯島の二名がイカボにかかわってきた本大学の教授方にインタビューした。そこで分かったのは、イカボはロボットとしての機能はあまり重要ではなく、メディアと

IKABO project

しての機能をより強くしたロボットであることである。リアルなイカを作るのではなく、デフォルメされたキャラクターとしてのイカボであるらしい。それをもとに、本プロジェクトのターゲットを決めることにした。どの層により強く宣伝していくのかを決めることによって、これからの活動方針を定めていった。そこで、ネットを多く利用する若者をターゲットとすることに決めた。メディアとしての機能を強く持たせるのであれば、SNSなど、最新のメディアを多く利用する若者をターゲットとするのが自然だと考えた。また、大人はわざわざターゲットに設定しなくてもイカボを取り上げるだろうという打算も込みで、若者をターゲットにした。次に現状把握をすることにした。函館市内（西部地区）の高校にアンケートをしたところ、現状、函館市内でさえもイカボの知名度は高くないことが判明した。なんとイカボを知っているのは約34%と半数にも満たないことが分かった。そのため、イカボを観光資源にするためには致命的に知名度が足りないと考えた。また、本年度の活動目的をイカボの知名度を向上させることとした。そのため、若者が多く来る時期、場所でのイベントを企画することにした。そこで私たちが提案したのが、五稜郭タワーでの「イカボたなばたイベント」である。函館にはロウソク貫いというお菓子を配るイベントがあるらしく、親子連れの人たちや小中学生など、年齢問わず多くの人があるらしい。五稜郭タワーはもともとロウソク貫いを開催しており、集客効果は高いと考え五稜郭タワーでのイベントを企画した。しかし、イカボ11号その段階では動かしておらず、1号機を利用してのイベントとなった。その際、私が五稜郭タワーへの参加依頼、打ち合わせなどを行った。また、七夕は港まつりの1か月前であり、宣伝にはいいタイミングであるため、港まつりにイカボ11号が参加する旨も併せて宣伝した。イベントには200人以上の動員があり、港まつりへの参加の宣伝と小中学生へのイカボの周知ができたのではないかと考える。港まつりでは8月3日夜に行われた五稜郭前のいか踊りパレードに参加した。パレードのコースには多くの観客がおり、五稜郭付近の多くの人にイカボ11号の雄姿を見せることができたのではないだろうか。また、自分の伝手を辿ってNHKへと出演依頼をし、イカボの歴史、現状、今後の展望などを事前取材で話し、港まつり終了後にカメラを利用した撮影を行い、NHKの地域特有の祭りというコーナーで取り上げて貰った。また、松原先生の伝手のため自分の仕事ではないが、プロジェクトリーダーとして北海道新聞の取材もパレード開始前に受けた。それらにより、日本全国にイカボ11号の登場を知らせることができた。九月には国際ホテルでのイベントが依頼されていたが、先方の都合により中止となった。また、9月2日に開催された企業説明会では、イカボ1号を持っていき、実物を見せながらイカボの歴史や機能、今後の展望などを説明することができた。その際に動画を流していたが、会場内の雑音と動画自体の音量の少なさにより音声がかき消されて観客に聞こえていなかった。それにより、字幕などの音声がかき消されても内容が伝わる演出の重要性に気付かされた。同月3日に開催された札幌での公立はこだて未来大学オープンキャンパスでは、高校生やその親へイカボの説明だけでなく大学進学に関する相談を受けた。次に10月15日にオープンしたはこだてみらい館のオープンセレモニーに出演することになった。その際にも私は渉外担当として主催であるソニーの担当者に参加に関しての諸々の打ち合わせを行った。このイベントのコンセプトは「体験」であり、来場者がイカボを動かせるようにイカボの腕の稼働域内に観客が入り込まないように配置などを考慮した。オープン当日は約100人程度にイカボのブースに立ち寄って貰うことができ、さらにみらい館に継続してイカボ1号を置かせてもらえることになったため、継続して駅前のみらい館でイカボの宣伝をすることができるようになり、観光客が実際に動かすことができる体験型のコンテンツとして本来あるべき「メディアとしてのイカボ」というものの一つの完成形へとたどり着くことができた。本プロジェクト最後のイベントとして、新函館北斗駅で開催されていた「北海道おもてなしステーション」への参加を決めた。このイベントの

IKABO project

コンセプトは「SNS との連携」で、来場者とイカボで写真を撮れるようにし、SNS へとアップしてもらうことで自分たちのコミュニティ外、イベントの集客範囲外の人たちにも情報を拡散させることを目的としている。残念ながらイベント当日が雨の予報になり、イカボ 11 号を故障させるわけにはいかないためイベントへの参加を中止した。しかし、イベントの形式、モデルを考案したことにより来年度以降のプロジェクトで利用することができるようにできたことが収穫となっているため、一概に無駄とは言えない。また、本年度の活動内容を決定するために、全四回開催された街づくりセミナーというものに参加した。そこでは地域振興における考え方や、手順などを様々な講師から聞くことができた。さらにそこには函館市内の企業の社長が多く来ており、人脈を広げることができた。次に組織づくりだが、まず四月時点で私は引継ぎ資料がないことに問題があると考えた。なぜなら、今年で 10 年目のプロジェクトであるはずなのに活動資料が昨年度の分しかなく、その活動資料もまとめられていないため、本年度活動する私たちがどこに何のデータがあるかが分かりにくく、活動の概要も書かれておらず、ほぼ 0 から活動をしなければいけなくなったからである。本来であれば、10 年分すべての活動資料があり、すべての年で活動の概要が書かれており、継続してすべき活動や、今後の課題などがまとめられているはずである。そうすると、継続して同じ場所でイベントを行うことにより本プロジェクトと外部とのつながりが強くなることに加え、この時期にここに行けばイカボに会えるといった世間側のルーティン化にも繋がるため活動がしやすくなる。それが無いというのは本来あってはいけないと私は考えている。そのため、引継ぎ資料の重要性をまずプロジェクトメンバーで共有した。次に活動内容である。私たち企画運営班の活動内容はイベントの企画運営だが、どこの組織でも企画する人間の中に自分が考える最大しか見えていない制作側の事情を考えない人間というのが一定数存在する。本プロジェクトで例えるなら実装が間に合わない機能をイベントで使おうとしている企画がこれにあたる。こういうことをしてしまうと、制作班とグッズ映像班への負担が非常に大きくなってしまい、班間での不和を生じさせる原因になってしまうため、企画段階でできそうなことを制作班に確認させるようにした。しかし、イベントの前日にイカボの音声や映像の依頼をしてしまった人がいるため、もっと強く認識させるべきだったと反省している。最後に情報共有だが、前期の活動ではイベントの参加依頼、必要な物品のリストアップ、会場の人との打ち合わせをプロジェクトリーダーとしてすべてこなしていたため、プロジェクトメンバーには当日の動きだけの情報伝達でよかった。しかし、後期になってイベントの企画と物品のリストアップを班内のほかの人がやることになった。そのため、本来ならどんなイベントを企画しているのか、どんな物品をこちらで用意しなければいけないのか、先方から借りるのか、その物品は何に使うのか、だれが手配するのかを明確にし、外部との連絡を担当している私に説明してもらうべきだったが、情報共有の重要性を私が伝え忘れていたため、資料と口頭の両方による説明してもらうことができず、詳しい情報を私が持たないまま外部の人と連絡を取ることになってしまった。今後はリストアップした人がこちらで用意できる物品の手配までやっしまい、先方から借りる物品のみ確実な説明をした後で渉外担当の人間が話をするのがスムーズな運営になると考える。情報共有に若干甘さはあるが、1 年ごとにメンバーが変わってしまうため、私たちのチームワークをこれ以上強化しても来年以降に影響を及ぼさないことと、最重要ともいえる引継ぎ資料を各班に現在作らせており、システム開発の過程などの今後の活動の指針となるもの、私が作っているものには引継ぎ資料や情報共有の重要性などを書いたものがあるため、あるべき組織づくりという課題はある程度達成したと考える。

(※文責：遠藤崇志)

IKABO project

4.2.4 担当課題と他の課題の連携内容

私が担当していたのは組織づくりや全体通して各所との連絡が主となっていたため、ほぼすべての活動を把握し、連携する必要があった。その中で特に11号機のシステム開発の進捗を細かく把握し、実現可能なイベントの企画をした。また、制作班のシステム開発の補助も担当した。

(※文責：遠藤崇志)

4.2.5 担当課題の評価

私が本プロジェクトで到達目標としていたイカボを函館の観光資源とするための過程の考案とそれに伴う課題の解消では、一年間活動し、活動終了時に美原の中小高校にアンケートを実施した結果、当初より6%増加し、約40%になった。また、本年度のイベントは五稜郭付近でしたものが多かったため、五稜郭付近の学校でアンケートを実施するともっと知名度が高くなることが考えられる。これらのことから、当初の目的としたイカボの知名度の向上はある程度達成したといえる。来年度以降でも継続してイカボの知名度の向上を図ってほしい。連綿と続くことのできる組織づくりといった部分は達成したと言ってもいいのではないかと考える。引継ぎ資料の作成を徹底し、来年度以降のプロジェクトメンバーが活動を開始しやすい環境を作ることが概ねできたのではないかと考えている。プロジェクト学習では1年ごとにメンバーが変わってしまうため、私たちのチームワークをこれ以上強化しても来年度以降に影響を及ぼさないことと、最重要ともいえる引継ぎ資料を各班に現在作らせており、システム開発の過程などの今後の活動の指針となるもの、私が作っているものには引継ぎ資料や情報共有の重要性などを書いたものがあるため、あるべき組織づくりという課題は達成したと考える。実際に来年の人たちが今年度作成した作成資料を見て感想を貰わないと達成したかどうかはわからないが、引継ぎ資料に問題はないと考える。来年度以降のメンバーもきちんと活動内容を記す、今後の活動指針を定めるための一助となるような引継ぎ資料を制作することを願う。

(※文責：遠藤崇志)

4.3 秋元紳吾

4.3.1 プロジェクト内における位置づけ

映像チーム所属。IKABOを運用していく際の映像によるPRを主に仕事とした。具体的には制作する映像のコンセプトの決定。それに即した映像の撮影を行った。まず、制作するものイメージを書き出し、飯島と話合った。その後ブラッシュアップを重ね、コンセプトを決定。その後書き出したイメージに従い動画の撮影を行った。そのデータを飯島に渡し、動画編集の時にお互いの完成像に差異が出ないように話し合った。インタビューをまとめるなど動画編集の補助も行った。2人のチームだったため、お互いに連絡はこまめに取り合うようにした。

(※文責：秋元紳吾)

4.3.2 課題の概要

多くの人にIKABOについて知ってもらうために、映像を制作しメディアを活用してPRを行うことを課題とした。特にこの取り組みは今までなかったことであったため、どのように進めていくかの方針付けが一番の課題となった。自分はこれに付随して、動画制作の際にどのようにして伝えるのが担当の課題となった。具体的には動画のコンセプトの決定、撮影のコマ割りや、コンテの制作などが挙げられる。またプロジェクト全体として、

IKABO project

過去の資料が多く存在しなかったため、参考文献や過去のものを集めることも課題となった。

(※文責：秋元紳吾)

4.3.3 担当課題解決過程の詳細

まず動画制作の際、IKABOについての知識不足が真っ先に挙げられたため過去の資料の調査を行った。今年度は11号機が誕生したこともあり、IKABO制作に携わったコムテックの方へインタビューを行った。そもそものIKABOのコンセプトについて学び、またIKABOの機能面についての知識を得ることができた。この段階では11号機を動かすことがまだできていない状態であったため、すぐに動かせる1号機についての動画を作成することを話し合いで決めた。動画は、IKABOプロジェクトの歴史を踏まえ、その中でIKABO1号機はどのようにして誕生したのかというものだった。現状では知識不足がまだ解決されたわけではなかったため、過去の資料探しは継続的に行った。資料だけでは知識を補間することが難しいと考えたので、IKABOプロジェクト立ち上げに携わった松原仁先生、鈴木恵二先生、柳英克先生の3名にインタビューを行うことに決めた。またこのインタビューを撮影することで動画の素材として活用することも決めた。そのためにまずコムテックのインタビューや調べた過去の資料を基に先生へする質問をまとめた。また、撮影方法を考えリハーサルを行い、アポイントメントをとり撮影を実施した。先生それぞれ、別のロケーションで撮影した。これは先生にゆかりのあるところでやりたかったからである。最初に撮影したのは鈴木恵二先生だ。場所は社会連携センターに当時置いてあったIKABO1号機の横で撮影した。IKABOのコンセプトや誕生までの経緯などをインタビューした。次に松原仁先生のインタビューを行った。松原先生にはIKABOの特徴的なところを重点的にインタビューした。柳英克先生には、デザインに関するインタビューを重点的に行った。次に行ったのが、これらの情報を纏めることである。インタビューを聞きIKABOについて学んだことを書き出した。またこれを元にして、一つ目の動画の制作に差し掛かった。先生たちのインタビューの特に自分たちが人に伝えたい部分を抜き出し、それを短い動画とまとめることを考えた。また前期にはグッズの運用についても携わっていたため、その方針をたてた。その中でアンケートをとろうということになったので、アンケートを実施した。自分は具体的にアンケートの集計や印刷をした。これらを纏めて、イベントをどのようにすればよいのか、キャラクターの方針を決めた。その後は、イベントの手伝いや、中間発表の準備を手伝った。次に8月に港祭りでのパレードにIKABO11号機を出演させるということで、その様子を動画に収めることになった。当日どのようにして動くかを事前に話合った。当日、11号機を準備している段階から動画の撮影に臨んだ。11号機の調整している様子や、稼働している様子を主に撮影した。また港祭りのパレードにてライトアップされ、市電通りを歩いていく11号機と、いか踊りを踊る学生をカメラに収めた。動きが伝わるようにと様々な角度からの撮影に臨んだ。撮影した動画はパソコンに取り込んで、確認し使いそうなものを選んだ。その後、オープンキャンパスが予定されていたので、今回の動画を使ってPR動画の作成へと移行した。動画の内容としては、港祭りで稼働している11号機の様子と、今までのプロジェクトの歴史を振り返るといったものだ。飯島と二人で話し合い、動画の内容を書き出しそこからナレーションを作成した。映像素材を集めてきて、お互いに作るものに差異がないか確認しあい作成に臨んだ。その後オープンキャンパスで映像を流し、IKABOプロジェクトについて訪れた人に知ってもらった。また合わせて、作成されたビラを渡し説明するなどしてIKABOプロジェクトのPR活動を行った。その後、後期にはこれまであったグッズ映像班が解体され、運営班に取り込まれる形となった。自分は運営班の映像チームとして活動していくこととなった。後期

IKABO project

最初にやったのは、インタビュー動画のまとめだった。インタビュー動画は一部しかまだ使われていなかったため、せっかくとったインタビューがもったいないということで編集が始まった。主に先生方のインタビューの内容を聞いて、それらを書き出し、皆に聞き取りやすいような形に変えていくという作業だ。その後、オープンキャンパスで使用した PR 動画を再編集し、YouTube にて投稿しようとして話し合った。動画の内容を大きく変更するわけではなく、挿入されていた素材を適宜変更し、著作権などに配慮して作成した。作成した動画は、先生方に YouTube にて投稿してよいかの確認を取り許可をもらった。その後アカウントを作成し、動画を投稿した。これと同時に並行して IKABO 一号機の機能説明動画の制作を始めた。まずは一号機の機能として何が出来るのかを書き出し、どのようにして伝えるかを話し合った。それらを、まとめた後に絵コンテとして撮影のアイディアを書き込んだ。飯島と話し合い修正を加えた。その後、書き出された絵コンテに従って未来大にて一号機を動かした。この時、各部分の動きに注目して撮影した。例えば、一号機の目の瞬きに注目するなど。全体を俯瞰するのではなく、部分的な動きに注目することとした。これによって、機能の説明をするときに人に着目すべき部分がわかりやすくなった。これらの動画を編集し繋ぎあわせ一号機の機能紹介動画が完成した。これも同様 YouTube にて公開した。

(※文責：秋元紳吾)

4.3.4 担当課題と他の課題の連携内容

動画制作を行っていく上で撮影をしているため、実際に IKABO を動かさなくてはならなかった。そのため IKABO を制作班の人に動かしてもらう必要があった。11号機を動かすことができないので、制作班に1号機の操作などを依頼し動かしてもらいそれを撮影した。また各イベントでの撮影、動画を流した際の説明などを行った。イベントでどのようなものが必要かを聞いてそれに即して動画に変更を加えることもした。

(※文責：秋元紳吾)

4.3.5 担当課題の評価

自分の課題はどのように伝えるかということが課題であった。まず一つ目のプロジェクト PR 動画制作について、コンセプトを立てる際に11号機と過去の活動をテーマにするという提案をした。現状として8年間続いている IKABO プロジェクトの昨今を把握している人が少ないという現状を踏まえた。プロジェクト内では過去資料があまりなかったために、IKABO プロジェクトでこれからやっていくべきことがなかなか決められなかった。そこに先生たちのインタビュー動画や、過去資料をプロジェクト内で公開することによって、何をしたらよいのか気付くことができた。また、自分達がやっていることの方角を照らし合わせることもつながったため、過去を知るということはプロジェクトとしては正しかったと考えられる。しかし、プロジェクト外の人にどのような印象を与えることができたかという調査を行うことができていなかったため、課題の達成ができているかどうかはわからない。撮影については、様々な角度から IKABO を収めることができた。目的に合った映像をとることができていると考えられる。しかし、これについても調査不足なためどの部分がどのように良いのか、もしくは悪いのか知ることができなかった。プロジェクトとしては過去のことを伝えることができたが、外への伝わっているのか知ることができなかった。

(※文責：秋元紳吾)

IKABO project

4.4 飯島結

4.4.1 プロジェクトにおける役割

私は運営班の中で映像チームに所属し、動画編集を担当した。また、デザインチームからの依頼によりグッズに使用するキャラクターの作成も並行して行った。動画編集ではまず撮影の補助をし、そこからインタビュー内容の書き出しをした。編集をする際は構成担当の秋元と話し合い、構成のイメージと実際の作品に差異がないように力を尽くした。映像チームとしては秋元と2人での共同作業であり少人数であった為、お互いの進捗把握をこまめに行い作業するようにした。キャラクター制作では前期にとったアンケートや自身で行った調査からわかった共通点をもとに制作した。

(※文責：飯島結)

4.4.2 担当課題の概要

個人の担当課題は大きく分けて2つある。1つは映像チームの引継ぎ、もう1つはキャラクター制作とその使用方法である。まず映像チームの引継ぎについては、映像チームの活動自体が今年度からの試みであり、作業方法や方針など全てを自分たちで考えなければいけなかった。さらに動画制作のノウハウや宣伝方法、撮影済み素材などを次年度以降に全て引き継げるかも重要な課題であった。私自身は、編集の基礎知識やソフトの使用方法などを把握していた為容易に理解できたが、これらの作業や分担をわかりやすく伝える方法を考えながら、実際の作業をしなければならなかった。2つ目の課題は後期にデザイン班からの依頼により加わった、キャラクター制作についてである。キャラクターを制作すること自体は決して難しくないが、そのキャラクターが本当に実用的な物か、次年度以降も使用しやすいか、グッズ制作の際の手間など細かいことを考えなければいけなかった。特にキャラクターは一度制作してしまえば、自分の手を離れた後も使い続けられてしまう為作業は慎重に進めなければいけなかった。

(※文責：飯島結)

4.4.3 担当課題解決過程の詳細

まず1つ目の担当課題である、映像チームの引継ぎの詳細は次のようである。映像チームの引継ぎについては、実際に作業手順を次年度の学生に指導することにした。これは、資料よりも実際に作業を進めながら説明をする方が理解しやすいと考えたからである。これにあたって、私は Adobe Premiere の使用方法や YouTube への動画アップロード方法などを改めて調査した。これにより自身の作業スピードも上がり、結果として自身の為にもなった。実際の作業では、編集作業とナレーション作業を平行して行った。動画は秋元に確認をしながら編集した。ナレーションは原稿を秋元と作成し声は飯島が担当した。キャラクター制作については、前期に行われたアンケートを利用した。アンケートの項目の「好きなゆるキャラ」という質問から共通点を見出し、キャラクター制作に活かした。また論文などを読み、人間の感じる可愛さや子供っぽさをキャラクターに取り入れた(図4)。様々な人気キャラクターを参考にし、外側の線は太くし、二頭身以下の丸いプロポーションなどを意識して制作した。また、子供のような可愛さを出す為に目の大きさを大きくし位置を半分より下の位置に置いた。



図 4 : 制作した IKABO キャラクター

(※文責：飯島結)

4.4.4 担当課題と他の課題の連携内容

まず、個人の担当課題はどちらも全体の課題である「次年度への引継ぎの強化」と関係している。個人の担当課題を達成することで全体として引継ぎ資料を作成する際、動画制作についての知識や、キャラクターの情報、販売方法とアカウントの引継ぎなどを軸に資料を制作できた。次に、他チームとの連携を行った。渉外チームには動画を YouTube で公開する際に著作権の確認や、インタビューに協力していただいた方々への確認の連絡などを依頼した。また、グッズ完成時に Twitter で情報の公開を依頼した。デザインチームからはキャラクター制作の依頼をされていた。制作時にはキャラクター原案の比較や確認を依頼し、販売方法についてもデザインチームと共に話し合いをした。

(※文責：飯島結)

4.4.5 担当課題の評価

私は今年度の課題である「次年度への引継ぎ強化」について意識しながら活動した。担当である動画の編集やキャラクターの制作についても、個人のみではなく班員と連携しながら行った。これにより、横のつながりが強化され次年度への引継ぎ強化につながると考えたからである。キャラクター制作については、キャラクターの完成とグッズの販売ができた。今現在 45 種類のグッズをネット販売できていることから、十分な成果が得られたと考える。しかし、このグッズについては未だに活用できていない。これについては十分な引継ぎをし、来年度以降の活用を期待する。以上のことから、担当課題は概ね達成できたといえる。

(※文責：飯島結)

4.5 佐藤拓也

4.5.1 プロジェクト内における役割

IKABO project

前期はグッズ班として企業とタイアップしグッズを展開していくことを目標にして活動した。グッズ展開するために必要なキャラクターの作成の準備として、高校生に好きなゆるキャラなどについてのアンケート調査を行った。アンケート調査はほかにも函館市内のIKABOの知名度向上につながるイベントの模索、企業タイアップの候補を決めるための調査でもあった。調査結果をまとめグラフ化し、中間発表での資料を作成した。

後期はグッズ班が1人であり、チーム構成の変更が必要であったため、イベントの考案、企画、それに伴う物品調達とグッズの作成を行うデザインチームに所属した。イベントに参加した際に、IKABOに興味を持ってもらえるようなIKABOを使っの企画を考えた。昨年までの引継ぎ資料が不十分だったため、来年以降の活動に向けて引継ぎ資料の作成をした。そのほかには成果発表、中間発表で使用するポスター、報告書などの英訳を担当した。

(※文責:佐藤拓也)

4.5.2 課題の概要

プロジェクト開始の段階で前年度までに作ったグッズの在庫があったが、故障している物や何年も前から在庫として残っており売れる見込みが見られない物があり、グッズを増やす必要があると判断した。

各月の担当課題は以下のとおりである。

4,5月:IKABOプロジェクトのコンセプトの確認を確認した。プロジェクトの過去の活動調査を行った。IKABOプロジェクトのキャラクター作成の計画を立てた。キャラクター作成のための高校生を対象としたアンケートの作成、依頼をした。

6月:アンケートの回収、集計、たなばたイベントの準備を行った。

7月:イベントへの参加、運営を行った。

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いか踊りパレードへ参加した。北海道管工事業協同組合からの依頼イベント打ち合わせ、イベントの企画を行った。

10月:はこだてみらい館オープニングセレモニーでのIKABOイベントの企画、おもてなしステーションでのイベントの企画、イベントで使用するパネルの作成をした。

11月:おもてなしステーションでのイベントの準備、IKABOの知名度調査アンケートの集計を行った。

12,1月:アンケート集計、引継ぎ資料の作成をした。

(※文責:佐藤拓也)

4.5.3 担当課題解決過程の詳細

4,5月:前年度のプロジェクトメンバーからの引継ぎ資料を参考に、本プロジェクトの目標、前年度までの成果、今年度の活動の見通しを立てることにしたが、前年度の引継ぎ資料が不十分だったことからIKABOプロジェクトのコンセプトの確認から始まった。IKABOプロジェクトの目的、最終目標を理解し、達成するためのプロセスの計画を始めた。まずIKABOによる地域振興展開のためにIKABOの知名度を上げることを今年度の目標とした。知名度を上げるためにIKABOを函館市内のイベントに参加させることに決定した。昨年度のまで参加していたイベントを確認し、同時に過去のプロジェクトの活動調査と函館市内のイベントの調査を行った。そのほかには、昨年度のIKABOのグッズの在庫を確認した。故障している物や売れる見込みの無い物が多数あり、新たにグッズを作成することにした。新たにグッズを作成にするにあたってIKABOプロジェクトのキャラクターを作成し、そのグッズを作成することを目指した。人気のでるキャラクターとは何かを知

IKABO project

るために現在人気のあるゆるキャラを調査する必要があると考えたため函館商業高校、函館西高校、函館遺愛高校へアンケートを依頼した。許可をいただけたのは依頼したすべての高校からであったが、回収できたのは函館商業高校、函館西高校からのみであり遺愛高校から回答していただいたアンケート用紙の回収は出来なかった。

6月：5月に函館市内の高校3校に依頼したアンケートの回収および集計を行い、現在人気のあるキャラクターはふなっしー、くまモン、ずーしーほっきーであるとわかった。その結果からキャラクターの性格を好戦的だが弱い、明るいが哀愁がある、郷土愛がある、好きな物は電気、特技は水鉄砲であると決め、以上の性格を見ただけでイメージが出来るような **IKABO** のキャラクターの作成をデザインチームに依頼した。アンケートにはほかの項目もあり、休みの日によく行く場所、今年参加するイベントなどの調査も同時に行っていた。今年参加するイベントという項目の結果は、12月に開催されるクリスマスファンタジーが933人中740人であり、参加することが出来れば **IKABO** の知名度の向上に大きく貢献できる可能性が高いとわかったが、結果的に今年度はクリスマスファンタジーのイベント参加は出来なかったため来年度の以降の活動で参加依頼するべきである。さらに休みの日によく行く場所という項目の結果を利用し、後期にチラシを置いていただく場所の候補を円滑に決めることができ、**IKABO** をどのイベントに参加させれば知名度向上につながるかを考えることが出来た。さらに7月に開催するたなばたイベントの準備の協力をした。たなばたイベントとは、函館にあるロウソクもらいという七夕の時期に子どもたちが各家庭や商業施設、店に立ち寄り、ロウソクもらいの歌を歌うことでロウソクとお菓子がもらえるという函館独自の文化である。そのイベントを五稜郭タワーで **IKABO** に歌ってもらうことでお菓子とロウソクを渡し、実際に **IKABO** と触れ合ってもらい、知名度を上げると同時に参加が決定していた港まつりへの参加を宣伝することを目的としていた。港まつりへの参加を宣伝する方法として、ロウソクもらいの対象である子どもたちに楽しんでもらえるものとして折り紙を使った宣伝を行うことにした。折り紙で **IKABO** のモチーフであるイカを折ってもらい、折ることで港まつりに参加することがわかる簡単なデザインにした。

7月：グッズ班の人数が1人になってしまったため、グッズ班の作業内容を変更し、デザインチームのイベントの企画、準備の補佐を行った。たなばたイベントの実行月であるため準備としてお菓子の袋詰めと折り紙の貼り付けを200セット用意した。イベント当日には、五稜郭タワーで子どもたちにお菓子を配り、**IKABO** と子どもたちが記念写真を撮ったり、**IKABO** の音声を流すことで会話し、**IKABO** との触れ合いを楽しんだりしてもらった。お菓子と一緒にチラシを渡すことで **IKABO** が港まつりに参加することを宣伝することもできた。**IKABO** の歌声も好評であり、次回以降のイベントへの参考になった。結果、194人の子どもたちに参加してもらい、多くの子どもたちに宣伝と **IKABO** を知ってもらえる機会になった。しかし、**IKABO** の音声の少なさから生じた子どもたちとの会話不成立、**IKABO** の急に動きに驚く子どもたちや配線ほどの露出による見た目の悪さなど次回のイベントまでの改善するべき点もあった。

8,9月：プロジェクト開始時から決定していた港まつりの三日目夜に開催されるいか踊りパレードに参加した。今年完成した **IKABO**11号機を乗せた山車の上で動く **IKABO**11号機と一緒にいか踊りを踊った。いか踊りパレードの様子は北海道新聞に掲載され、NHKで報道された。このいか踊りパレードで **IKABO** の知名度を上げることに貢献できたと考える。前期の反省をふまえ、グループの編成変更を行った。グッズ班の人数不足などの理由から後期からは、グッズ班からデザイン班へ異動することが決定した。また、プロジェクト開始の段階から北海道管工事業協同組合から依頼されていた函館国際ホテルでのイベントの企画を行った。

IKABO project

10月：10月15日、函館駅前に新しく建設されたランドマークタワーキラリス函館にあるはこだてみらい館のオープニングイベントに参加した。みらい館が体験型コミュニケーションスペースであることから、IKABO1号機を実際に、タッチパネルを使って操作してもらうというイベントに決定した。このイベントではIKABO1号機の構造がわかるように半分を外見、半分を内部の構造の写真を使用し説明したパネルや、プロジェクトの誕生やその歴史を知ることができる映像を公開した。そのほかにも前回のイベントで作成したIKABOに関してのチラシと人気海外アニメのキャラクターを模して作成されたイカボシールを配布した。はこだてみらい館でのIKABO1号機の展示は15日から3か月間常設展示されることになった。同時に北海道おもてなしステーションでのイベントでの参加も決定したので平行して準備する必要がある。両イベントで使用する材料を購入した。おもてなしステーションでは、IKABOと一緒に写真を撮ってもらうことを目的としたイベントの企画を行った。IKABOと一緒に写真を取る際に使用してもらう自撮りアイテムの作成を行った。また遠くからでもIKABOがわかるように「IKABOと写真を撮ることが出来る」ことを宣伝したパネルと持ち歩いて宣伝ができるようにプラカードの作成をした。一目でIKABOとわかるようにシンプルなデザインにした。また今回のイベントではSNSで撮った写真を投稿してくれた方に飴のすくいどりのプレゼントをすることとした。飴すくいどりのための飴約2キロとすくいどりをする際に使用する材料道具を購入し、実際に飴と購入した物を使ってのシミュレーションを行い、飴がいくつ必要であり用意した材料は適切な物であるかを確認した。飴のすくいどりの他に新たなグッズ作成としてIKABOデザインのチョコレートを作成した。チョコレートの包装紙をIKABOのデザインにして販売するというものである。森永のHPにチョコレートの包装紙作成を行うことが出来るページがあり、それを利用し作成する予定であったが、商品の到着がおもてなしステーションイベントに間に合わず、今年度の販売が不可能になったため計画を中止した。新たなグッズだけでなく前年度までに作成されていたグッズも同時に販売することにした。前年度に設定されていた値段よりも安くすることで購買意欲が掻き立てられるのではないかと考えた。前期の反省として挙げられていたIKABOのセリフの不足を解消するためにおもてなしステーションイベントに向けてセリフの量を増やした。さらにはIKABOの知名度が今年度でどれほど向上したかを知るためのアンケートを作成することにした。質問項目は、IKABOという言葉を知ったことがあるか、1号機を見たことがあるか、11号機を見たことがあるか、今年の4月以降のイベントで見たことがあるかの4項目である。アンケートの対象を小中高の生徒としたためIKABOの写真を載せ、フリガナを振り、全年齢にわかりやすいデザインにした。

11月：北海道おもてなしステーションイベントが当日の天候が雨でありIKABOの故障の可能性があるため中止した。準備していた飴のすくいどりに使用する備品、パネルは次年度へ引き継ぐことに決定した。10月に作成したアンケートを使って函館北美原小学校、函館亀田中学校、市立函館高校、函館工業高校の4校に調査を依頼した。さらに函館市内を地区ごとに人口の調査を行い、小中学生が密集している地域を探し、その地域にポスターリングを利用したPR活動を行うことに決定した。

12,1月：11月に依頼したアンケートの回収および集計を行った。調査結果からIKABOの知名度は今年度で約6%上昇したことが分かった。今年度の活動では、中止したイベントや参加が叶わなかったイベントも存在したため、来年度以降では今年度以上に知名度を上昇させることができると考えられる。今年度の問題の1つとして挙げられていた引継ぎ資料の不足を解消するために来年度に向けて引継ぎ資料の作成を行った。

(※文責：佐藤拓也)

IKABO project

4.5.4 担当課題と他の課題の連携内容

前期はグッズ担当として、新たなグッズの作成に取り掛かった。新たな IKABO プロジェクトのキャラクターを映像、デザインチームに作成してもらった。七夕イベントで子どもたちに配るろうそくとお菓子の袋詰めを行った。イベントで使用する IKABO の音声のパターンを複数考案し、制作班に作成してもらった。後期は所属チームの変更に伴い、グッズの作成を映像班に引き継いだ。

(※文責：佐藤拓也)

4.5.5 担当課題の評価

グッズの作成：前期の段階ではグッズの作成には至らず、前年度のグッズの管理、在庫確認をグッズ班の主な作業内容となっていた。デザインチームにキャラクターの作成を依頼したが、イメージやキャラクター構成を十分に伝えることが出来ず、キャラクター完成に遅れが生じてしまった。現在はグッズが完成したため、新たに同じキャラクターを使ったグッズの作成を続けていく必要がある。

前期のアンケート調査：IKABO のキャラクター作成に伴い現在人気であるゆるキャラや今年度参加する函館市内のイベント、休日に利用している施設、IKABO の知名度についてアンケート調査を函館市内の高校 3 校に依頼し、結果 2 校 933 名から回答をいただいた。アンケート調査を依頼する対象の高校へのアポイントの電話を行った。アンケートの回収、集計を行い、集計結果をグラフ化した。グラフ化したことにより、人気ゆるキャラ、その他 IKABO の知名度調査の項目において比較しやすくなり中間、最終発表での資料として利用できた。

IKABO たなばたイベント：イベントの目的である子どもたちに IKABO と触れ合ってもらえることが出来た。ろうそくもらいの歌を歌ってもらった際に渡すお菓子も喜んでもらった。お菓子の袋詰めの用意した数は適量であり、訪れてくれた子どもたち全員に渡すことができ、余った数も少なく予想通りの結果となった。お菓子の袋詰めと一緒に IKABO が港まつりに参加することを宣伝した折り紙も実際に折ってくれている子どももおり、好評だった。親御さんには IKABO のチラシを渡すこともでき、IKABO の知名度向上に役立てることができた。しかし一方で IKABO を見た子どもたちが大きな音を立てて急に動き出す IKABO を怖がってします光景も何度があった。IKABO を操作する者が仕切りなどで隠れていなかったためわかりやすく、さらに導線などが丸見えであったため、少々不格好であった。このたなばたイベントの反省をふまえ、次回以降のイベントに臨むことができた。

はこだてみらい館オープニングセレモニー：後期では班編成の変更により、イベントの企画、準備を主に行った。今回のイベントではたなばたイベントでの反省を活かし、驚かないように実際に参加者にタッチパネルを使って IKABO を操作してもらった体験型のイベントにした。その結果イベント当日は子どもを中心にイベントに参加していただくことができた。しかし、予想より来場者数が少なく、プロジェクトメンバーの仕事量が少なかった。ほかにもイベント前にメンバー同士の連携が上手くいかず、準備する物品などの連絡や情報が不足していた。さらにイベントで使用する物品の準備がぎりぎりになってしまった。来場者こそ予想より少なかったもののイベント内容自体は子どもたちに特に好評で行列ができることもあった。さらにたなばたイベントの時とは違い子どもたちが、IKABO が動くことで怖がることはなかった。ほかにも前回のイベントの際に作成した IKABO プロジェクトのシールとチラシを配ることもできた。同時に映像チームが作成した動画を再生していたがノートパソコンの画面だったため視聴している人が少なかった。今回のイベン

IKABO project

トではメンバーの遅刻や忘れ物が多かったこともあり、メンバーそれぞれに責任のある仕事を任せ、連絡の頻度を増やすことでこれらのミスを減らせるのではと考えた。

北海道おもてなしステーション：IKABO11号機は北海道新幹線の開業に合わせて製作されていた背景もあり、函館北斗駅でのイベントはIKABOプロジェクトにとって参加することに大きな意味を持つものであった。観光客が多く訪れることが予想されるため、知名度の向上に大きく貢献できるイベントであり、前回までのイベントの反省や経験を活かし、早めの段階からイベントに向けての準備を始めた。観光客が多く訪れる場所であるため今回のイベントのコンセプトをIKABOと一緒に写真を撮るというものに決定した。参加者に興味を持たせ、なおかつIKABOの知名度向上につながる企画としてSNSでIKABOとの写真を投稿してもらい、投稿していただいた方に飴のすくいどりをしてもらう企画に決まった。飴すくいどりをやる上で、参加者が楽しんでいただけてなおかつ満足するような飴すくいどりをを行うために最適な道具を探した。イベント当日は悪天候のため参加を中止する残念な結果となってしまった。今回の企画の成果と参加者の反応を知ることが出来ず残念である。しかし今回の企画はIKABOの知名度の向上に貢献できる見込みがあると考えているので来年度以降のプロジェクトで実現してほしい。今回の中止で屋外でのイベントでは天気的重要性を考慮したうえでの準備が必要であるとわかった。以前にもIKABO11号機の高さが問題でIKABO1号機をイベントで使用することもあり、IKABO11号機の使用にはイベント開催場所の設備、天候、予算が重要であることを再実感した。

後期アンケート調査：イカボの知名度が今年度の活動で向上したかを調査するために函館市内の小中学校、高等学校から4校1952名を対象にアンケートを行った。アンケート内容も前期からの反省を活かし、回答しやすく集計しやすいよう2択の質問4問のみにする事で回答者、集計者の負担を減らすことが出来た。アンケート回収、集計し結果をグラフ化し、前期のアンケート結果と合わせて最終発表のプレゼン資料として作成した。集計結果は今年度でIKABOの知名度が約6%上昇し、約40%となりIKABO知名度向上に大きく貢献できたと言える。

(※文責:佐藤拓也)

4.6 明神朱音

4.6.1 プロジェクトにおける役割

前期はWebサイト・キャラ・ロゴ班としてアイディアの提出や意見交換を行いPR媒体の作成に携わった。また、市民の方に楽しんでもらえるイベントの内容・会場・PR方法の検討を行い、さらにイベント時に配布するチラシと展示するパネルの作成を担当した。イベント当日に用いる、IKABOのセリフの内容を主に考え、プロジェクト内へ提案した。後期は前期に引き続き、新たなイベントの考案・企画とそれに伴う物品調達等を行った。イベント後には反省を行い新たなイベントに生かせるようまとめた。また、より多くの人にIKABOを知ってもらえるよう、施設への置きチラシや市内の家庭へのチラシのポスティングを検討し、実行した。また、最終発表で用いる知名度に関するデータを収集するために、市内の学校へアンケートを依頼し、回収を行った。一年の活動を通して、どのようにIKABOをPRしていくかを考えIKABOの知名度を上昇させる手助けをすることができた。

(※文責：明神朱音)

4.6.2 課題の概要

4,5月：初めに、グッズやPR動画に用いるIKABOのキャラクターのデザイン案を考案した。また、Webサイトの内容を決定した。IKABOプロジェクトのロゴデザイン案を提出。

IKABO project

今年度のイベント実施に向けて、現在行われている函館市のイベントの調査をした。今年度初のイベントであるイカボたなばたイベントの企画。

6月：4日にまちづくりセミナーへ出席し、本プロジェクトのテーマである地域振興に関わるお話を聞いた。また、タスク管理のためにガントチャートを作成した。イカボたなばたイベントの企画を詳しく練り、決定した。イベント時に用いるパネルやビラの作成も行った。IKABOの知名度や若者に人気なものを調査したアンケートの集計作業を行った。

7月：イベントポスターを会場近辺に配布した。イベント準備・イベントの開催及び運営を行った。

8,9月：8月3日に函館港まつりのいか踊りパレードに参加し、11号機のお披露目を行った。8月7日のオープンキャンパスの企画をした。函館管工事業協同組合様から依頼を受けたイベントの企画をした。前期の反省をふまえ、グループ編成変更を行った。11号機を紹介する立札を作成し、設置した。

10月：はこだてみらい館オープニングセレモニーに伴うIKABOイベントの企画とおもてなしステーションで行うイベントの企画を並行して行った。直近のはこだてみらい館でのイベントから準備した。イベント終了後には、11月に行うおもてなしステーションイベントへ向けての準備を行った。両イベントで用いるIKABO紹介パネルを作成した。

11月：おもてなしステーションイベントの準備をした。しかし、イベント当日が悪天候の予報であったため、やむなく中止を決定した。IKABOを紹介するチラシを設置してもらえるよう、函館市内の各施設へ依頼をし、許可を得た所へ配達した。IKABOの知名度を調査するアンケートを市内の学校へ依頼し、配布と回収を行った。

12,1月：アンケート回収の続きと分析を行った。現在、次年度へ引き継ぐ資料を作成している。

(※文責：明神朱音)

4.6.3 担当課題解決過程の詳細

4,5月：既存の人気キャラクターやインパクトのあるロゴを調査し、ドローソフトを用いて作成した複数のキャラクターデザイン案とロゴデザイン案を出した。また、ゆるキャラのWebサイトを参考にWebサイトに必要な内容を考え、決定した。函館市のイベント情報を掲載しているWebサイトを活用し、函館市のイベントの調査、参加するイベントの選定、イベントの企画を行った。

6月：無料のツールを用いて前期のタスクを管理するガントチャートを作成した。まちづくりセミナーへ出席し、地方創生に関わる人の話を聴き、地域振興展開の参考にすることができた。例年6月に参加していた花と緑のフェスティバルに今年は呼ばれなかったため、代わりに実施できるイベントを探した。イベント実施方法としては、開催が決まっているイベントに参加する方法と企画運営班で場所の確保からイベント運営までの全てを行う方法の2種類がある。参考に、函館市で6月,7月に開催されているイベントを調べた。調べていくうちに、7月7日に函館市でロウソクもらいという行事が行われていることが分かりました。ロウソクもらいとは、子供たちが夕暮れ時から夜にかけて近所を回って歌を歌い、ロウソクやお菓子を貰いあるくハロウィンに似た行事である。ロウソクもらいは多くの子供たちが参加するという情報から私たちは、この行事に倣ったイベントを実施することで多くの人にIKABOのことを知ってもらえるのではと考え、イカボたなばたイベントの開催を決めた。開催場所の候補として、大門グリーンプラザとMEGAドン・キホーテの前のスペースを検討していたが、立地面と費用面で断念した。そこで、調査を進めたところ五稜郭タワーで毎年七夕イベントが開催されていることが分かった。イベントは毎年多くの子供たちが参加しており立地面での問題が無いことと、五稜郭タワー内のスパー

IKABO project

スが無料で貸し出されており費用面での問題がないことから五稜郭タワーでのイベント実施を決定した。また、高校生を対象に IKABO の知名度・よく行く場所・行きたいイベント・好きなゆるキャラを調査するために対象に行ったアンケートの集計を、Excel を用いて行った。

7月：イベントの PR ポスターを開催場所である五稜郭タワーの付近のスーパーやドラッグストアに配布した。参加者が IKABO により親しみを持つよう、IKABO にお話をさせたり歌を歌ったりできるようにした。IKABO のセリフは、イベントでの子どもたちとのやりとりを想像しながら考えた。考えたセリフは、制作班に音声化してもらった。IKABO が話すことで子どもたちが喜んでくれて、驚きながらも IKABO とのコミュニケーションをとっていた。IKABO に興味を持ち、楽しんでくれていたと考える。

8,9月：8月3日の函館港まつりのいか踊りパレードに IKABO とともに参加した。パレードの様子はテレビでも放送されたため、パレードに参加したひとにも参加していない遠くの人にも IKABO のことを PR 出来た。8月7日の未来大学のオープンキャンパスにて高校生へビラを配布し IKABO の PR を行うとともに、イカボプロジェクトの活動の紹介をした。9月15日に函館管工事業協同組合様から依頼を受け、国際ホテルでイベントを行うことが決定した。それにあたって、イベントの企画（当日の流れ、IKABO にさせる動き、セリフの考案）を行った。前期で得られた課題から、グループ編成を改めて行った。来校者へ向けて IKABO を紹介する、学内の人へ向けて IKABO を置かせていただいていることを説明する立札を作成・完成させ、IKABO の前に設置した。

10月：10月15日のはこだてみらい館オープニングセレモニーのイベント企画を行った。新函館北斗駅の北海道おもてなしステーションでイベントを開催することを決定し、実施日を11月5日に決定した。両イベントで使用する材料を洗い出し、購入した。また、必要な物品を洗い出し学校で借りられる物品をまとめた。はこだてみらい館に来館する人の推定をし、イベント企画の参考にした。また、イベントで設置する IKABO の素材を説明するパネルの作成を行った。当日の仕事内容を整理し、プロジェクト内で役割分担を行った。イベントで配布するビラを修正し、印刷した。イベント終了後に反省会を行い、内容をまとめ、次回以降のイベント企画に生かせるようにした。また、イベント後も一定期間ははこだてみらい館に IKABO1 号機を置くことが出来、今もなお設置されているため IKABO が多くの人の目につくことが期待できる。おもてなしステーションでのイベントに向けて来場者の推定を行い、イベントのテーマとコンセプトを決定した。来場者に IKABO と一緒に写真を撮ってもらうことを目的としたイベントの企画を行った。イベントに用いる自撮りアイテムの作成を行った。また、IKABO11 号機を紹介するパネルを作成した。また、SNS に撮った写真を投稿してくれた人を対象に飴すくいどりのプレゼントを行うこととした。そのための、飴すくいどりのシミュレーションを行い、飴がいくつとれるかを確認した。また、グッズの販売を予定していたため、グッズの在庫数を確認した。新たなグッズの作成として、チョコレートの包装の作成を企画した。しかし、チョコレートの発送がイベント当日に間に合わないため作成を断念した。前期の七夕イベントで、セリフが足りなくなったという反省より、今回のイベントではセリフの量を増やした。ポスティングによる PR 活動に向けて、函館の地区ごとの人口を調べて、小中学校が密集しているところを探した。また、ポスティングの方法（自分たちで行うか業者に依頼するか）を決めた。ポスティングに用いるチラシの印刷を業者に依頼した。置きチラシを行うことを決定したため、どの施設に何部ずつ置くかを決定した。

11月：北海道おもてなしステーションイベント当日の天候が雨であることから、中止を決定した。函館市役所・中央図書館・青年センター・市民会館・函館アリーナ・芸術ホール・支所（7か所）・まちづくりセンター・五稜郭タワー・函館駅・新はこだて北斗駅へ

IKABO project

置きチラシの依頼のメールを行った。引き受けてくれた施設 10 か所へチラシを届けた。また、知名度を前期と比較するためにターゲットである市内の小中学校・高校の中から数校を選び、アンケートを配布した。

12, 1月：アンケート回収の続きを行った。4校 1952人から回答をいただいた。アンケート回収後に Excel で集計し、グラフを作成した。1月は、次年度への引き継ぎ資料を作成した。

(※文責：明神朱音)

4. 6. 4 担当課題と他の課題の連携内容

PR 媒体のデザイン案に携わり、グッズ・映像の作成時に用いるキャラクターやロゴのアイデアを出した。また、イベント時の子供たちとのコミュニケーションに用いる IKABO のセリフを考案し、制作班に音声を作成してもらった。イベント実施の際には、プロジェクトメンバーの参加の有無や当日の動き、必要なものをまとめ、メンバーが当日に困らないようにした。

(※文責：明神朱音)

4. 6. 5 担当課題の評価

イベントの実施のための調査：イベントを開催するには、IKABO を動かすための電源があるか、人が集まる場所であるか、費用がかかりすぎないかの3点が非常に重要であることを学ぶことができた。加えて、IKABO の運搬には非常に費用がかかることから費用対効果の高いイベントの企画の必要性を感じた。

IKABO の PR 媒体の考案・作成（前期）：7月7日のイベントにて子供を対象としたチラシを配布し、子供たち及び保護者の方々に IKABO の PR を行うことが出来た。また、楽しんで IKABO に興味を持ってもらえるような PR 媒体として、折るとイカの形になるチラシを作成し、子どもたちに配布するお菓子に付けた。初めての試みで、あまりインパクトのあるものは作成できなかったの、よい例を参考にし、アイデアを豊富にしていきたい。また、ドローソフトを使いこなせるようにしたい。

イカボたなばたイベント：五稜郭タワー付近のお店にイベントを PR するポスターを配布すると、快く引き受けてくださり、とても有難かった。プロジェクトメンバーに1人2部ずつポスターを配布するよう依頼したため、多くの効果があったと見込める。しかし、PR 開始が遅かったことから、もっと早めに開始していればより多くの効果が見込めたのではと思い、反省した。イベント実施日は、イベント対象者である子供たちが楽しそうに IKABO と触れ合っていたのでよかった。また、IKABO と IKABO が港まつりに出場することの PR が出来た。子どもと一緒に訪れた親御さんにもチラシを配布したため、多くの人に知ってもらえる機会になったと考える。イベント時、IKABO を操作する側が丸見えであり、子供たちに指をさされてしまったので裏側を隠す布や仕切りを用意する必要があることがわかった。突然 IKABO が動き出すと怖がる子供がいたという反省は、次回以降のイベントの企画に生かすことが出来た。

11号機の紹介立札の設置：11号機を見た人が、より11号機について知る手助けをすることが出来た。未来大学の教授に、立札を見たよと伝えられたため、大学に来校した人の目に付いていると見込める。

はこだてみらい館オープニングセレモニー：前期に開催したイカボたなばたイベントから得られた「イカボが突然動き出すことで怖がる子どもが多くいた」という反省と、みらい館全体のテーマに合わせ、タブレットを操作して、お客さんが自由に IKABO を動かすことができる、インタラクティブ型のイベントとした。イベント後に、チーム内で反省会

IKABO project

を行った。想定していたより、来場者が少なく、プロジェクトメンバーが手持無沙汰になってしまった。しかし、今回のイベントで仕事の負担量の目安が分かったため、次回以降に引き継いでいきたい。また、イベント前のプロジェクト内での情報共有の時間が少ないこと・当日の動きの説明をしてもあまり聞いてもらえなかったことから、当日の物品不足やメンバーの遅刻が相次いでしまったことが大きな反省点である。良い点としては、IKABOを操作することをとても楽しんでもらうことが出来、中には何度も操作しに来てくれる子供までいた。目の前のロボットを自分で操作することが出来るのは子どもにとってすごく新鮮でわくわくすることであることが分かったため、次回以降のイベント企画の参考にしていきたい。

北海道おもてなしステーション：11号機は北海道新幹線開業に合わせ制作されていたことから、新函館北斗駅でのイベント開催は前々から望まれており、ついに今年実現に向けての取り組みを始めた。観光客も多い場所で、IKABOを見てもらうことは知名度の向上に大きく貢献できると考えた。さらに、SNSを利用しIKABOの写真を拡散してもらうことで多くの人にIKABOを知ってもらえると見込めたため、この企画は次回以降に引き継ぎたい。イベントに用いる物品の手配を今回は自分たちで行うことでスムーズに進められた。また、前回、前々回のイベントの際に感じたセリフ不足を解決するため、今回はより多くのセリフを考案した。今までのイベントの反省を生かし、今回のイベントは充実したイベント内容の企画と開催に向けた準備を行っていたため中止になってしまいとても残念である。また、イベントが中止になってしまったため、来場者の反応を見る事が出来なかったのはとても残念だった。室内のイベントばかり行っていたため、天気的重要性を見落としていた。IKABOは水に弱いので、外でのイベント（特に冬場に行くもの）の実現の難しさを知った。このイベントで出た反省を次年度以降に引き継ぎ、より人が集まり、多くの人に楽しんでもらえるようなイベントの実施を期待したい。

広告宣伝活動：今年度は、昨年度までにはなかったポスティングと置きチラシという新たな宣伝方法を導入した。ポスティングは小中学校が密集している地域に計8000部を配布し、各家庭で見てもらえるようにした。チラシは、依頼した市内の施設+新函館北斗駅計17か所中10か所に許可を頂き、合計で1010部設置することが出来た。また、五稜郭タワーにもチラシを置かせていただくことが出来たので、観光客の目にも留まってくれることを期待している。設置後、施設を訪れていないため、効果はまだ確認できていない。しかし、不特定多数の人の目に留まる場所に設置させていただいたため、IKABOの宣伝効果は十分見込めるだろう。設置した分のチラシが全て行き渡れば、最低でも1010人に見てもらえることが出来る。以上より、今年度から開始した新たな広告宣伝活動により、IKABOの知名度の向上につながっていると予測できる。

アンケート調査：ターゲットである市内の小中学校・高校の中から数校を選び、アンケートを行い、前期の調査では2校933人、後期は4校1952人から回答をいただいた。アンケート対象学校へのアポ取りの電話や文書作成は活動の中心となって活躍してくれた同チームの菜原と協力し、また鈴木恵二先生に助言を頂きながら行った。アンケート回収後、集計を行い、グラフを作成した。グラフを作成することにより、知名度の比較が容易になったことに加え、最終発表のプレゼン資料やパネルに利用することができた。

(※文責：明神朱音)

4.7 菜原寧花

4.7.1 プロジェクト内における役割

イベント企画運営やイベント準備のタスク管理・進行、Webサイトの制作、ポスティングの依頼、アンケート調査を担当したほか、ロゴ・キャラクターの制作やイベント調査、

IKABO project

引き継ぎ資料の作成・管理、置きチラシの依頼、フォルダ管理に携わった。イベントを開催するには企画を中心となってい、イベントごとに企画書や報告書を作成し、プロジェクトメンバーや先生方へイベントまでの準備日程や当日の動きなどを説明した。各メンバーの進捗状況の確認やイベントまでの日程管理、共有フォルダの整理を行い、プロジェクトをマネジメントした。

(※文責：菜原寧花)

4.7.2 課題の概要

担当課題は以下のとおりである。

4,5月：過去の活動の調査、プロジェクトの目的と始動理由の確認、キャラクター調査、キャラクターデザイン案提出、ロゴの調査、ロゴデザイン案提出、Webサイト制作を行った。

6月：ガントチャート作成、イベント企画運営、Webサイト用の写真撮影、Webサイト制作、アンケートの集計を行った。

7月：イベント企画運営及び広報を行った。

8,9月：函館港まつり参加、オープンキャンパス企画運営、北海道管工事業協同組合からの依頼イベント打ち合わせ、イベント企画運営を行った。

10月：イベント企画運営、イベント企画書作成、イベント報告書作成、置きチラシ準備、ポスティング準備、Webサイトの更新、アンケート用紙の作成を行った。

11月：イベント企画運営、イベント企画書作成、置きチラシ依頼、ポスティング依頼、アンケートの依頼および回収、引き継ぎ資料の管理を行った。

12,1月：引き継ぎ資料を作成した。

(※文責：菜原寧花)

4.7.3 担当課題解決過程の詳細

4,5月：IKABOプロジェクトの過去の活動内容を調べ、今年度のコンセプトや活動方針について話し合った。キャラクターを制作するために、人気のあるキャラクターや参考にしたいキャラクターの調査を行い、グループメンバーと共有した。共有した調査結果およびアンケート結果を参考にキャラクター案を制作した。また、ロゴを制作するために、参考にしたいロゴの調査を行い、グループメンバーと共有した。共有した調査結果を参考にロゴ案を制作した。参考にしたいWebサイトを調査し、それをもとに項目とレイアウトを考案した。

6月：グループメンバーから希望を聞いたうえで仕事を割り振り、前期活動計画を、ガントチャートを用いて作成した。イベント企画運営では、企画を考える際に適切な話し合いができるように、出されたアイデアの長所と短所をまとめた「イベント企画考察シート」を作成した。また、イベントまでにやるべきこととその担当者、締め切りを表にまとめ、メンバーの進捗を確認した。メンバー全員が責任を持ってイベントに取り組んでほしいとの思いから、細かい作業も担当者を決めた。Webサイト制作では、Webサイトで使用する写真を撮影し、Webサイトを制作した。Dreamweaverのスキルを身に付けたほか、レスポンシブウェブデザインにも挑戦することができた。

7月：前日と当日のタイムテーブルを作成し担当教員とプロジェクトメンバーに配付した。メンバーの特技や適応能力を考えながら当日の配役を決定した。この月に行われた「イカボたなばたイベント」では、IKABO1号機が子どもたちと一緒にたなばたの歌を歌い、IKABOを折ることができる折り紙とお菓子の詰め合わせを配った。194人の子どもに来てもらうことができた。

IKABO project

8,9月：函館港まつりへ参加し、IKABOが活躍している様子を撮影した。多くの方にIKABO11号機を見てもらうことができた。さらに、函館および札幌でのオープンキャンパスに向けて、セリフや配置を考えた。高校生や保護者の方が対象なので、易しい言葉を使うように心がけた。また、北海道管工事業協同組合から依頼を受け、プロジェクトを代表して打ち合わせに参加した。函館国際ホテルでのイベント開催に向け、企画を行った。後期に行う2つのイベントの企画を始め、コンセプトを決定した。チーム内での役割分担も行った。それぞれの考え方や得意なことを考慮しながら割り振った。

10月：10月15日、函館駅前に新しくできたランドマークタワー「キラリス函館」の3階にある「はこだてみらい館」のオープンイベントに参加した。みらい館が「体験型コミュニケーションスペース」であることから、テーマを「体験」、コンセプトを「IKABOを動かしてみよう！」とした。「IKABOを自分で動かす」という体験ができるようIKABO1号機の前にタッチパネルを設置した。この他にも、IKABOの仕組みがわかるパネルや、IKABOの歴史を知ることができる映像を公開した。チラシとシールの配布も行った。IKABO1号機は15日から3か月ほど常設展示として展示される。15日以降の常設展示では、タッチパネルを固定して自由に動かせるようにしたほか、パネルの展示をしている。チラシとシールは来館者が自由に持って行けるように机の上に並んでいる。このイベントでは、164人の方にIKABOと触れ合ってもらうことができた。みらい館のスタッフの方が声掛けしてくれたこともあり、みらい館の来館者ほぼ全員にIKABOを知ってもらうことができた。はこだてみらい館オープニングセレモニーでは企画書および報告書の作成を担当した。企画書には、「はじめに - イベントの目的」「コンセプト」「展示イメージ」「ターゲット」「費用」「出席見込み人数」「日程・スケジュール」「広告」の8項目を記載した。先生やメンバーからアドバイスをもらいながら3度内容を改訂した。項目やレイアウトを工夫し、見やすく魅力的な企画書になるよう心がけた。表紙は各イベントの特色が現れるようなデザインを目指してデザインした。報告書には、「イベントの概要」「結果・効果」「所感」の3項目を記載した。チーム内での反省会の内容について記入した。また、IKABOをより多くの人に知ってもらうため、置きチラシやポスティングを行うことを提案した。函館市内の公共施設や町別、年齢別の人口を調査した。ターゲットである18歳以下が多く訪れそうな施設を選んだ。ポスティングは、小中学校が密集している地域を選び、部数を決定した。Webサイトの制作では、不具合を修正したり新たなイベントの情報を追加したりした。IKABOの知名度を調べるためのアンケート調査を始めた。質問項目は、「IKABO(イカボ)」という言葉を知ったことがあるか」「IKABO1号機を見たことがあるか」「IKABO11号機を見たことがあるか」「今年の4月以降にイベントでIKABOを見たことがあるか」の4項目とし、写真付きのアンケート用紙を作成した。アンケートの対象者に小学生も含まれているため、ふりがなを振ったりフォントサイズをできるだけ大きくしたり工夫した。

11月：11月5日、新函館北斗駅で北海道おもてなしステーションに参加する予定だったが、悪天候のためやむなく中止を決定した。11号機は、新函館北斗駅でのお披露目をめざして開発が始められたため、先輩方の意思を引き継ぎ、この場所でのイベント開催を決めた。11号機のボディは新幹線カラーであるため、北海道新幹線に乗るお客さんにも注目してもらえると考えた。北海道おもてなしステーションのテーマが「食と観光」であることから、テーマを「観光」、コンセプトを「IKABOと写真を撮ろう！」とした。IKABOと撮影した写真を拡散してもらうことでIKABOの認知度の向上を図った。IKABOのキャラクターや新幹線をデザインした手作りの自撮りアイテムを無料で貸し出そうと考えていた。SNSに写真を投稿してくれた人には、あめすくいどりとIKABOのシールをプレゼントする予定であった。投稿を促すことで、よりいっそうIKABOを広めてもらえると考えた。

IKABO project

他にも、紹介パネルの設置やグッズ販売を企画していた。このイベントでも、企画書の作成を担当した。置きチラシに関しては、10月に決定した市内の施設17か所に、明神と2人で手分けしてメールでアポを取り、実際に伺ったり郵送したりしてチラシを置いてもらった。ポスティングでは、印刷業者とポスティング業者に依頼し、ポスティングを行った。さらに、10月に作成したアンケート用紙を使用し、アンケート調査を行った。市内の小中学校・高校5校に電話やメールで依頼をし、4校から回答をいただくことができた。外部の方と連絡を取ることが多くあり、失礼の無いよう先生方にメール文をチェックしてもらうことなどを心がけた。引き継ぎ資料の管理では、ファイル名や必ず記載する事項をまとめ、プロジェクト内にアナウンスをした。今年度は過去の活動内容等の調査が非常に困難であったため、来年度以降はデータを見返しやすいうフォルダやファイルの管理を徹底して行った。プロジェクトメンバーからもわかりやすくなったと褒めてもらうことができた。

12,1月：来年度以降のために引き継ぎ資料を作成した。Webサイトや企画書など項目ごとにわかりやすくまとめられるよう工夫した。

(※文責：菜原寧花)

4.7.4 担当課題と他の課題の連携内容

主にウェブサイト制作とイベント企画運営を担当した。ウェブサイト制作では、完成したウェブサイトを用いてIKABOやイベントの宣伝を行うことができた。イベント企画運営では、イカボたなばたイベントに関する各課題の進捗を確認しながら、イベントのタイムテーブルを作成した。はこだてみらい館オープニングセレモニーや北海道おもてなしステーションでも、メンバーの様子を見ながらイベントに向けて準備することができた。また、フォルダの整理やファイル名の統一を行ったり次回までの課題や今週の内容を毎週まとめて送ったりすることで、メンバーが作業しやすい環境を作ることができるように気を配った。

(※文責：菜原寧花)

4.7.5 担当課題の評価

Webサイト制作：Webサイトをグループ内で定めた期限までに制作し公開することができた。しかし、Webサイトの制作を一人で行ったこととグループ内での連絡がうまくいかなかったことから、期限までに満足の行く結果が出せなかった。特にスマートフォンへの対応が間に合わなかった。今後は、スマートフォンへの対応と未完成の項目の作成を早急に行うことに加え、イベント情報やキャラクター紹介の項目を更新していく。また、サーバにアップロードする際にFFFTPというソフトを使用していたが、このソフトはWindowsには対応しているがMacに対応していないという問題点が見つかった。WindowsとMacのどちらにも対応しているクライアントソフトを用いてアップロードし直すなどの解決策を探していく。

イベント企画運営：今年度は、「イカボと簡単な会話をすることができるコミュニケーション型」、「タブレット端末を使ってイカボを操作することができるインタラクティブ型」、「SNSへの投稿を促しインターネットを通じてIKABOを広めるSNS連携型」の3つの形式を考え、実施した。企画書や報告書も一人で作成し、どう工夫すれば企画の魅力が伝わり目に留めてもらえるかを考えるきっかけを作ることができた。スケジュール管理の能力もさらに向上させることができた。

イカボたなばたイベント：急きょ担当することになったが、なんとかイベントの開催日に間に合わせることができた。「イベント企画考察シート」を作成する際に、イベント

IKABO project

の開催場所が五稜郭タワーであったにも関わらず外国の方が訪れることを想定していなかった。今後は、函館が観光地であることをふまえ、外国の方が多く来場することを意識する必要がある。

はこだてみらい館オープニングセレモニー：イベント終了後に反省会を行った。企画運営に関しての良かった点は、次のようなものがあげられた。「一人一人の子どもが満足いくまで体験できてよかった」、「たなばたイベントでは IKABO が突然動き出すことを怖がる子どもが多くいたが、今回は自分で動かしてもらったため怖がる子どもは一人もいなかった」。企画運営に関する改善が必要な点は、次のようなものがあげられた。「ノートパソコンだったから映像を見る人が少なかった」、「セリフのパターンが少なかった」、「運営メンバーが多すぎたので、次からは臨機応変に対応したい」。プロジェクト内での連携に関しては、次のような反省があげられた。「各チームとの連携がうまくいかず、情報が不足していた」、「必要な物品がそろっていなかった」、「遅刻や忘れ物が多すぎる」。以上の反省から、今後はチームをまたいだ活動を減らし、イベントに関わる内容についてはデザインチーム内で連絡や管理を行うことで、行き違いやミスを防ぐこととした。遅刻や忘れ物については、こまめに連絡を取ることで軽減しようと考えた。担当した企画者や報告書は、余裕を持って予定より早く作ることができた。内容に関しても、必要な項目を満たしており見やすいと評価してもらうことができた。

北海道おもてなしステーション：イベント予定日が非常に悪天候の予報だったため、中止とした。前日まで全力を尽くして準備しただけに残念であった。反省として以下のようなものがあげられた。「複数あった候補日について例年の天気傾向を調べておけばよかった」、「前回のイベントよりも仕事をチーム内で分担することが増えたため連絡ミスは減ったが、担当の方との連絡は他チームで行っていたため物品を余分に借りることになり迷惑をかけてしまった」、「自撮りアイテムや看板、ポスターを満足のいく完成度で作ることができた」、「たなばたイベントの際に反省として挙げられた外国語への対応について、気付くのが遅れてしまいポスターの制作に不必要な手間をかせってしまった」。事前準備はチーム 3 人で行うにはハードな分量であったが、早め早めに計画を立て行動を始めたり他チームに協力を仰いだりすることで間に合わせることもできた。計画内容としては、実際の作業時間の合計が 3 人分のプロジェクト時間の合計とほぼ一致しており、適切な計画を立てることができたのではないかと考える。企画書は予定通りに作成することができたが、報告書は他の作業と重なり後回しにしてしまった。優先順位を考えながら行動することは大切なことであるが、数時間あれば完成できたものであるため気持ち次第で締め切りまでに完成することができたと思う。メンバーや自分自身の気持ちをのせるようなマネジメントができれば、より良い活動をできたかと分析する。IKABO プロジェクトとしての活動は大方終了しているが、今後も反省を生かしチームマネジメントの力を磨き、他のプロジェクトなどに役立てたい。

ポスティング・置きチラシ：確実に知名度を上昇させることができる宣伝方法として、住宅のポストへチラシを配布すること、若年層が多く訪れる施設に自由に持っていけるようなチラシを置いてもらうことを提案した。前期までに行ってきた広告宣伝活動であるイベント開催や Web サイトの公開では、不特定多数に見てもらえるチャンスはあるものの効果は数百人規模であった。IKABO はまだまだ有名とは言えないために、これらの幅広い層への宣伝方法に加え、地道で確実な宣伝方法を新たに始める必要があると考えた。もともと他チームの担当であったが、具体的な宣伝方法が思いつかないと相談を受け、デザインチームで受け持つこととなった。本来の活動内容であるイベント企画運営に少し支障をきたしてしまっただけで、自分としてはイベント企画をもっと充実させたかったので心残りである。

IKABO project

アンケート調査：市内の小中学生・高校生を対象に、IKABOの知名度に関するアンケート調査を行った。一つの質問に対する質問文を短くしたり、回答は2択にしたりした。そうすることで、回答者と集計者両方の負担を軽減させることができた。小中学校は簡単な質問ならば引き受けてくださるという学校が多かったが、はい・いいえで答える形式の質問を4問のみ用意したためころよく引き受けてもらうことができた。アンケート調査についてももともとは担当の仕事ではなかったが担当することとなってしまった。

ロゴ・キャラクター制作：ロゴ・キャラクターの必要な要素について、下調べや話し合いをしっかりと行うことができた。各自数10種類のデザイン案を提出した。ロゴについては、IKABOの「K」を道南の地図と重ねるという自身が提示した案の一部が採用された。実際のロゴ制作を担当したのは別のメンバーであったが、道南の地図の部分の素材は自身が作成した。

イベント調査：インターネットで市内のイベントにどんなものがあるのか調べたり、貸出スペースについて調べたりした。活動日以外の日には、実際に行われているイベントに参加して使用している機材やイベントの進行方法について学ぶことも多くあった。インターネットや市内の掲示板、新聞などをチェックし、参考になるイベントがあるか日常的に調査した。また、自分たちが参加するイベントの会場にも、下見をするために何度か足を運んだ。

引き継ぎ資料の作成・管理：今年度はどの資料がどこにあるのかわからず、資料の内容についても欠損がみられた。そのため、今年度何もないところから資料を作成することは、来年度以降のプロジェクトにとって必要不可欠な仕事であり、重要な仕事であると考えた。しかし、他の活動内容の影響で後回しになっており、満足のいく進行具合ではなかった。ファイル名や記載事項の指示をメールにて連絡したが、ほとんど徹底されていなかった。そのため、メンバーへ再度連絡する必要があることがわかった。来年度のプロジェクトが始まる前に引き継ぎ資料の作成とその整理を終える予定である。

プロジェクトマネジメント：フォルダ管理やスケジュール調整、タスク管理を自主的に担当した。Googleドライブにフォルダ分けをせずにファイルを置くメンバーが多かったため、細かくフォルダを分類した。多少は使いやすくなったのではないかと思う。いつまでに何をしなければならぬか、どんな優先順位でそれぞれ誰が担当するかを考え、ガントチャートやカレンダー形式などを使用して可視化した。これにより、プロジェクトの進行ペースが少し速くなった。他のメンバーに任せた仕事も、定期的に進捗を確認することで、遅れが生じるのを防ぐことができた。

(※文責：菜原寧花)

5章 まとめ

5.1 成果

今年度は成果として、知名度の上昇が得られた。具体的には、1号の知名度は実施したアンケートの結果から、全体の34.4%に知られていて、今年誕生した11号機は18.9%に知られているという結果を得た(図5)。またIKABOを知っていますかという問いに対して知っているとした人が全体の40.5%で昨年度と比べ6%上昇した(図6)。続いて各チームの成果である。デザインチームは、次年度以降も使えるようなイベント形式を考案した。具体的には、IKABOと簡単な会話を楽しむコミュニケーション型、タブレット端末によってIKABOを来場者自身に操作してもらおうインタラクティブ型、SNSへの投稿を促しインターネットを通じてIKABOを広めるSNS連携型、これら三つを考案し実施した。またそれに付随して、案内のパネルやIKABOプロジェクトをPRするチラシを作成した。チラシを利用してポスティングや置きチラシを行った。映像チームはIKABOプロジェクトの概要を知るためにインタビュー動画を撮影しプロジェクト内で公開した。また過去の資料を纏めた。これらを使ってIKABOプロジェクトの昨今を紹介するIKABOプロジェクトPR動画を公開。合わせて、IKABO一号機の機能面や特徴を紹介する動画も公開した。またキャラクターの完成。そのキャラクターを使ったグッズの販売をインターネット上で行った。渉外チームはイベント会場との連絡を取って、七夕イベントやはこだて未来館でのイベントを実現させた。

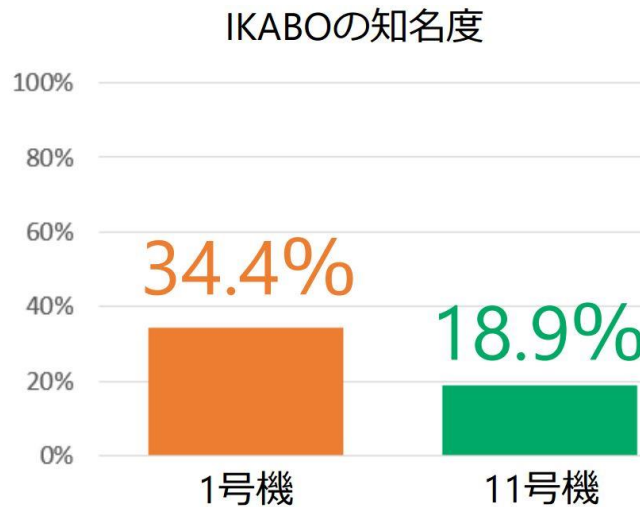


図5: アンケート結果1

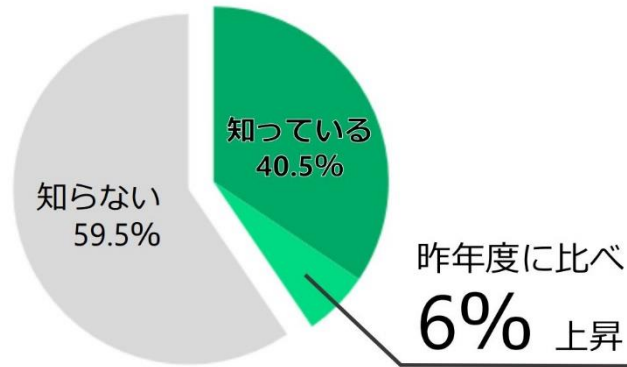


図 6 : アンケート結果 2

(※文責 : 秋元紳吾)

5.2 成果の評価

全体としては知名度の上昇を得ることができたが、この評価方法が資料不足で去年と同様のものだったかわかっておらず、実際の数値と我々が出した数値に差がある可能性があった。昨年度より広範囲で、世代も 18 歳以下でアンケートを実施したため、これで 6% 上昇したという結果が今までと相関してどれほど知名度を上げることに繋がっているのかの調査を行う必要があった。続いて各チームの評価である。デザインチームの考案した三つの形式を次年度にどのように引き継いでいくのかまだ明確にできていない。この三つの形式をどのように利用するとこういった結果が出るといった情報を出しておく必要があった。イベント形式の考案は今まで考えてこなかった部分であるため、これは IKABO プロジェクトの今後の活動でイベントを考えるときの指針として役に立つと考えられる。またチラシについても効果がどのようにあったかの調査が不足しており、今後どのようなチラシを作るとどの層に効果があるのか明示できることが望ましかった。映像チームは今まで専門に動画を作る部署がなかったため、試みとしては新しい宣伝の方法であったといえる。しかしこれも動画の波及効果について調査不足であり、今後どのような動画を作ることが望ましいか考えることが必要であった。またキャラクターを制作したものの、キャラクターを利用して他のチラシなどに活かすことができなかった。グッズの販売も、完全受注なため実際にイベントで見て手に取ってもらうということができていなかった。これらについても次年度に引き継ぐためにどのようなものを作ればよいのか、どのように売ればよいのか指針を立てておくべきであった。渉外チームについては、イベント時に連絡したきりとなってしまうことが多かったため、今後の活動として次に何を活かせるのか、連絡するときどのように気をつけるべきかの反省を適宜行う必要があった。

(※文責 : 秋元紳吾)

6章 中間発表会・成果発表会での評価

6.1 中間発表会の評価

6.1.1 集計

発表内容の平均点は7.1であった。

(※文責： 齋藤匠)

発表技術の平均点は6.4であった。

(※文責： 齋藤匠)

6.1.2 解析

発表内容については前日までスライドや発表内容を作成し、想定される質問の回答をあらかじめ検討しておいたため、当日にカンペを見るというマイナス点はあったものの時間通りに発表を行い、自分たちの行った内容を過不足なく発表できたと思うためこの平均点が得られたと思う。

発表技術については当日プロジェクターが動作不良を起こし、スライド前提で行う予定だった発表が出来なかったことが平均点の低さに表れていると思う。実際に、「プロジェクターが動かなくて残念だった」というコメントが多く見られた。

(※文責： 齋藤匠)

6.1.3 検討

IKABOのキャラクター性を高める工夫が見られるというコメントがあった反面、IKABO11号機は大きさ以外のインパクトに欠けるというコメントがあった。そこで、大きさ以外にアピールできるポイントを作り出して行くことを今後の改善点の1つとし挙げる。また、目標や明確な活動予定が不明確だったというコメントが何点か寄せられていた活動内容や目標、具体的な活動予定を作成することを改善点の1つとして挙げる。

(※文責： 齋藤匠)

6.1.4 評価

以上のことを踏まえて私たちの中間発表の評価は4点としたいと考える。理由としては、プレゼンテーション中に発表した内容をそのまま質問やコメントされてしまっていた。スライドには重要なキーワードしか書いていないため、こちらの説明を聞き逃すとわからなくなることもあるが、評価者がプレゼンテーションを十分に聞いていないのではないかと考えた。また、発表の際に練習不足でカンニングペーパーを見てしまっていたため、プレゼンテーションへの準備不足を反省し、4点とした。

(※文責： 齋藤匠)

6.2 成果発表会の評価

6.2.1 集計

発表内容の平均点は7.5であった。

(※文責： 齋藤匠)

発表技術の平均点は8.4であった。

(※文責： 齋藤匠)

6.2.2 解析

IKABO project

発表内容発表技術共に中間発表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、今回は1ヶ月前から制作に取り組み、時間的に余裕もあり多くの練習時間が取れたこと、そのことにより当日カンペを見るのが少なく時間通りに発表を行うことができた上で、こちらの主張がよく理解して貰えたことが今回の平均点に繋がったと思う。実際にアンケートでは、「目標がしっかりしていてわかりやすかった」「計画性があり、課題解決方法が明瞭だった」「発表全体の流れが上手くまとめられていた」等のコメントが多く寄せられた。

発表技術については、中間発表とは違い特に不具合もなく、多く練習してきたことが平均点に現れていると思う。「わかりやすいプレゼンだった」「スライドが見やすかった」「発表速度が適性でわかりやすかった」というコメントがあった反面、「全体的に声が小さく聞き取りにくかった」「一番伝えたいのが何なのかわからなかった」「IKABO 本体を動かさないなら動いている映像が欲しかった」というコメントもあった。

(※文責： 齋藤匠)

6.2.3 検討

IKABO のグッズが概ね好評であり、「黄色の IKABO グッズが欲しい」「もっと IKABO 全体を PR してグッズを売り込んでいくべきだ」「グッズを売り込んでいることを知らなかったのもっと広告活動するべきだ」「IKABO をデフォルメしてグッズを制作するべきだ」等多数の意見があり、今後の展開として IKABO グッズの制作に力を入れることを検討する。

(※文責： 齋藤匠)

6.2.4 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。以上のことと、まだこちらの意図や発表技術についての批評が多少寄せられていたことから成果発表の評価は7点とする。

(※文責： 齋藤匠)

7章 今後の課題と展望

前年度以前のデータが殆ど存在しないため一から模索することから始まった本プロジェクトだが、前期では1号機を使用したイカボたなばたイベントを催し、夏休み中に函館港祭りのパレードに参加するなどの活躍を見せた。また後期では、はこだてみらい館のオープニングセレモニーに参加し、IKABO1号機はその後みらい館に設置されることが決まった。IKABOのWebサイトを作成しTwitter等のSNSアカウントを引き継ぐことでIKABOについての説明や参加予定のイベント情報等を知らせるツールの開拓ができた。さらに、IKABOのキャラクターを作成しグッズ作成まで行うことができた。並行して行ったIKABO知名度調査においても、1年でおおよそ6%の向上という結果で終わることができた。

今後の課題として、次年度以降の引継ぎ資料作成とグッズ販売が挙げられる。まず引継ぎ資料の作成についてだが、今年度は来年度以降に引き継げる引き継ぎ資料を作成した。調査により集まった過去資料や、Webサイト、SNSのデータやイベントの企画運営方法等を引き継ぎ資料として作成した。これにより、今年度の本プロジェクトのように一から全て作成や検索する手間を省けると同時に円滑にプロジェクトを進めることが可能となった。このことから次年度以降も引継ぎ資料の制作をすることが必要であり課題であると考えられる。グッズ販売だが、グッズ制作が遅れてしまったために商品の実物を公開する機会が無かった。そのため、大学生協を初めとしてIKABOのグッズを販売していきたいと考える。成果発表会の時点でグッズが好評だったため、グッズ制作・販売を継続して次年度に引き継いでいきたい。今後はみらい館や五稜郭タワーなど今年度開拓した函館の施設や、Webサイト、SNSなどをきちんと引き継ぎ利用しIKABOと言えは函館と言われるまでに関連付け函館を活性化させられるように来年度以降の本プロジェクトに託して行きたい。

(※文責：齋藤匠)

IKABO project

【参考文献】

- [1]総務省(2016.7)「平成 27 年通信利用動向調査」, [online]
http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin02_02000099.html , <最終アクセス:2017.1.11>
- [2] 牟田淳(2013)「四角形及び顔の比率のもつ印象の研究」, 『東京工芸大学芸術学部紀要』 19, p1-11, 東京工芸大学
[online]http://ci.nii.ac.jp/els/110009893671.pdf?id=ART0010421416&type=pdf&lang=jp&host=ci&order_no=&ppv_type=0&lang_sw=&no=1481187042&cp= , <最終アクセス:2017.1.9>
- [3]山口真美, 尾田政臣(1997)「正面顔画像のカージオイド変換が年齢認知に及ぼす影響について」, 『電子情報通信学会論文誌』 1250-1259, 一般社団法人電子情報通信学会
[online]http://ci.nii.ac.jp/els/110003312013.pdf?id=ART0003736013&type=pdf&lang=jp&host=ci&order_no=&ppv_type=0&lang_sw=&no=1481187203&cp= , <最終アクセス:2017.1.10>

※1 suzuri … 画像をアップするだけでオリジナルグッズを作成、販売できる Web サービス。登録無料で、商品作成・在庫管理・配送なども全て行ってくれる。注文されてからグッズを頼まれた数だけ制作する完全受注生産制を取っている。