

**2019**

**Future Generations**

**活動報告**

# Future Generations について

- 高校生13名で活動
- 今年3月から活動開始
- 「スポーツ流鏑馬で十和田市を日本一輝ける街へ」をテーマに社会貢献活動
- 活動を通して、社会で活躍するための力を身に付ける

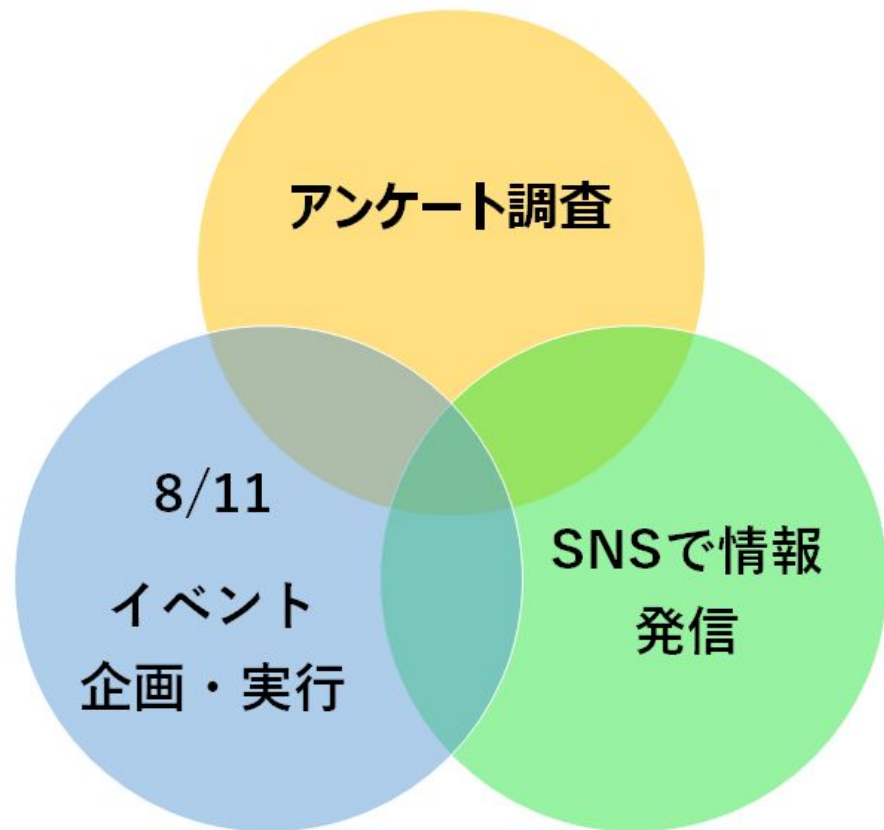


# 第1部

## 今年度の活動について

# 2019 Future Generations活動概要・目的

---

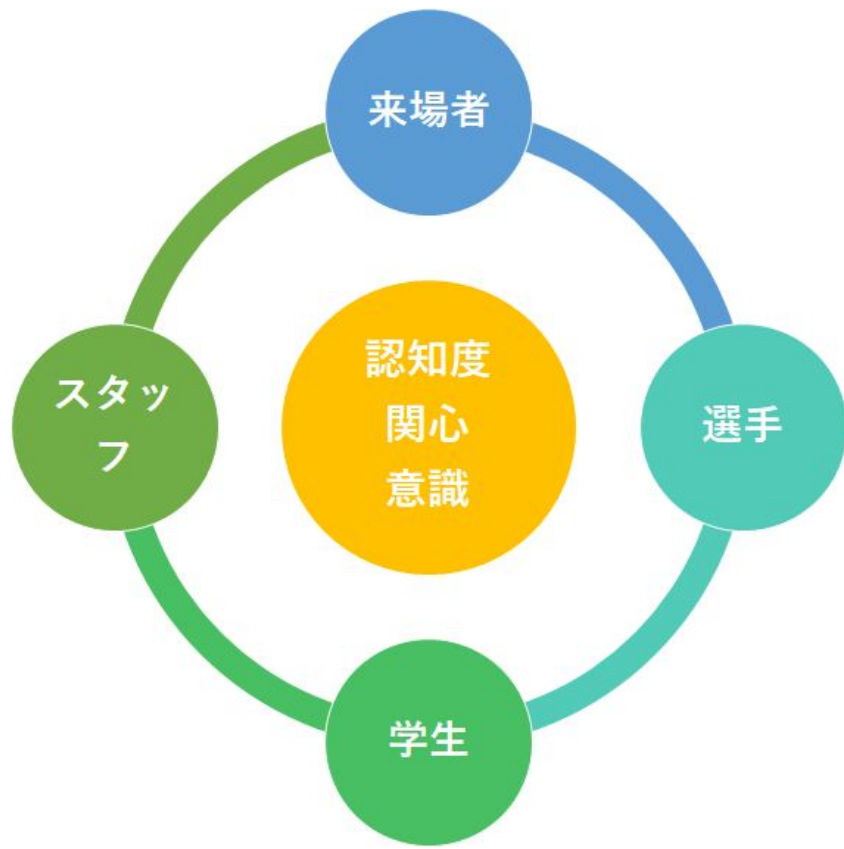


- アンケート調査
  - 流鏝馬の現状を把握し  
発展のヒントを得る
- 8/11イベント企画・実行
  - 大会の内容充実
- SNSで情報発信
  - 情報を拡散し、流鏝馬を  
広くアピール

# アンケート調査

# 1. アンケート調査の目的

---



流鏝馬の  
認知度・意識・関心  
を調査



調査結果より  
流鏝馬発展のヒント  
を得る

## 2. アンケート項目

---

### ①選手版

- ・性別と年代
- ・流鏝馬での目標や目的
- ・イベントや大会の満足度

### ②明治中ボランティアスタッフ版

- ・性別と年代
- ・大会運営で大変なこと
- ・大会に足りないと感じる要素
- ・スタッフとして働く中でのやりがい

### ③来場者版

- ・性別と年代
- ・出身地
- ・イベントを知ったきっかけ
- ・イベントで面白かったこと
- ・流鏝馬の魅力

### ④学生版

- ・性別と学生区分
- ・流鏝馬を知っていたか
- ・桜流鏝馬に行ったことがあるか
- ・イベントに求めるもの
- ・十和田市で行われて欲しいイベント

### 3. 選手版アンケート結果

---

- 若い世代の選手が少ない
- 「大会で良い成績をとること」をモチベーションにしている
- 「趣味」として流鏝馬をやっている方が多数
- もっと多くの観客に見てもらいたいという意見が多数あった



## 4. 来場者版アンケート結果

---

- 20代の来場者が少ない
- ポスターのイメージが「まじめすぎる」との意見があった
- 流鏑馬体験・弓矢体験・クイズラリーなど「体験型・参加型企画」が人気
- 「流鏑馬は迫力があって見ごたえがある」と感じる人が多く、ほとんどの来場者が「また見たい」と思っている

## 5. 明治中ボランティアスタッフ版アンケート結果

---

- イベントに不足しているものとして、「観客の動員数が少なく盛り上がり欠ける」という意見が多数あった
- 大会以外の「企画」「飲食屋台の出店数」を増やしたほうがいいという意見があった

## 6. 学生版アンケート結果

---

- 約4割の学生が「桜流鏝馬」を見に行ったことがない
- その理由として、「機会がなかった」「興味がない」「知らなかった」などが挙げられる
- イベントに求める要素は「屋台」の充実
- よく使用するSNSは、Instagram・Twitter

## 7. アンケート結果の考察

---

- 見た人を魅了する力が流鏝馬にはある
- 「流鏝馬大会」と「その他のイベント企画」双方の内容充実がイベント拡大につながる
- 来場者は「体験型・参加型」のイベントを求める
- 次世代を担う若者を取り込むためには、SNSでわかりやすく流鏝馬・イベント情報を発信することが有効
- 若い世代も気軽に流鏝馬を始められるような環境作りをし、競技者人口増加を目指す

# 8/11スポーツ流鏑馬大会での イベント企画・実行

# 1. イベント企画内容と目的



流鏝馬に関連する  
新しい企画を実行



大会内容を充実させ、  
「感動」「知識」  
「体験」「思い出」を  
来場者に提供

## 2. パネル展示企画内容

- 流鏑馬の歴史・文化を日本語と英語で紹介
- 流鏑馬の知識・理解を深めてもらうことで、「愛着」を持ってもらうことがねらい



### 3. パネル展示活動結果

---

#### 良かった点

- クイズラリーとの連携で予想来場者数を上回る反響
- 英語版に興味を持って読んでくれた外国人が多数いた

#### 反省点・改善点

- 質問コーナーはあまり目立たず、質問してくれる人がいなかった



## 4. パネル展示活動からの考察

---

- 外国人・海外へ流鏑馬を発信していくために、英語を用いて表現することは必須
- 制作物・企画に興味を持ってもらうためには、他の企画と連携するなど「内容」「伝え方」を工夫することが大切

## 5. 記念撮影企画内容

- 2種類のコースを用意
  - 「衣装のみ」 100円
  - 「衣装＋馬上」300円
- お客様のカメラで撮影
- 集客目標人数...30名



## 6. 記念撮影活動結果

---

### 良かった点

- 来客者数27名、売上5,700円
- 「衣装＋馬」で撮影が人気
- 家族連れ、外国人に大反響

### 反省点・改善点

- 段取り通りにいかなかった
- 「写真映えする場所」を演出する必要あり
- 1日を通して「衣装＋馬上」で撮影できるようにしたい
- 値段設定

## 7. 記念撮影活動からの考察

---

- 「日本らしさ」「伝統」「体験」「思い出になるもの」を求める人が多いので、それらを取り入れた企画は有効
- 「家族連れ」「外国人」をターゲットにした企画も有効
- 待っているだけではお客様は来ないので、「呼び込む」「PRする」意識を持つことが大切

## 8. クイズラリー企画内容

- クイズを通して楽しみながら流鏝馬の歴史・文化を学んでもらう
- 挑戦者のモチベーションを上げるために景品を用意
- パネル展示と連携して、集客をねらう



## 9. クイズラリー活動結果

---

### 良かった点

- 参加人数138名
- アンケート調査で「おもしろかった企画」として多数の人に選んでもらえた
- 老若男女問わず多くの人に流鏝馬の知識を伝えることができた

### 反省点・改善点

- 予想より全問正解者が多出してしまい、景品の受け渡しが予定通りにいかなかった
- 答えをスマホで調べる人もいたので、出題問題を工夫する必要がある

## 10. クイズラリー活動からの考察

---

- 「参加型」のイベントは人気
- パネル展示と連携したように、他の企画・イベントブース出展者とも連携し、客の流れを循環させる



# 11. パンフレット制作・配布企画内容

- イベント内容、出場選手・馬の紹介
- 選手や馬を身近に感じてもらい、「ファン」を増やすことがねらい





## 12. パンフレット制作・配布活動結果

---

### 良かった点

- 多くの人にイベント内容や出場選手・馬について詳しく紹介することができた
- 来場者や選手の方々に大好評だった
- パンフレットを配布しながら、他の企画への呼び込みを上手くすることができた

### 改善点・反省点

- 来場ピーク時間を読み間違え、パンフレットを全て配布しきれなかった
- 制作コストが高い

## 13. パンフレット制作・配布活動からの考察

---

- パンフレットに掲載した出場選手情報・キャッチコピー等は、「選手を良く知ってもらおう・興味を持ってもらおう」手段として非常に有効
- ただ配布するのではなく、「見てもらいたい」「知ってもらいたい」「楽しんでももらいたい」という気持ちで来場者とコミュニケーションをとることで、より興味を持ってもらえる

# SNSの活用

# 1. 今年度のSNSの活用

- **FGの活動内容**
  - ワークショップ
  - プレゼンテーション
  - 準備の様子
- **イベントの告知**
  - 8/11スポーツ流鏝馬大会
- **出場選手・馬・十和田市・流鏝馬の紹介**



Future Generations @F... · 2019/08/05 ▾

8/11スポーツ流鏝馬八戸大会

出場選手紹介24 🐎🐎✨

～一般の部～

『立てば芍薬、跨ぐは牡丹、駆ける姿は百合の花』

🐎 岡田岬

🐎 牡丹

「久しぶりの公式大会&久しぶりの相棒牡丹です。精一杯がんばります！」

@towada\_joba

#流鏝馬 #青森県 #八戸市 #櫛引八幡宮



## 2. 次年度のSNSの活用

---

- 来場者に拡散してもらう
  - 記念撮影コーナーで撮った写真をSNSに投稿してもらう
  - イベント前から「#～で投稿しよう！」でPR
  - SNSを見てイベントに来た人に特典をつける



来場者の力を借りて  
拡散範囲を拡大し、  
集客力アップ

### 3. SNSの有効活用

---



拡散範囲を広げることで認知度を向上させ、  
更なる流鏝馬の発展・集客力のアップを目指す

流鏑馬は非常に魅力的であり、  
更に発展する可能性に満ちている

工夫して新しいアイデアを生み出し



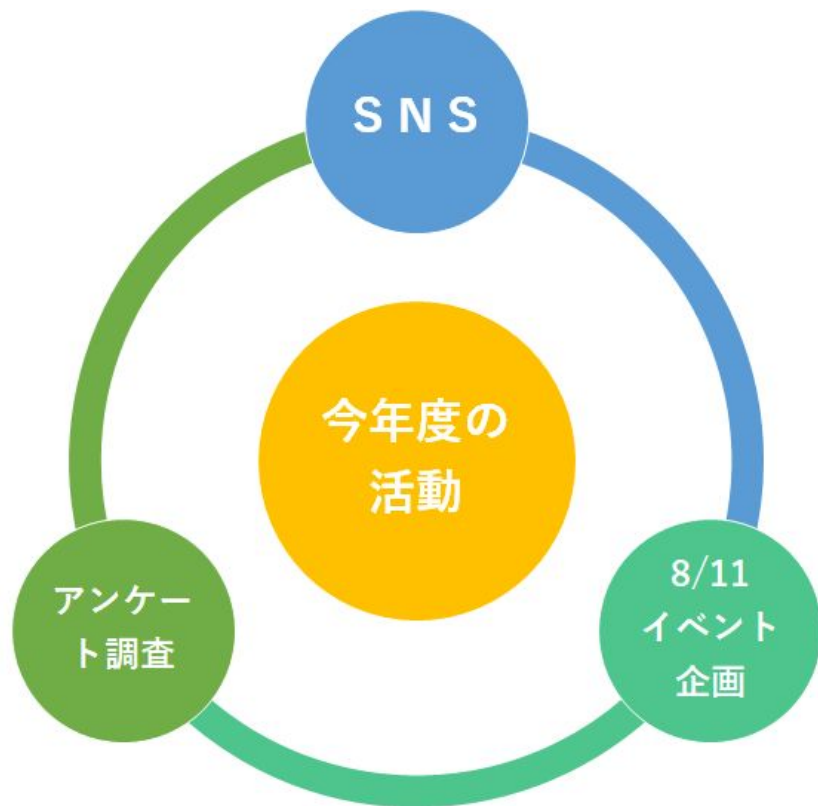
流鏑馬を新しいステージへ

## 第2部

# 次年度の活動について

# 1. 今年度の活動

---



何とか企画はうまくいき、  
やりきれた



しかし、流鏑馬・十和田市を  
発展させることができたのか  
と言われると、、、

## 2. 次年度の活動目標

---

### 目に見えた成果・結果を示す

- 流鏑馬大会の来場客数の増加
- イベントの収益性を生み出す
- 土和田市の発展を意識した活動

クラウドファンディング

### 3. クラウドファンディングの意図・目的

---

#### 1. 自立した活動を行う

- 十和田乗馬倶楽部様に頼り切らずに、自分たちの力で活動する

#### 2. 活動規模を広げる

- 活動資金を増やし、規模の大きな活動をする

#### 3. 認知活動

- クラウドファンディングを通して、流鏑馬・十和田市をより多くの人に知ってもらう

## 4. クラウドファンディングの具体的内容(仮)

---

- プラットホーム
  - HANASAKA  
(東奥日報 & Readyfor)
- 購入型
- 設定金額未定

## 5. 来年度の桜流鎗馬イベント企画の方向性

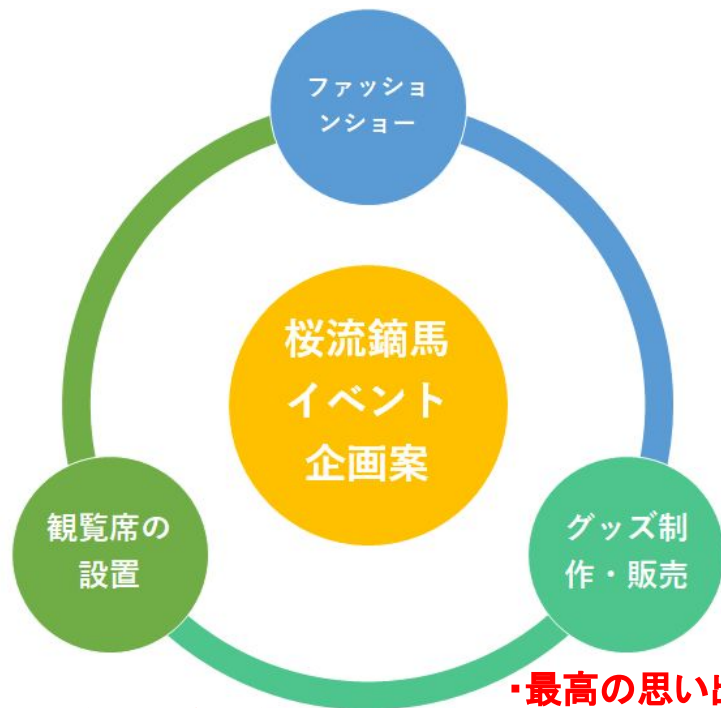
---

1. 流鎗馬発展へのアプローチ
2. 土和田市発展へのアプローチ



## 6. 流鏑馬発展へのアプローチ

選手、技術、衣装を伝える



より見やすく、より楽しく

・最高の思い出を  
・収益を得る場に

- **ファッションショー**
  - 選手をPR
  - 弓の技術の披露
  - 衣装の美しさ
- **グッズ制作・販売**
  - おみやげ・思い出
  - 収益を生み出す
- **観覧席の設置**
  - より見やすく、より楽しめるように

## 7. 流鏝馬発展のビジョン

---

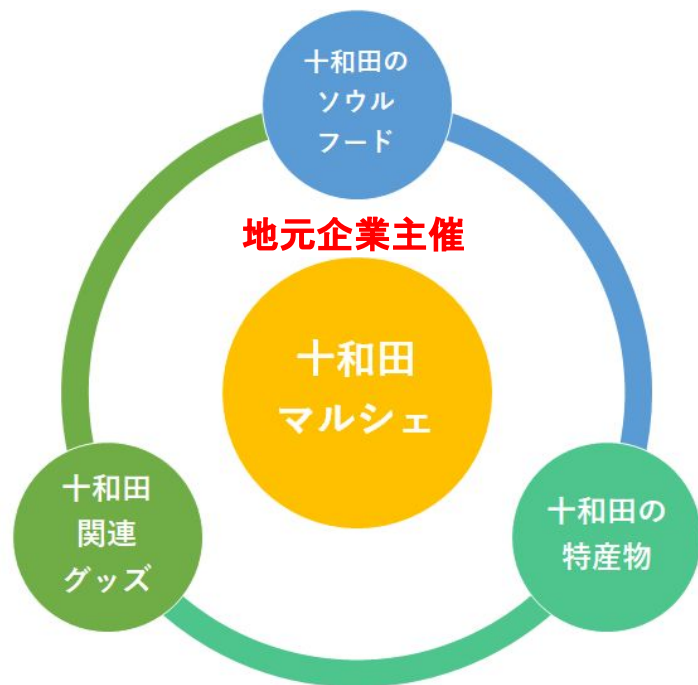
規模の大きなイベント企画の実行



これまでにない新しい発想を取り入れ、  
流鏝馬を新たなステージへ

## 8. 十和田市発展へのアプローチ

### 桜流鏝馬とのコラボレーション「十和田マルシェ」



- 特産物の即売会
  - にんにく、ねぎ、ながいも、ごぼう
- ソウルフード
  - バラ焼き、十和田たこ焼き
- 十和田関連グッズ
  - 現美グッズ
  - ホースキーホルダー

## 9. 十和田マルシェのビジョン

---

「十和田市の魅力」を詰め込んだマルシェ



一つの場所ですくの人  
「十和田市の魅力」を伝える

## 10. 地域との連携

---



「桜流鏑馬」と「十和田マルシェ」の連携で  
大きな経済循環の流れを作る

流鏑馬が

土和田市の代名詞となるよう

より進化させ

地域一体となって

土和田市の発展に尽力し

土和田市を日本一の街へ