

地域課題の解決に向けた 地域探検ゲームの可能性と課題 ～岐阜県御嵩町地域探検事業 「ミタケ・クエスト」を事例として～

東 善朗¹・水谷 香織²

¹正会員 パブリック・ハーツ株式会社（〒456-0023 名古屋市熱田区六野1-2-21 MCT2203）
E-mail:azuma@publichearts.com

²正会員 パブリック・ハーツ株式会社（〒456-0023 名古屋市熱田区六野1-2-21 MCT2203）
E-mail:kao@publichearts.com

地域には、観光、住民による地域活性化、子どもの育成、インフラ整備における合意形成等、いくつもの課題がある。これらの課題解決に近づく手段として、地域探検ゲームの可能性と課題を検討する。事例として、岐阜県御嵩町地域探検事業「ミタケ・クエスト」を取り上げる。これは、まちなかをフィールドとして、まちの歴史、自然、商店に関するクイズ、路地での宝探し、地元協力者宅の軒先を利用したゴム鉄砲勝負など、予め設定された課題をクリアするリアルロープレイングゲームである。3年間の取り組みを通じて、滞在時間の向上、商店の売上向上、まちのにぎわい創出、リピート来訪者の増加、新たな地域資源の発掘、鉄道存続問題の周知拡大等の効果が見られた。より楽しい企画、より地元主体で無理のない取り組みに進化した経緯を追いながら、その要因を探った。

Key Words : *gamification, public involvement, Co-production, RPG,*

1. はじめに

わが国では多くの地域で、まちづくりビジョンや、景観形成を考える取り組みがすすめられている。こうした取り組みにおいて、社会基盤をはじめとするハード事業におけるパブリック・インボルブメント（以下、PI）や、まちづくりをはじめとするソフト事業における協働というキーワードが、頻繁に使われている。

PIの定義について、「公衆関与」と、「公衆関与を保証する手続きやシステム、あるいは手法」の2つに大別して概観し、わが国の代議制民主主義において直接民主制的要素が制限的なために、これを導入しようとする試みであるとの指摘がある。また、その有用性として、人々の公民的な資質についての教育効果と、行政の合理性の向上がある一方、多数者の専制が生じる危険性が存在することが述べられている¹⁾。

また、協働を掲げたまちづくり事業についての、住民アンケート調査の分析では、事業主体の活動やしぐみへの認識の違いによって、事業に対する評価に差異がある

ことを統計的に検証し、認識の違いによって異なる意識構造をモデル化している²⁾。いずれも、公共的な事業の円滑な実施や評価に有用であると考えられる。一方、協力的態度の形成の仕組みについては、地域の歴史的な成り立ちや歴史資産に対する理解があるほど、住民はそれらの社会的価値を高め、地域コミットメントや地域活性化に対する協力意向が強いとの考察がある³⁾。

PIや協働といった住民の関与が、地域課題の解決に貢献するためには、地域住民による地域課題についてのより深い認識と、施策への住民協働を引き出すことが重要である。本研究では、その具体的方法を地域探検ゲーム「ミタケ・クエスト」の事例で検討する。まず、地域探検ゲームを利用した地域課題の認識と協働の創出について、仮説にもとづくアプローチと、事例の地域課題を示す。次に、その実施方法と結果を示す。さいごに、実施によって見られた長所と短所を把握し、その可能性と課題を明らかにする。

2. 地域課題と解決に向けたアプローチ

一般的な課題啓発や協働創出へのアプローチでは、もともと課題に関心を持ちやすい経験や資質を持つ地域住民が多くない場合、その展開は限定的なものとなる。そこで着目したのが、ゲーミフィケーションである。

(1) ゲーミフィケーションというアプローチ

民間企業の組織内や教育分野、ソーシャルネットワークにおいて、ゲーミフィケーションという方法が注目されている。人を夢中にさせるゲームのメカニズムを応用し、ゲーム以外の分野で利用者の行動を促す手法である⁴⁾。東日本大震災の直後には、節電や災害を題材とした携帯アプリが展開されるなど、ゲーミフィケーションは、様々な分野に拡大しつつある。

地域課題に応用した場合には、実施をきっかけとした利害関心の喚起や協働創出の効果が発生し、ゲーム内での地域資源の認識による社会的価値向上や、自発的な課題認識を促すのではないだろうか。こうした仮説のもとに、新たなアプローチとして、地域資源を活用したゲーミフィケーション「クエスト（リアルRPG）」を設定した（図-1）。

ゲーミフィケーションを核として、その実施協力という形での協働を促し、さらにゲーム内容によって関与した人々が地域資源を認識するものである。地域住民にとっては、必ずしも課題認識が先にあるのではなく、地域について考える機会を持つことによって、結果的に地域課題の認識が促される側面を持つ。

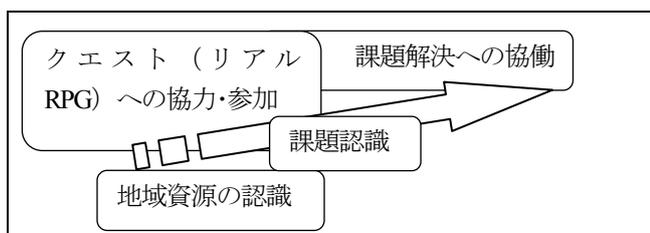


図-1 クエスト（リアルRPG）を活用したアプローチ

(2) クエスト（リアルRPG）の特徴

既に社会経済的、教育的に価値が認められている、普遍的な3要素を組み合わせるゲームを構成していることが特徴である。

a) RPG（ロールプレイングゲーム）：頭を使う魅力

配役を演じながら、物語を自ら進めていくゲームは、約30年前の「ドラゴン・クエスト」から、現在のソーシャルネットワークゲームまで、ひとつのジャンルとして人気を保ち続けている。

b) リアルゲーム：体を動かす魅力

現実空間を利用した「鬼ごっこ」や「宝さがし」など、

伝統的な遊びであり、これらを観光施設や観光地の魅力向上コンテンツに応用した、宝探しを専門に取り扱う会社が存在している。

c) コミュニケーション：人と関わる魅力

子どもの教育のみならず、大人にとっても必要と認識されることが多く、旅の価値を高める要素でもある。幼児期に子どもが社会と接触する「はじめてのおつかい」に魅力を感じる親は多く、小学生の保護者にも同様の実施願望がある。受け入れる側の施設や地域にとっても、人との関わりに魅力を感じる側面がある。

(3) 岐阜県御嵩町における地域課題

事例の地域課題は、愛知県犬山市にある犬山駅から岐阜県御嵩町にある御嵩駅までの22.3kmを結ぶ名鉄広見線のうち、岐阜県可児市と御嵩町を走る、新可児～御嵩駅間7.4kmの存続問題である。人口減少や年齢構成の変化に伴い、利用者数が減少傾向にある。とくに、新可児駅から終点の御嵩駅を結ぶ区間については、通学定期券による利用者比率が50%以上と高い中で、沿線高等学校の定員数減少が進んでいる。

2007年11月に鉄道事業者である名古屋鉄道株式会社が、単独での路線維持は困難であると、沿線市町である御嵩町と可児市に対して申し入れた。これを機に2008年5月、御嵩町、可児市及び八百津町による名鉄広見線（新可児駅～御嵩町駅）対策協議会が設立され、2010年度より3年間、財政支援と利用促進事業が実施される事となった。2013年4月からは、2012年度利用者数の維持を目標として、さらに3年間の財政支援と利用促進事業に取り組んでいる。行政主導で編成された名鉄広見線活性化協議会には、学校、自治会連合会、商工会等の代表が参加しており、地域一体の取り組みとなっている。

2010年度からの財政支援の検討に使われたアンケート調査の結果では、約65%の住民が財政支援について肯定的な意向を示していたが、一方で個々の地域住民には、マイカーを利用している比率が高く、採算のとれない鉄道は不要であるという意見もある。さらに、地域住民の活動が「名鉄広見線を守ろう会」による廃線反対運動として盛り上がったものの、先鋭化の印象を受ける人もいたことから、存続問題そのものに距離を置く住民も少なくなかった。

将来のまちの姿を左右する公共交通のあり方について、地域内に様々な温度差がある中で、存在価値をどこまで重視して公的に支えるかという点と、どのように当面の利用者減少に歯止めをかけて利用価値を高めるかという2つの点が、具体的な地域課題として顕在化している。

本稿の事例である地域探検ゲーム「ミタケ・クエスト」は、本章で述べた地域課題とその解決に向けたゲーミフィケーションによるアプローチの実践である。

3. 地域探検ゲームの実施

(1) 地域探検ゲームとは

本稿で考察する事例は、岐阜県御高町において、地域探検事業として実施された、「ミタケ・クエスト」である。ゲームの概要は、中山道の宿場である御嶽宿を中心としたフィールドで、まちの歴史、自然、商店に関するクイズ、路地での宝探し、地元協力者宅の軒先を利用したゴム鉄砲勝負など、予め設定された課題をクリアする、ロール・プレイング・ゲーム（RPG）である。

地域課題である電車利用の活性化を視野に入れた雇用創出事業として、2010年7月～11月の毎週末に開催され、トライ&エラーが繰り返された。2年度目と3年度目は、実施を求める声が参加者や協力者にあったことから、初年度の内容をもとに、年度末である2月～4月にかけての土曜日に、名鉄広見線活性化協議会の電車利用を促進する事業として実施された。

(2) 実施方法

本節では、実施内容や地域住民の協力と、3年にわたるゲーム内容の改善と変化について述べる。

a) 実施の流れ（図-2）

参加の魅力と社会的意義を伝え、小学校にてチラシ配布を依頼し、参加者を募集する。参加者には開催日までに、悪者の退治を依頼する長老からの手紙と、探検の中で取り組む試練を記した手引きと、現地店舗で使用できる割引券、保護者への注意事項を郵送する。手引きの冒頭には、背景ストーリーが書かれており、示されたQRコードでwebサイトにアクセスすると、悪者が悪事を働いている画面が表示される。このサイトはパスワード入力画面となっており、間違ったパスワードでは退治できない。このパスワード探しが、ゲームのミッションである。

b) 地域探検ゲームの内容

宿場町の交流施設に設置した受付で、当日の地元協力者の配置が記されたマップを入手し、探検を開始する。クイズ、宝探し、勝負の各試練で3つのヒントが揃い、最終パスワードのありかがわかる。クイズは、地元年配者からの聞き取りにもとづくものもあり、路地での宝探しは、絵地図でわかりにくく示しているため、まちの人に見せ、一緒に考える必要がある。勝負は、まちの人とのやりとりが確実に必要な試練である。

最終目的地には電車で向かい、パスワードを獲得したら、受付に戻って（もっていれば自分の携帯で）、webサイト上の悪者を退治すると終了となる。ゲーム途中でクエスト看板を掲げたお店では、合言葉で「小判」を獲得できるようになっており、その獲得総額ランキングを集計している。

c) 地域住民の協力内容

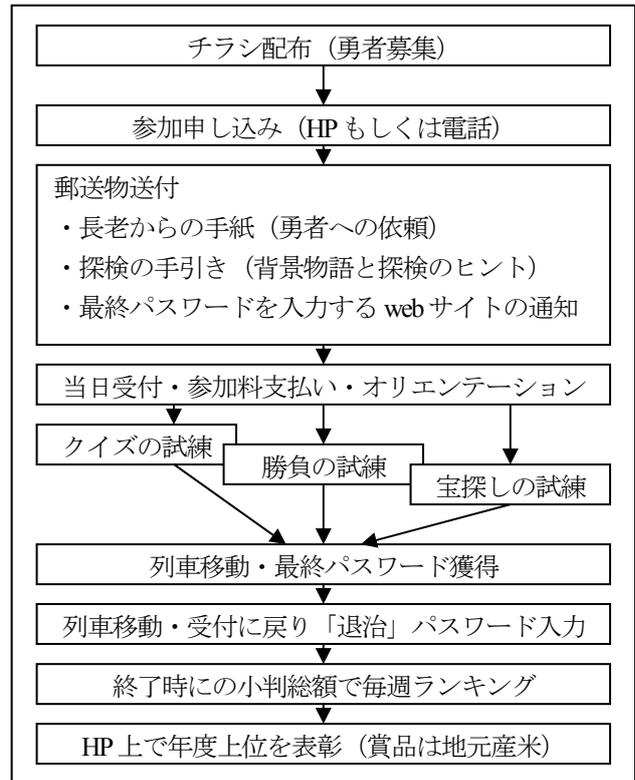


図-2 地域探検ゲーム「ミタケ・クエスト」の流れ

実施告知と尋ねられた際の協力依頼については、周辺地区に回覧板で行っている。初年度は、宿場内の街道沿い店舗に書面を持参（不在時は投函）を合わせて行った。また、クイズのヒントを教える役や、小判を参加者に渡す役は、事前調整が必要であり、地域住民とのコミュニケーションや紹介によって直接依頼している。

協力内容については、図-3に示したように、3段階の協力機会を用意することで、協力者の「できるだけ協力する」という意向を最大限活用し、レベルのアップとダウンが随時可能なものとなっている。

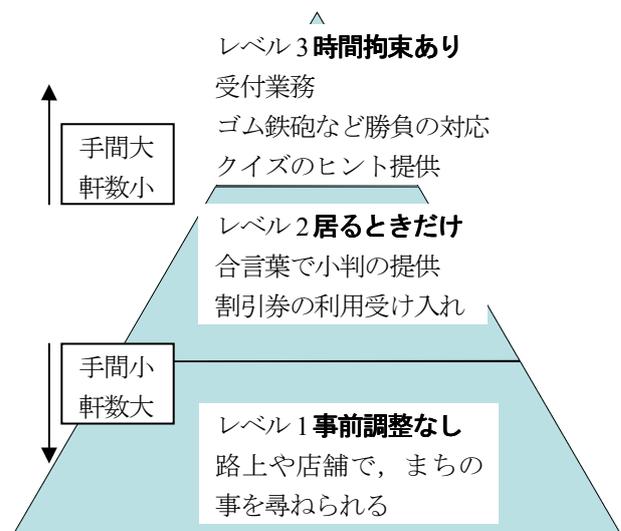


図-3 地域探検ゲームへの協力の3段階

d) ゲーム内容の見直し

初年度は、手引きに含まれる試練の改訂が頻繁に行われ、協力者より大人が楽しめることを指摘されて作られた、大人向けの地域資源クロスワードクイズも含めると、20パターンほどの内容が提供された。2～3年度目は、年度あたり一つの手引きで実施されている。

初年度前半は、来訪時の電車利用を促すのみで、ゲーム内では電車を利用しないストーリーであったが、来訪者の「電車に乗るのが楽しかった」との声から、最終目的地には電車で向かうものとし、乗車自体をアトラクションとして盛り込むこととしている。

2年度目からは、参加者の年代と能力によって、ゲーム内容に不足することが無いよう、ボーナスステージとして、大人が全力で取り組んでも1日では終わらない、広域的な宝探し（高額小判）が用意されている。

協力者の変化は大きく、初年度の開始直後にはレベル2と3を数件確保してゲームを開始したが、実施していく中で、様子を見ていた人々が協力者として加わり、図4のように店舗6件、個人宅9軒に広がった。その後も、協力のハードルを如何に下げかに主眼を置き、弾力的かつ持続的に協力者を確保している。変化の傾向としては、営業中の店舗によるレベル2「ついで協力」の増加と、個人協力者のレベル1と3への二極化による減少が見られている。持続的な実施を可能とするため、協力負担の大きいレベル3を最小限にするよう、ゲーム内容の見直しを図っている。

3年度目には、割引券の利用受け入れと小判を渡すという簡単な協力を、二つセットとすることで、協力のハードルを下げた。これによって協力者の分布は、駅から距離のある飲食店や、電車移動を伴う隣の宿場「伏見

宿」にまで広がっている。

協力者に呼びかけて振り返りの会議を開催し、良し悪しとともに、次年度以降の実施への期待や課題も共有している。ゲームの概要を把握できていない協力者が多く、早い段階での情報共有や、参加者対応の基準明確と、クイズ内容を施設や地元の高校生や歴史団体が考えるメリットが指摘されている。振り返りを活かし、2年度目以降には、企画準備段階で協力の呼びかけを行い、ゲーム内で使用する「小道具づくり」や当日の受付業務といった裏方にも住民協力が得られている。

受託事業者が全て実施した初年度の運営であったが、こうした住民協力の安定化と様々な省力化を背景に、3年度目には、準備以外は地元（行政職員と住民有志）で運営できるまでに変化している。

(3) 実施結果

実施結果数値として、開催状況と参加者、協力者とその内訳、電車利用者を表-1に示した。

a) 開催状況

開催日数は、事業の運営形態と予算額の違いから、年度によって大きく異なる。初年度は2010年7月～11月の土日祝日を開催日として、合計33回であった。2011年度と2012年度は、熱中症対策として夏を避け、イベント集中期である秋を避け、行政や店舗などの運営や協力者側に無理のない運営をおこなうため、春先の3月を中心とした土曜日6回のみの実施となっている。

b) 参加者

参加者分布はチラシ配布と同様となっており、ほとんどが、名鉄見線沿線の小学生とその家族である。中学生だけや、大学生グループなどによる参加もあり、小学生以外にもPRした初年度には、ウォーキングや歴史関連の年配者グループ参加も含まれている。

開始直後の初年度前半は、参加者が少なく継続が危ぶまれたが、後半からは、口コミがひろがり、終盤以降は3年度目まで予約を制限する状態となっている。なお、予約制限とは、協力者への負担配慮から、対応可能な受け入れ人数を50人程度と設定したもので、以後3年度目まで目安となっている。

表-1 開催日と参加者と協力者の数

	2010年 度前半	2010年 度後半	2011年 度	2012年 度
開催数(日)	17	16	6	6
参加数(組)	—	—	50	58
参加者(人)	214	855	192	216
協力者(軒)	10	15	15	21
内レベル2	0	0	1	12
内レベル3	10	15	14	9
電車利用(人)	457	2,063	384～	432～



図4 地域探検ゲームのエリアと協力者の分布（初年度）

リピート参加が多く、3年度目は、2年度目と同一内容の試練が多いことを示して、初参加を優先しようと試みたが、口コミやリピーターによる紹介が多かった。2年度目同様、予約開始から10日程度で満員となっている。

c) 協力者

協力は、一日だけの協力依頼を基本としていた初年度に少しずつ拡大し、3年目の2012年度には、無償であるにもかかわらず、継続的な協力が21軒に増加している。前出の改善部分で述べたように、レベル2と3の振り分けによって、営業に支障をきたす具合を考慮して調整している。また、実施経験の中で、無理のない協力内容を、依頼者と協力者の双方が想像できるようになりつつある。また、3年度目には、個々の日程確保が難しかった個人の協力が少なくなり、営業中の店舗による「ついで協力」の増加による総数の増加が見られる。

d) 電車利用者数

ゲームの最終パスワードは、電車移動した先に設置されており、ゲーム内で一人2回乗車するようになっている。また、ボーナスステージとして設定した宝探しは、途中下車を必要とするものとなっており、乗車回数が3回以上のグループもある。また、参加者の一定割合は、来訪時に電車を利用しているが、2～3年度目は比率を把握していないため、加算していない。

4. 地域探検ゲームの評価

本節では、参加者と協力者による評価を、アンケートやヒアリング、会議記録からまとめた。

(1) 参加者の評価

2010年度と2012年度の実施期間中に、参加者アンケートを実施した。

a) 2010年度アンケート調査

探検ゲーム終了直後に、保護者を対象として直接配布し、当日回収した。N=198である。参加者（保護者）意識の定量的分析から、旅行や娯楽という要素に対する評価や期待が参加者意識の中で最も大きく、続いて子連れ来訪の誘客を狙って盛り込まれた教育的要素も、保護者の心理的側面から客観的評価と満足度の両方で評価が高い。また、子どもの年齢や、どこから来たかによって、重視する要素に違いがあることもわかっている⁹⁾。

b) 2012年度アンケート調査

探検ゲーム終了直後に、子どもたちを含む参加者全員を対象として直接配布し、当日回収した。N=170である。

2010年度の調査で、参加者評価が高いことは明らかになっているが、子どもたちにとっての魅力要因と、リピートや口コミに関する意向について質問している。ここ

では詳しく述べないが、リピート意向は「やりたい」82%、「ちょっとやりたい17%」と非常に高い。

アンケートの自由記載欄には、100件以上のコメントが寄せられており、地元参加者保護者からの「知らない事がたくさんあった」といった気づきや、電車を含めた地域資源への再認識を述べたもの、来訪者からの探検ゲームの再実施希望の声などが記載されている。

(2) 協力者の評価

2010、2011年度には、協力者に呼びかけ、振り返りの会を実施した。また、2012年度については、協力についてのアンケート調査を実施している。

協力者からは、「継続を希望する」、「にぎわいがあった」、「店へのメリットがあった・無かった」、「住むまちの事を知る機会」、「町外からの来訪者が楽しそうだった」、「町を見直した」、「いつもは参加しない人まで参加できた」、「関わるまで、良さがわからなかった」、「協力者がいる現条件は続けるのに良いのでは」、「大人でも楽しめるから子どもに限定することは無い」といった意見が挙げられている。

5. 考察

(1) 地域探検ゲームのアウトカム

3年間の取り組みを通じて、得られた効果を整理する。

a) 滞在時間の向上

朝の受付から、早くとも午後1時を過ぎるまで、所要時間が4時間程度かかる内容であった。さらに、2年度目から導入された獲得小判の総額を競うランキングによって、時間の限りまちなかを回遊する動機を創出した。

b) 商店の売上向上

クイズや小判の配置など、ゲーム内容をコントロールすることにより、飲食店の売上など購買につながる接点を、時間とエリアの管理で創出することが可能であった。さらに、商店で使用可能な割引券を事前郵送物に同封することで、あらかじめ昼食購入を計画することを促せた。

c) にぎわいの創出

ゲームの性格上、同じ場所を何度も通る回遊が発生し、少人数でもにぎわいの度合いが高まった。あらかじめ依頼している協力者以外にも、子どもが回遊するにぎわいを評価する声があり、ゲームの支持者や協力者を増加させる効果が見られた。

d) リピート来訪の創出

初年度では同じグループが最大6回来訪している。3年連続参加者も複数おり、早い段階で予約が困難となる原因が、リピーターの存在である。リピーター1人が3～4人の初参加者を引き連れてくるケースも散見され、アン

ケートでも確認できている意向を、計画的な来訪誘客につなげることが可能である。

e) 地域資源の活用

景観整備や道路整備によって、雰囲気も良く、歩きやすくなっている街道の町並みがあり、何度も通ることによる活用と、改めて来訪する契機となっている。観光資源の対外的PR機会の効果が見られた。また、地元住民にとっても、自らの居住するまちの自然や史跡に目を向ける効果があった。地元参加者には、文化継承を核とした子どもの育成といった活用意図も聞かれた。

f) 地域資源の発掘

B級グルメに出展した飲食店のメニューなど、まちの新たな名産、誰も知らない史跡や逸話など、既存の情報として広まっていない地域資源を発掘し、ゲームに織り込むことが可能であった。地元高校生が授業で作成した地域マップや、年配者の歴史愛好会が活動するなかでピックアップされた地域資源を元にゲームを構成することもあり、既存の取り組みを支援する効果も見られた。

g) 地域内外の交流

地域住民にとっての来訪者との交流、来訪者にとってのコミュニケーションを核とした子どもの育成、地域内同士の交流創出の効果も見られた。

(2) 地域課題の解決に対する可能性

本節では、事例の名鉄広見線存続問題に対する、地域住民の地域課題への認識や姿勢と、地域住民同士の交流、現実に執り行われている施策に関する協働の3点について述べる。

a) 地域住民による地域課題の認識

地域探検ゲームは、子どもが回遊してまち歩きを楽しむなかで、話しかける必要性が組み込まれていることにより、住民を巻き込む重要な役割を果たす。住民にとってこの対応は、楽しさとともに、住民であるとの自覚をもたらす。このアプローチには、地域課題への立場や政治的姿勢とは異なる次元で、実施に協力する意向を引き出す効果があると考えられる。

つまり「電車はまちづくりに必要」と説くような啓発ではなく、特定の施策への支持を求めるものでもない。

「まちの将来をイメージする」という課題の基礎となる認識を、来訪者を受け入れる経験と実感、自らのまちに対する誇りや、地域資源の認識による社会的価値の向上から促す効果があると考えられる。

地域課題に対する住民姿勢の変化は、アンケート調査への回答や、選挙をはじめとする意思決定経路において、関心と深い認識にもとづく、より納得度の高い選択の実現に貢献するであろう。

b) 地域住民同士の交流

地域住民同士には、課題に対して温度差がある。協力

者に呼びかけて振り返りの会を開催し、議員やまちづくり団体、名鉄広見線を守る会、公共施設職員、商店従業員や個人、役場職員など、普段は同席しえない交流を、「協力者」という関係で実現している。目的が共通する取り組みから、地域課題については異なる立場同士が、フラットな交流を持てる場を用意できる可能性がある。

c) 利用活性化事業に関する協働

当面の電車利用者を減少させないため、外からの来訪を意識した利用価値向上の効果が見られた。地域内外の参加者を楽しませ、電車利用をゲームの魅力要素として活用していく点について、ゲーミフィケーションの応用は効果的である。また、利用者数を増加させる点では、規模を拡大したフィールドとストーリー検討されている。「名鉄広見線の存続には賛成しないけど、まちとしてプラスだから協力したい」という声に象徴されるように、「電車に乗ってください」と言われても困惑する地元住民も、「電車を利用して子どもたちが探検するので、できる分だけ協力してください」であれば協力しやすい。こうした、結果的な協働を促す潜在能力は高いと考えられる。

(3) 地域探検ゲームの課題

a) 許容来訪者数の制限性

協力のレベル分けによって、地域の人材資源の潜在能力を引き出す効果があるものの、許容来訪者数には限りがある。参加者のホスピタリティと地域住民協力者の歓迎する気持ちが直結しているため、来訪者数と協力負荷の管理は重要な課題である。

b) ゲーム性の確保

ゲーム性を確保し、ゲームのストーリーと社会的課題を関連付けることで、より一層、課題への注目と協力が促されると考えられる。しかし、地域課題に傾倒しすぎて、ゲーム性を損なうと、そもそもの参加者が確保できないため、バランスをとることが重要である。

c) 対象ターゲット毎の内容の簡素化と洗練化

地元住民と来訪者の違いや、大人と子どもの違いなど、対象者にあわせて内容を簡素化し、洗練する必要がある。広域的な観光を創出しようとする場合、ターゲットであるセグメントに対応した、適切な内容とPRルートが課題となる。

6. おわりに

より楽しい企画、より地元主体で無理のない取り組みとして進化した経緯を追いながら、結果的に見られた、地域課題への利害関心と協力者の拡大要因を探った。地域課題とその解決に向けたゲーミフィケーションによる

アプローチの有効性が確認できた。根拠となる主な結論3点を以下に述べる。

- ゲームに真剣に取り組む子どもたちへの対応は、容易で楽しく、協力しやすい。その結果、意図せぬ協力や、既存の施策への立場に影響されにくい協力が引き出しやすく、協働の創出が期待できる。
- ゲームによる回遊のにぎわい効果と、地域資源に関する再認識や誇りが、地域そのものの社会的価値を高め、関心を促すことで、住民が地域の将来や課題について考える契機となる。
- ゲームの実施に必要なフィールドの協力は、地域住民から最大限引き出すためには、関与段階を複数用意し、都合に合わせて流動的に対応することが有効である。

本事例の手段は、利活用の促進を課題とする公共的な施設や、地域文化の継承や人口定着率を高めるための地域自体の社会的価値向上にも応用が見込まれる。大規模な公共事業においても、事業への認識や納得度を、より効果的に高めるための手段として応用することも期待で

きる。今後は、より幅広い課題についてゲームの応用を実践し、その効能を把握分析していくことが求められる。

参考文献

- 1) 藤井 聡,矢嶋宏光,羽鳥剛史,岩佐賢治: パブリック・インボルブメント (PI) の論理—「良識ある公衆」による「議会制民主制下の行政」への関与についての政治学—,人間環境学研究, 6 (2), pp.27-44, 2008.
- 2) 三井栄, 東善朗:まちづくり事業に対する住民意識の把握—名古屋「港まちづくり協議会」を事例として—,日本地域学会報告論文,2012.
- 3) 引地博之,大淵憲一,青木俊明:居住地における協力行動の促進—歴史資産の熟知度と地域コミットメントの効果—,第40回土木計画学研究発表会・講演集,2009.
- 4) 村田輝行:ゲーミフィケーションの活用事例と課題,NRI 情報技術レポート,2012.
- 5) 東善朗,三井栄: 地域振興イベントに対する参加者満足度の定量的把握—岐阜県御嵩町地域探検事業を事例として—,日本年学会年報, VOL.45,2012.

(2013.5.7 受付)

The Regional Exploration Game Approach as a Solution to Regional Problems Case of a Regional Exploration Project at Mitake in Gifu Prefecture

Yoshiro AZUMA, Kaori MIZUTANI