

～上野恩賜公園 150周年イベント～

デジタルスタンプラリーを活用したアンケート調査について

1. はじめに

当事務所は、23区内における50か所の都立公園、4か所の動物園、5か所の霊園、2か所の葬儀所などを所管しています。日本の公園の歴史は、明治6（1873）年1月の太政官布達から始まり、令和5（2023）年で150年を迎えました。それを記念し、都立公園が都民の皆さんに一層親しまれるよう、その魅力を更に発信するため「東京都都市公園制度制定150周年記念事業」を行いました。

150周年記念事業の一環として、日本で最初の都市公園の一つである上野恩賜公園（写真-1）の魅力発信に寄与するために、デジタルスタンプラリーを開催し、あわせてアンケート調査を実施しました。



写真-1 上野恩賜公園（日本で最初の都市公園）

2. デジタルスタンプラリーについて

デジタルスタンプラリーとは、スマートフォンやタブレットといったモバイル端末のGPS機能を使用してスタンプを獲得できるスタンプラリーです。多くの方が持っているスマートフォンを活用するため、ポスターやSNSなどから気軽にアプリをインストールして参加できます。厳選した上野恩賜公園内のチェックポイント33か所の中から10か所以上のスタンプを集めた来園者は、150周年記念缶バッジを獲得できる仕様にしました。（図-1）は当時掲示したイベント告知ポスターです。



図-1 イベント告知ポスター

3. アンケート調査について

アンケート調査は、デジタルスタンプラリーのアプリ機能を活用して実施しました。来園者がスタンプを集め、特典である缶バッジを獲得するためには、事前に用意したアンケートにアプリから答えることが必要な仕組みとしました。アンケート（図-2）には、上野恩賜公園の良い点、来園頻度、来園目的、年代、今後期待すること、イベントの感想など、これまでの整備の成果や今後の整備の参考となるような内容を選択式で作成しました。

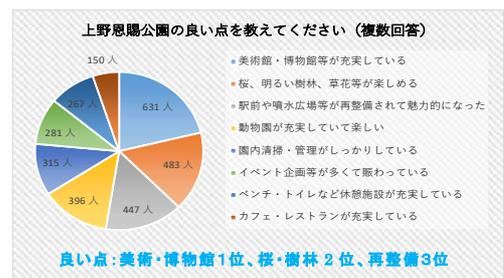


図-2 アンケート結果例

4. 課題・工夫について

イベントでは効果検証、政策への反映等のため、参加者からアンケートを取ることが一般的です。加えて、都立公園では管理運営に生かすため、毎年来園者アンケートも取っています。

アンケートを取る上で問題点や課題が2点あります。1点目の問題点は作成・配布、収集、集計にて職員の手間がかかることと、委託にて費用がかかることです。課題は効率良く低コストでアンケートを取ることです。2点目の問題点は、来園者のアンケート協力を得づらいことです。一定時間拘束することになるため、回答を得られないことが多いです。課題は、多くの声を集めることです。

1点目の課題解決のために、今回は従来の紙に加えて、デジタルアンケートも採用しました。デジタルアンケートはデジタルスタンプラリーに紐づけしたもので行いました。その結果、配布、収集、集計等の手間がかからず効率的になり、既成アプリを活用することで開発経費が不要なことから、アンケート収集費用も数万～数十万円のアプリ費用のみとなりました。

2点目の課題解決のために、スタンプラリーの景品交換の条件をアンケート回答としました。来園者自ら参加することで、協力を得やすくしました。さらに参加を増やすために、魅力的なチェックポイント、魅力的で安価な景品である限定の缶バッジの選定、ポスター掲示等の園内他施設の協力依頼を行いました。成果としては、紙より多い回答が得られたこと、来園者がスタンプラリーイベントの一部として楽しみながら回答ができたこと（図-3）、紙と比較して40代50代の回答割合が多く、イベントの性質上から70代が少ないが10代から70代まで幅広い来園者から回答が得られたこと（図-4）があげられます。加えて東京都美術館や国立科学博物館などのインフルエンサーにリポスト（転載）頂き、SNS 閲覧数が増えて、公園の取組や魅力を広く配信できる効果がありました。（写真-2）

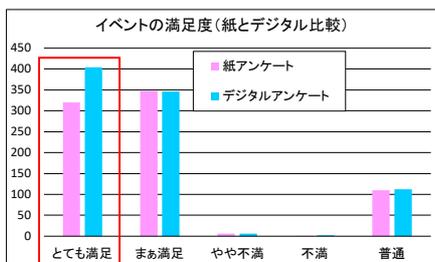


図-3 満足度比較

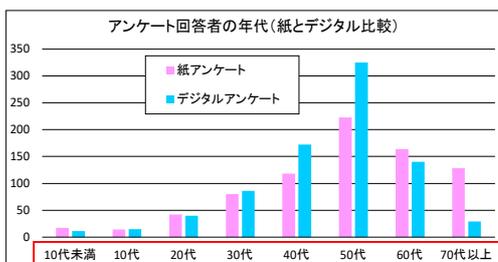


図-4 年代比較



写真-2 SNS 効果

5. さいごに

通常業務を行いつつ約2ヶ月の短い期間で、関係者の協力を得ながら主に3人で経験の少ないイベント業務に取り組みました。アンケート調査に加えて魅力発信について大きな成果をあげることができました。デジタルスタンプラリー等を活用した調査手法は、有用であるため、ぜひイベント等でお試してください。また、皆様も新たな魅力を見つけに、上野恩賜公園を始め都立公園等にお越しくください。（図-5）



上野恩賜公園 PR キャラクター

図-5 うえのん