

まちづくりボードゲーム『まちビルド』の開発と実践

—空間更新手法「トレード」を通じた都市への主体的関わり—

主査 落合 正行^{*1}

委員 雨宮 知彦^{*2}, 関根 千紗乃^{*3}, 土橋 悟^{*4}, 照内 創^{*5},

「まちづくりボードゲーム『まちビルド』の教育的効果を実感！」

本実践研究は、まちづくりボードゲーム『まちビルド』の教育・普及効果をより向上させることを目指し、有益なフィードバックを得るため、『まちビルド』の体験会を全3回実施し、小学生を中心に参加者へのアンケート調査、ならびに体験会協力者へのヒアリング調査を行なった。その結果、①本ゲームを通して得られる効果、②本ゲームを広めるための工夫や課題を把握し、それを踏まえてボードゲームデザインのさらなる改善を行なった。

キーワード：1) まちづくり, 2) ボードゲーム, 3) まちビルド, 4) 開発, 5) 実践,
6) 空間更新手法, 7) トレード, 8) 都市, 9) 主体的関与, 10) 印象変化

DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE TOWN PLANNING BOARD GAME "MACHI BUILD"

- Proprietary involvement in the city through the spatial renewal method "Trade" -

Ch. Masayuki Ochiai

Mem. Tomohiko Amemiya, Chisano Sekine, Satoru Tsuchihashi, Sou Teruuchi

Let's all experience the educational effects of the town development board game "Machi Build"!

The purpose of this practical research is to obtain useful feedback with the aim of improving the educational effects of the town planning board game "Machi Build". Therefore, we held three trial sessions for "Machi Build," and conducted a questionnaire survey of elementary school students and interviews with trial session participants. As a result, we understood (1) the effects that can be obtained through this game, and (2) the ideas and challenges for spreading this game. Further improvements were made to the board game design.

1. はじめに

わが国では、1990年代からまちづくりへの市民参加が市民主導へと移行し、市民自らまちの環境を創造・管理する意識が広まりつつある^{文1)}。一方、まちづくりに関わる教育は、主に大学や高等専門学校で行われ、発想力や創造力等の様々な感性が養われる初等教育においてはその機会が少なく、まちづくりを担う人材育成が課題となっている。その中、筆者らが都市の相対的な価値向上手法について研究する「トレーディングシティ研究会^{注1)}」は、子ども向けのまちづくり教材としてボードゲーム『まちビルド』を開発し、現在は商品化に向けた検討を進めている。『まちビルド』とは、4人1組となり住宅や店舗、オフィス、緑地といったまちの要素を表す5種類の「ま

ちブロック」を順番にトレード（交換）しながら、実際のまちに関わる法制度を表した「規制カード」と、実在する建物やまちを題材にした「まちカード」の役を目指し理想のまちをつくり、点数で競うゲームである。このように現実的なまちづくりに即したゲームであるため、まちづくりを担う人材育成に向けて普及すべきと考える。

そこで本実践研究では、『まちビルド』の教育・普及効果をより向上させることを目指し、有益なフィードバックを得るため、『まちビルド』の体験会を実施し参加者へのアンケート調査やヒアリング調査を通じた効果測定を行い、ボードゲームデザインのさらなる改善に活用することを目的とする。なお、まちづくりに関わる日本のボードゲームとして、『街コロ』(グランディング株式会

^{*1} 日本大学 准教授 博士(工学) ^{*2} ラーバンデザインオフィス合同会社 代表
任研究員 ^{*5} 株式会社 SO&CO. 代表取締役

^{*3} パシフィックコンサルタンツ株式会社 ^{*4} 株式会社 都市環境研究所

社)や『みんなのまちづくりゲーム incities』(国立大学法人横浜国立大学／一般社団法人南三陸研修センター)などがあり、その数は年々増えている。しかし、『まちビルド』の趣旨である「都市に勝ち負けをつけない」という、相対的に物事をみる力を養うといった観点で独自性を有しているといえる。

2. 訴求ターゲットと調査対象の設定

以上を踏まえて、本実践研究を進めるにあたり『まちビルド』のターゲットを検討するとともに、調査対象の設定を行う。

昨今、結婚や育児、介護等の地域コミュニティの生活領域が市場化されていくことで、生活世界が空洞化し、子どもたちが地域に足場をもたなくなる「子どもと地域の乖離」とも呼べる現象が起きている。それにより、子育ての観点からは不登校やいじめの増大、子育ての観点からは負担感、不安感の増大や児童虐待の発生、親育ちの観点からは子育てストレスや孤独感の増大等につながっている。そして、このことはいまだ人口集中が起こる特異な大都市圏を除くエリアにおける人口の流出や少子高齢化の偏向的加速、地域格差の向上といった、我が国が抱える社会構造的な課題の伸張とそれに伴う閉塞感の拡大を生んでいる。

このような問題の解決のためには、まずは幼少期から子どもと地域の接点をつくり、地域を知り、地域への愛着を持ってもらうこと(＝シビックプライドを育むこと)が有効であることが想定される。近年、学校教育の中でも、将来の担い手である子ども達がその成長過程においてまちづくりに携わる機会を積極的に増やすことを標榜し、総合学習の時間等を用いて「まちづくり教育」が実践されてきているものの、単発の授業であることや受け身型の授業、単純な体験学習であることも多く、どこまで実質的な効果を上げているかについては疑問が残る。

玉田^{文2)}は、まちづくり教育の学習段階について右図のような整理を行っており、「①まちを知る」、「②まちを好きになる」段階については比較的容易に何らかの効果を得られることがわかっているものの、上段に上がっていくことは様々な要因から困難になっていくこ

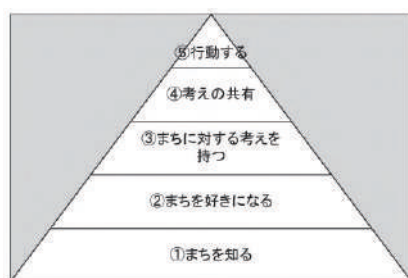


図 2-1 まちづくり教育の学習段階
[参考文献²⁾より引用]

とを指摘している。また、田坂^{文3)}は、横浜市内の小学校を対象としたアンケート調査を基に、人との触れ合いや地域への関心の喚起といったまちづくり教育の触り部分に関しては、ほぼすべての学校でねらいとしているが、一步踏み込んだ、市民性の育成や地域環境の改善といったことにまで、ねらいが到達している学校は限定的であると整理している。

今回開発を行う『まちビルド』は、上述の教育の学習段階における「①まちを知る」、「②まちを好きになる」だけでなく、「③まちに対する考えを持つ」、「④考えの共有」といった段階までをプレイプロセスに組み込んだまちづくりゲームであり、楽しみながらまちや地域のことに思考を巡らすことのできる効果的なまちづくり教育が期待できる。また、生活領域の市場化が進み、貨幣経済的に成立しうるコストとそうでないコストの線引きが強化されていく中、貨幣価値以外の価値にも焦点を当て、各々の価値の交換を行う「トレード」という手法は子どもたちの成長過程において包摂的な考え方を育むきっかけとなることが期待できる。

このことを踏まえ、『まちビルド』の訴求ターゲットは、メインターゲットとして物事をある程度対象化して認識することができ、対象との間に距離をおいた分析が可能で、知的な活動においてもより分化した追求ができる小学校高学年、具体的には総合学習の時間がある小学3年生以上、大学生以下の児童、生徒、学生をメインターゲットとして設定する。Heckman^{文4)}によると、幼少期の教育が最も投資の収益率が高く、年齢とともに収益率が落ちるとされていることから、サブターゲットとして小学2年生以下の子どもも対象とすることとする。利用者と調査対象者は一致していることを基本とし、調査対象は上記のメイン・サブターゲットとするが、ゲームとしての改良のために、上記ターゲットに加え、適宜ゲーム開発の専門家やボードゲームファン等の意見を把握することとする。

3. 調査方法の検討

まず調査を実施する前に、試作品を用いた体験会とあわせて実施する調査内容について検討する。調査の目的は、まちに対する認識や価値観の共通点・相違点、法制度等に対する理解度や疑問点、ボードゲームによる意識の変化といった「本ゲームを通して得られる効果」と、ゲームそのものの改善点、日常的に繰り返し楽しむための工夫点といった「本ゲームを広めるための工夫や課題」について把握するためであり、これらの調査設計を行った結果、「本ゲームを通して得られる効果」については試作品体験会の参加者である子どもに対してアンケート調

4.1 第1回体験会（第一次調査）

1回目の体験会は、表4-1に示す通り実施した（写真4-1）。その結果、ゲーム前後の印象変化を示す質問番号01/04、02/05、03/06の設問ごとの回答結果を、分析項目別にまとめたものが図4-1～4-3である。以降はこれらをもとに考察する。

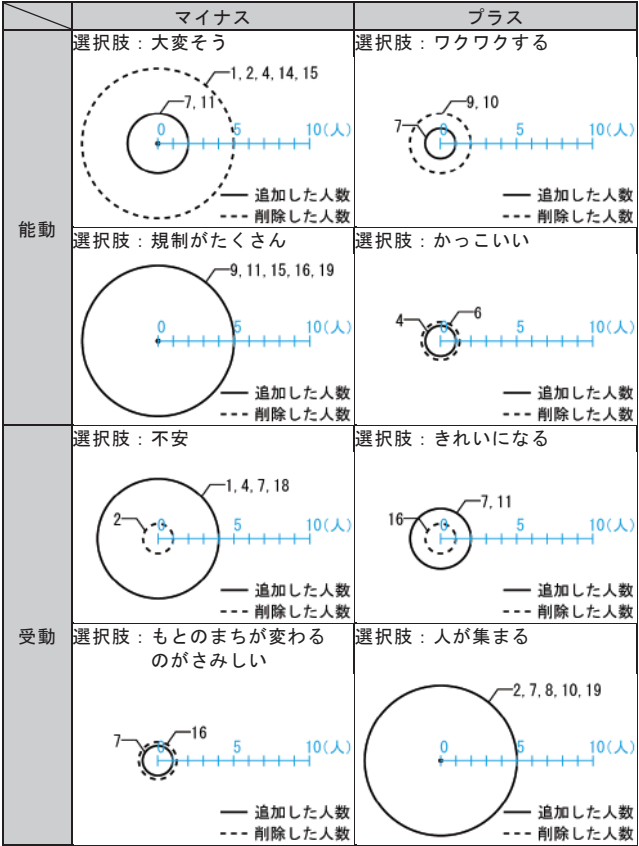
1) まちづくりに対するイメージの変化

図4-1より、ゲーム前後で選択肢を追加した人数と削除した人数の差をみると、全8つの選択肢のうち「規制がたくさん」と「人が集まる」が5人と最も多く、次いで、「不安」と「大変そう」が3人と多い。中でも、「大変そう」を除く3項目は追加した人数の方が多く、最多である2項目の回答者の年齢（表4-1）をみると、「規制がたくさん」は8歳以上と年齢が相対的に高いのに対し、「人が集まる」は8歳以下と相対的に年齢が低いことがわかる。つまり、小学校高学年以上の体験者はゲーム内の規制カードからそれらの困難さまで理解に及んだのに対し、低学年の体験者は色鮮やかなブロックから人が集まるにぎわい空間を思い浮かべたと考えられ、当該ゲームによってまちづくりに対するイメージの年齢差を捉えることができた。

一方、「大変そう」は削除した人数の方が多く、この項目においては7、8歳から大人とばらつきがあり、年齢層に関係なく体験者がゲーム前に漠然とイメージしていた「大変そう」という、まちづくりへのマイナスの印象が減少したことがわかった。

さらに評価軸ごとにみると、「大変そう」と「規制がたくさん」の2項目はまちづくりに対して「能動的」だが「マイナス」のイメージであり、当該ゲームが与えた最も強い印象といえる。これは法制度を活かしたり地域

課題を解決したりといった実際のまちづくりと相似することであり、体験者に対してより現実的な印象付けがなされたといえよう。



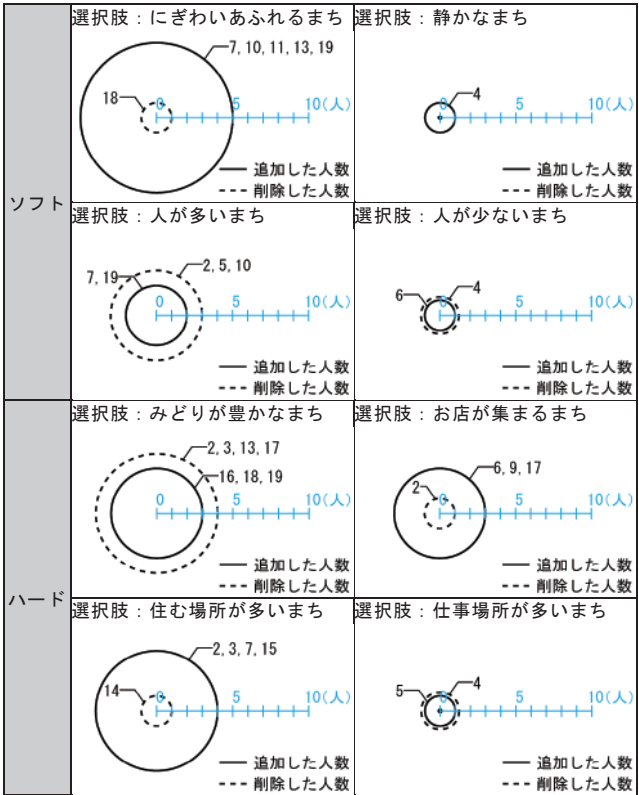
注) 数字は体験者番号を示す。
図4-1 まちづくりに対するイメージの変化 [筆者作成]

表 4-1 調査概要		
体験会の概要		アンケート調査の内容および分析
場所	文京区立 S 小学校	文京区立 S 小学校にて、ゲーム前後で体験者 19 人 (体験者番号 1～19) にアンケートを実施。本研究では、計 12 の質問項目のうち、ゲーム前後の「まち」や「まちづくり」に対する印象変化を問う以下 6 項目 (選択肢式・複数回答あり) の結果をもとに考察する。
日時	2024 年 1 月 17 日 (水) 13:00～16:00	
体験者	子ども: 17 人 大人: 2 人	
体験者属性	性別	<男> <女>
	6 歳	6, 7 -
	7 歳	1, 4 14, 18
	8 歳	3 2, 5, 8, 9, 10, 19
	9 歳	- 12, 13
	10 歳	11, 17 -
	24 歳	- 16
	25 歳	- 15
		前 01. 「まちづくり」に対するイメージ 02. どのような「まち」がすてきだと思うか 03. 「まちづくり」という仕事に対する興味 04. 「まちづくり」に対するイメージ 後 05. どのような「まち」がすてきだと思うか 06. 「まちづくり」という仕事に対する興味

注) 体験者属性の数字は体験者番号を示す。



写真 4-1 体験会の様子



注) 数字は体験者番号を示す。
図4-2 理想のまちに対するイメージの変化 [筆者作成]

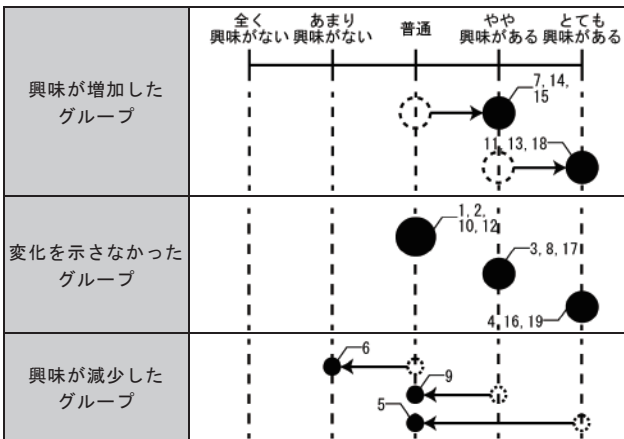
2)理想のまちに対するイメージの変化

図 4-2 より、ゲーム前後で選択肢を追加した人数と削除した人数の差をみると、全 8 つの選択肢のうち「にぎわいあふれるまち」が 4 人と最も多く、次いで「住む場所が多いまち」が 3 人、「お店が集まるまち」が 2 人が多い。いずれの選択肢も追加した人数の方が多く、それぞれの回答者の年齢（表 4-1）をみると、「にぎわいあふれるまち」と「お店が集まるまち」は 6～10 歳、「住む場所が多いまち」は 6～25 歳とばらつきがある。このことから、にぎわいや利便性の高いまちは年齢に関係なく、当該ゲームを通して理想的なまちとして認識が変化したと考えられる。

他方、評価軸ごとにみると、他の 5 つの選択肢も含め相対的に追加した人数が多かった選択肢（図 4-2；実線の円が相対的に大きい選択肢）は、「ソフト」面の「にぎわいあふれるまち」を除き、「ハード」面に偏っていることがわかる。これは、ブロックを積み上げるといった物理的な体験を通してまちづくりを理解する当該ゲームの特徴が影響していると考えられる。なお、「にぎわいあふれるまち」は商業の連なりを連想させるため、多くなったと考えられる。また、「ハード」面の選択肢の中でも「みどりが豊かなまち」は、追加した人数と削除した人数ともに多く、理想のまちとして緑はイメージされやすいものの、本ゲームにおいては屋上緑化が他のまちカードと併用できない等のゲームルールから活用されにくかったと考えられる。他方、選択肢を追加した人数が最も多かった「にぎわいあふれるまち」は「ソフト」面であるが、前節でも述べたように当該ゲームの視覚的な効果が理想的なまちのイメージに繋がったと考える。

3)まちづくりに対する興味の変化

図 4-3 より、「変化を示さなかったグループ」が全 19 人中 10 人と最多で、このうち 6 人はゲーム前からまちづくりに対して興味を示しており、中でも「とても興味がある



注) 数字は体験者番号を示す。
図 4-3 まちづくりに対する興味の変化 [筆者作成]

ある」の 3 人はこれ以上高い評価ができないことから、もともとまちづくりに関心のあった体験者および興味の増加を示す可能性のある体験者が多かったといえる。次いで「興味が増加したグループ」が全 19 人中 6 人と多く、いずれも「やや興味がある」以上の選択肢へと変化を示したことから、前述を含めて当該ゲームの一定の効果が得られたといえる。

一方、全 19 人中 3 人と「興味が増加したグループ」は少ないものの、いずれも 8 歳以下と相対的に年齢が低いことがわかる（表 4-1）。他方、「興味が増加したグループ」の 6 人は 8 歳を除く全年齢にわたっていることから、年齢の低い一定の体験者が難しいと感じたものと考えられる。

第 1 回体験会の調査結果を踏まえ、本ゲームの改善点として、①まちブロックの視覚的な効果が重要であるが、どのブロックにも使用できるオールマイティブロックがその効果を軽減してしまうとの懸念点から、その数を減らす、②昨今のまちづくりにおいて環境問題等による緑の重要性から、緑化カードを使用しやすくするよう、他のまちカードと併用可能にする、③まちづくりに対する興味をより一層増加させるべく、ゲーム後に完成したまちを発表する際、単に作成したまちカードを紹介するだけでなく、完成したまちを一言で表す、といった主に 3 点を挙げた。これ以外にもゲームの進行を円滑に行うためのルールを検討し、これらを踏まえ 2、3 回目の体験会である第二次調査を行う。

4.2 第 2 回体験会（第二次調査）

2 回目の体験会は、表 4-2 に示す通り実施した（写真 4-2）。その結果、ゲーム前後の印象変化を示す質問番号

表 4-2 調査概要

体験会の概要		アンケート調査の内容および分析
場所	国際こども・せいねん劇場宮崎	国際こども・せいねん劇場宮崎にて、ゲーム前後で体験者 40 人（うち Q.03/06 は体験者 22、34 が無効回答）にアンケートを実施。本研究では、計 12 の質問項目のうち、ゲーム前後の「まち」や「まちづくり」に対する印象変化を問う以下 6 項目の結果をもとに考察する。
日時	2024 年 5 月 12 日（日） 13:00～16:00	
体験者	子ども：29 人 大人：11 人	
体験者属性	性別	<男> <女>
	7 歳	24, 31 3, 9, 10, 11
	8 歳	25, 26, 32, 33 23, 27, 29
	9 歳	13, 22 4, 7, 30
	10 歳	2, 16, 17, 18 5, 6, 20, 21
	11 歳	14 15, 19
	以上	1, 8, 12, 28, 34 39 35, 36, 37, 38, 40

注) 体験者属性の数字は体験者番号を示す。

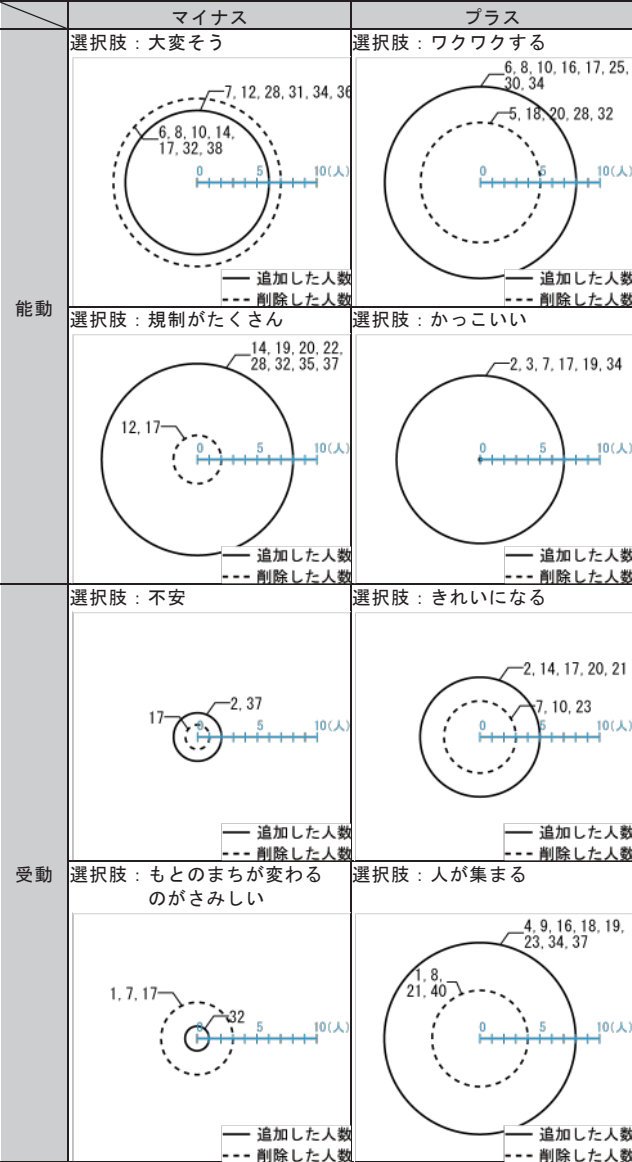


写真 4-2 体験会の様子

01/04, 02/05, 03/06 の設問ごとの回答結果を、分析項目別にまとめたものが図 4-4~4-6 である。以降はこれらをもとに考察する。

1) まちづくりに対するイメージの変化

図 4-4 より、ゲーム前後で選択肢を追加した人数と削除した人数の差をみると、全 8 つの選択肢のうち「カッコいい」が 7 人と最も多く、次いで「規制がたくさん」が 6 人、「人が集まる」が 4 人と多い。中でも、最も多い「カッコいい」は削除した参加者がおらず、いずれの年齢にもみられることから（表 4-2）、本ゲームが与えた主なイメージといえる。また「規制がたくさん」と「人が集まる」においても、追加した人数がいずれの選択肢においても最も多い他、「規制がたくさん」は高学年以上、「人が集まる」は低学年にもみられるといった年齢ごとの特徴がみられるも（表 4-1）、削除した参加者はそれぞれ 2 人、4 人と相対的に少ないことから、「カッコいい」

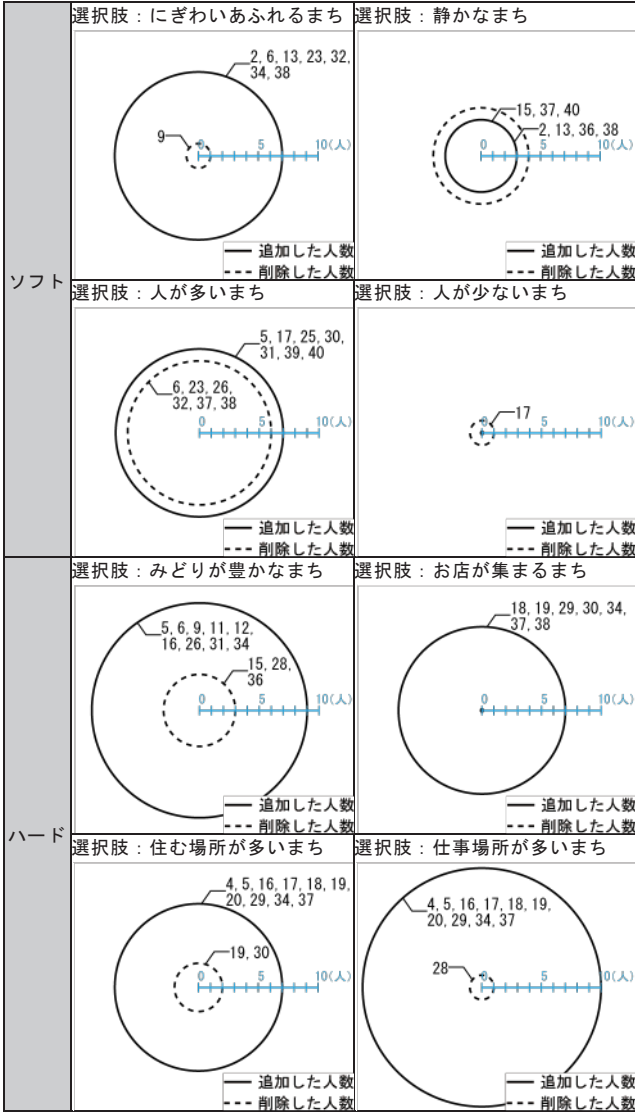


注) 数字は体験者番号を示す。
図 4-4 まちづくりに対するイメージの変化 [筆者作成]

と同様にこれらも本ゲームが与えたイメージといえる。
さらに評価軸ごとにみると、まちづくりに対して「能動」のイメージにある「カッコいい」, 「規制がたくさん」, 「ワクワクする」, 「大変そう」の 4 つは押し並べて追加した人数が多かった選択肢（図 4-4；実線の円が相対的に大きい選択肢）であり、「プラス」と「マイナス」問わず当該ゲームが与えた強い印象といえる。なお、このうち「大変そう」のみ削除した人数が追加した人数より多く、これについては第 1 回体験会と同様に、漠然ともっていたまちづくりへのイメージが具現化した結果であると考えられる。

2) 理想のまちに対するイメージの変化

図 4-5 より、ゲーム前後で選択肢を追加した人数と削除した人数の差をみると、全 8 つの選択肢のうち「仕事場所が多いまち」が 9 人と最も多く、次いで「お店が集まるまち」が 7 人、「にぎわいあふれるまち」と「みどりが豊かなまち」が 6 人と多い。いずれの選択肢も追加した人数の方が多く、それぞれの回答者の年齢（表 4-2）



注) 数字は体験者番号を示す。
図 4-5 理想のまちに対するイメージの変化 [筆者作成]

をみると、[仕事場所が多いまち]は9歳以上、[お店が集まるまち]と[にぎわいあふれるまち]は8歳以上でみられた一方、[みどりが豊かなまち]は増加しただけでなく、最年少の7歳から大人まで幅広い年齢層でみられ、第1回体験会からの改善点が反映されたといえる。

他方、評価軸ごとにみると、他の4つの選択肢も含め相対的に追加した人数が多かった選択肢（図4-2；実線の円が相対的に大きい選択肢）は「ハード」面に偏っていることがわかる。これは、第1回体験会と同様の理由が考えられるが、ブロックの視覚的なイメージを強化した改善の結果も一部にあると考えられる。

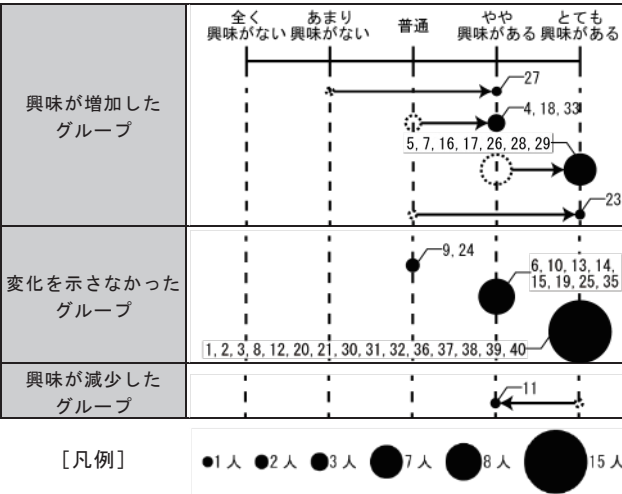
3) まちづくりに対する興味の変化

図4-6より、「変化を示さなかったグループ」が全40人中25人と最多で、このうち23人はゲーム前からまちづくりに対して興味を示しており、中でも[とても興味がある]の15人はこれ以上高い評価ができないことから、もともとまちづくりに関心のあった体験者および興味の増加を示す可能性のある体験者が多かったといえる。次いで「興味が増加したグループ」が全40人中13人と多く、いずれも[やや興味がある]以上の選択肢へと変化を示したことから、第1回体験会を含めて当該ゲームの一定の効果が得られたといえる。

一方、「興味が減少したグループ」は全40人中1人と少ないものの、7歳と最年少の体験者であることがわかる（表4-2）。他方、「興味が増加したグループ」の13人は8歳以上であることから、年齢の低い一部の体験者が難しいと感じたものと考えられる。

4.3 第3回体験会（第二次調査）

3回目の体験会は、表4-3に示す通り実施した（写真4-3）。その結果、ゲーム前後の印象変化を示す質問番号01/04、02/05、03/06の設問ごとの回答結果を、分析項目別にまとめたものが図4-7～4-9である。以降はこれら



注) 数字は体験者番号を示す。
図4-6 まちづくりに対する興味の変化 [筆者作成]

をもとに考察する。

1) まちづくりに対するイメージの変化

図4-7より、ゲーム前後で選択肢を追加した人数と削除した人数の差をみると、全8つの選択肢のうち[かっこいい]と[大変そう]が3人と最も多く、次いで、[きれいになる]と[もとのまちが変わるのがさみしい]が2人と多い。このうち、[大変そう]を除く3項目は追加

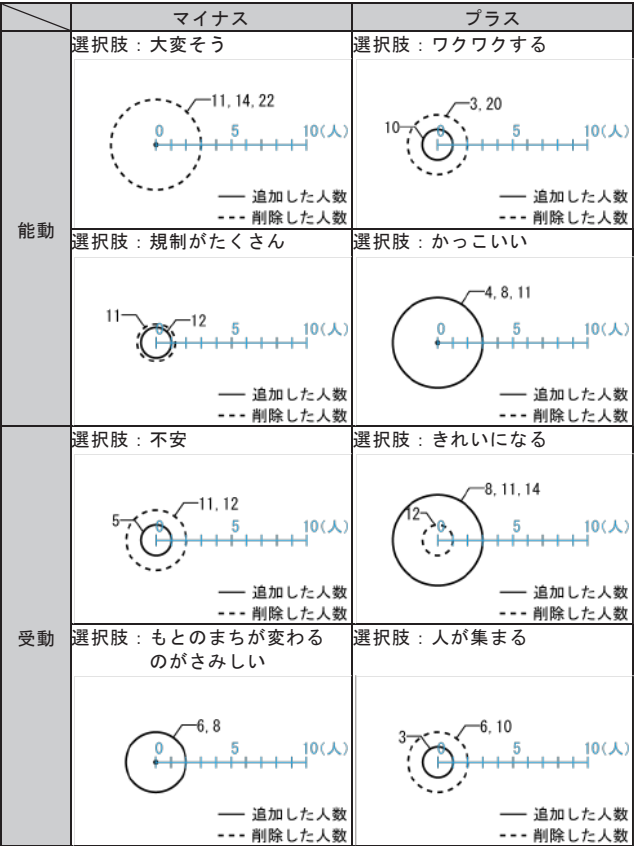
表4-3 調査概要

体験会の概要			アンケート調査の内容および分析	
場所	アクティ指ヶ谷		ゲーム前後で体験者22人（うちQ.01/04、02/05は体験者1,2,7,9が無効回答、Q.03/06は体験者6が無効回答）	
日時	2024年6月5日(水) 14:00～17:00		にアンケートを実施。計12の質問項目のうち、ゲーム前後の「まち」や「まちづくり」に対する印象変化を問う以下6項目の結果をもとに考察する。	
体験者	子ども:21人	大人:1人		
体験者属性	性別	<男>	<女>	
	6歳	2,17,22	21	前
	7歳	3	8,18	
	8歳	4,5,6,7	1,9,10,12,13,14,15,16,19	後
	10歳	-	11	
	30歳	-	20	

注) 体験者属性の数字は体験者番号を示す。



写真4-3 体験会の様子



注) 数字は体験者番号を示す。
図4-7 まちづくりに対するイメージの変化 [筆者作成]

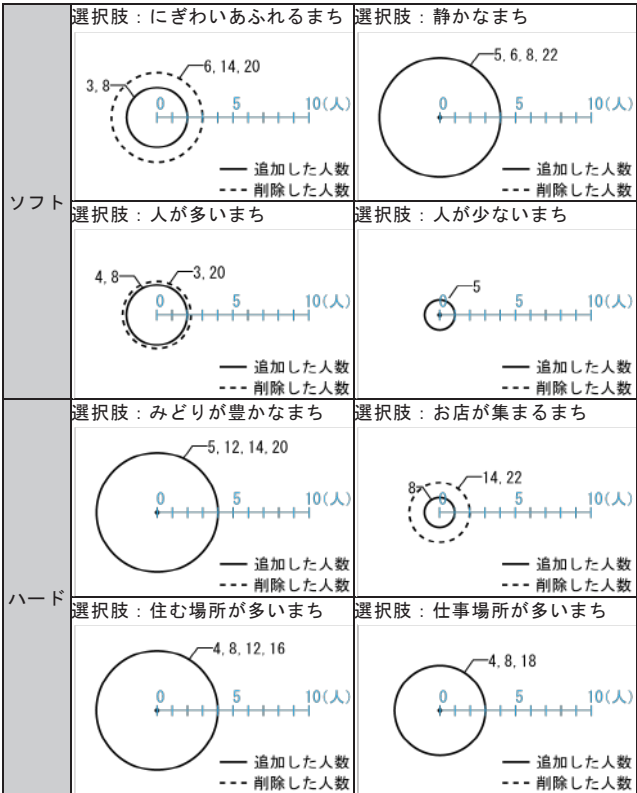
した人数の方が多く、中でも「かっこいい」と「もとのまちが変わるのがさみしい」は削除した参加者がおらず、年齢（表 4-3）をみると、共通して7，8歳がいることから、これらは特に小学校低学年に対して印象を与えたといえる。

一方、「大変そう」は削除した人数の参加者のみであり、6，8，10歳とばらつきがあり（表 4-3），年齢層に関係なく体験者がゲーム前に漠然とイメージしていた「大変そう」という、まちづくりへのマイナスの印象が減少したことがわかった。

さらに評価軸ごとにみると、まちづくりに対して「能動」のイメージにある「かっこいい」と「大変そう」の2項目は選択肢を追加した人数が多かった選択肢（図 4-7；実線の円が相対的に大きい選択肢）であり、当該ゲームが与えた最も強い印象といえる。

2)理想のまちに対するイメージの変化

図 4-8 より，ゲーム前後で選択肢を追加した人数と削除した人数の差をみると，全8つの選択肢のうち「静かなまち」と「みどりが豊かなまち」，「住む場所が多いまち」が4人と最も多く，次いで「仕事場所が多いまち」が3人と多い。いずれの選択肢も追加した参加者のみであり，それぞれの回答者の年齢（表 4-3）をみると，「静かなまち」は6～8歳，「みどりが豊かなまち」は8歳以上，「住む場所が多いまち」と「仕事場所が多いまち」は7，8歳とまちまちである。



注) 数字は体験者番号を示す。
図 4-8 理想のまちに対するイメージの変化 [筆者作成]

一方，他の4つの選択肢は追加した人数と削除した人数の差が1人以下と少なく，このうち3つの選択肢は「ソフト」面であり，第2回体験会と同様に改善の効果によるものといえる。

3)まちづくりに対する興味の変化

図 4-9 より，「変化を示さなかったグループ」が全22人中10人と最多で，このうち8人はゲーム前からまちづくりに対して興味を示しており，中でも「とても興味がある」の6人はこれ以上高い評価ができないことから，もともとまちづくりに関心のあった体験者および興味の増加を示す可能性のある体験者が多かったといえる。次いで「興味が増加したグループ」が全22人中6人と多く，いずれも「やや興味がある」以上の選択肢へと変化を示したことから，これまでの体験会を含めて当該ゲームの一定の効果が見受けられる。

一方，全22人中1人と「興味が減少したグループ」は少ないものの，6歳と年齢が低いことがわかる（表 4-3）。他方，「興味が増加したグループ」の6人は8歳以上であることから，年齢の低い一部の体験者が難しいと感じたものと考えられる。

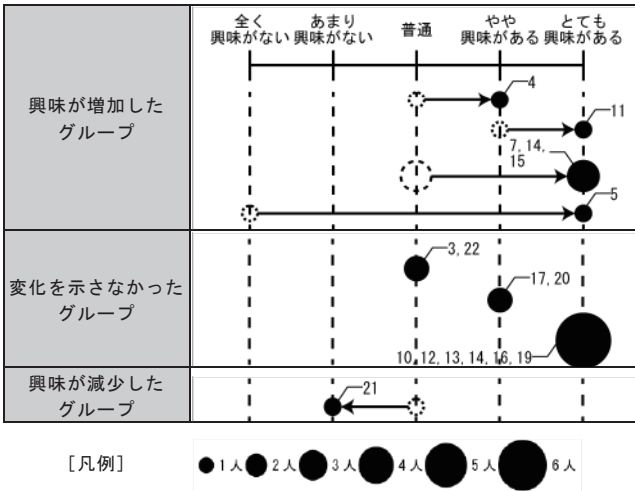
以上より，第一次調査を踏まえ改善した後，第二次調査によって「本ゲームを通して得られる効果」を把握することができた。

5. 本ゲームを広めるための工夫や課題の把握

前章で把握した「本ゲームを通して得られる効果」に加えて，「本ゲームを広めるための工夫や課題」を把握するため，試作品体験会の協力者を対象に聞き取り調査を実施する。調査対象者とその属性，調査内容は表 5-1 の通りである。以降はこれをもとに説明する。

1)調査対象者とその属性

試作品を用いた体験会を検討するうえで，表 5-1(1)



注) 数字は体験者番号を示す。
図 4-9 まちづくりに対する興味の変化 [筆者作成]

に示す3名に相談するとともに、本聞き取り調査の調査対象者としても選定した。まず〔①文京区社会福祉協議会〕は、これまでも筆者らの活動においてワークショップの開催等で協力者を紹介してもらっており（表5-1(2)）、本ゲームの対象者の妥当性を確認するうえでも適切だと考え、地域福祉推進係長の浦田愛氏を対象とする。次に、体験会の対象者は子どもであるが、一度に多くの子どもを集めるのが困難であるうえ、子どもの遊び指導にも精通していることから（表5-1(2)）、浦田氏の紹介のもと文京区内の放課後事業である〔②汐見アフタースクール〕の運営委員会会長の山野順一朗氏を対象とする。一方、ボードゲームそのものの内容についてボードゲーム業界の専門家（表5-1(2)）から意見を受けることが望ましいと考え、〔③JELLY JELLY CAFE〕のオーナーであり、ゲームプロデューサーでもある白坂翔氏も聞き取り調査の対象とした。

2) 調査内容とその結果

1)を踏まえ、本聞き取り調査の調査内容については、表5-1(3)の通りに整理し、各々に聞き取り調査を実施した。

まず〔①文京区社会福祉協議会 地域福祉推進係係長・浦田愛氏〕に対しては、本ゲームと地域福祉活動との関係性や、文京区内の体験会場の検討、体験会実施時の留意点について聞き取りを行い、第一次、三次調査の体験会が実現した他、両会場となった学童保育において児童との接し方においても助言を得た。

次に〔②汐見アフタースクール 運営委員会会長・山

野順一朗氏〕に対しては、本ゲームと子どもの遊びとの関係性や、放課後事業のプログラムとしての有用性と展開性、体験会の運営方法について聞き取りを行い、われわれが常に出向いて指導しなくとも初回だけでルールが浸透したら、学童保育の放課後事業でも活用が可能であることがわかった。

最後に〔③JELLY JELLY CAFE オーナー・白坂翔氏〕に対しては、他のゲームボード商品との比較や、ゲームボード商品としての評価、ゲーム内容の改善策について聞き取りを行い、教育的効果が高いゲームゆえに一般的なボードゲームの価格を目指して大量生産するよりは、その趣旨を理解したユーザーを対象とした付加価値をもった商品にすべきといった助言を得た。また、商品化においてはボードゲームのデザイナーを紹介してもらい、今後の商品化への道筋も得ることができた。

以上より、第一、二次調査結果を踏まえ、本ゲームの最終改善を行なった（表5-2）。その後、改良したゲームサンプルを制作し、これを用いて最終体験会を実施する。

6. 最終体験会の実施（第三次調査）

本章では、改良したゲームサンプルを用いて、2024年10月19日（土）に文京学院大学の学園祭にあわせて、同校内に設置されている社会問題解決型研究施設「まちづくり研究センター（まちラボ）」で行なった最終体験会（写真6-1）の内容を報告する。なお、参加者は子ども6名、同伴の大人3名の合計9名であった。

ゲーム終了後に個別に聞き取りを行い、ゲームの内容、進行、わかりやすさ、教育的効果いづれについても高評

表 5-1 聞き取り調査の概要〔筆者作成〕

(1) 調査対象	①文京区社会福祉協議会 地域福祉推進係係長・浦田愛	②汐見アフタースクール 運営委員会会長・山野順一朗	③JELLY JELLY CAFE オーナー・白坂翔
(2) 対象者の属性	文京区内で地域福祉を推進する文京区社会福祉協議会の職員であり、地域の居場所や地域連携拠点の立ち上げなど行う。本実践研究では文京区内で体験会先を紹介してくれている他、これまでも筆者らとは協力関係にある。	文京区立汐見小学校の放課後事業「汐見アフタースクール」の運営責任者であり、子どもの遊び指導の他、フットサル、ダンス・ミュージカルや茶道教室などのプログラムも企画している。	ボードゲームカフェ「JELLY JELLY CAFE」のオーナーの他、将棋カフェのオーナーやマードーミステリー専門店のプロデューサー、人狼ゲームの楽しさを広める会社の代表などを務める。
(3) 調査内容	・本ゲームと地域福祉活動との関係性 ・文京区内の体験会場の検討 ・体験会実施時の留意点	・本ゲームと子どもの遊びとの関係性 ・放課後事業のプログラムとしての有用性と展開性 ・体験会の運営方法	・他のボードゲーム商品との比較 ・ボードゲーム商品としての評価 ・ゲーム内容の改善策

表 5-2 ゲームの最終改善内容〔筆者作成〕

	体験会での課題内容	試作品からの改善内容
ゲームのデザインに関わる事項	「親」が誰かわかりづらい。	「親」を示す目印（チップ）を用意する。
	トレードをするためブロックを出し、トレードできなかった場合は元に戻すが、ゲームの対象年齢下限の子どもは特にその位置が覚えられない。	交換するブロックの上に目印（チップ）を置くだけにし、ブロックを移動しないようにする。
ゲームのルールに関わる事項	規制カードのマス目の向きがわからない。	ボードのデザインと連動させる。
	緑ブロックを使用する役に手が進みにくく、その結果、環境保全等に対する理解が意図せず阻害されてしまう可能性がある。	・「壁面緑化」などの緑ブロック単独の役をつくる。 ・規制カードの中に「緑化計画」などの積極的に緑化を促すカードを追加する ・「屋上緑化」は緑以外のどの。ブロックの上にも置けるようにし、他の役との重なりを認める。
	地方都市居住者からすると馴染みの薄い東京都心の固有名詞の役があり、親近感を持ちにくい。	「ワテラス」を「地域社会圏」に変更する。
	教育的効果をより高めるため、完成したまちのアピールを重要視したい。	まちのアピールポイントを投票数×2ptとする。
	オールマイティブロックがどのブロックに置き換えられているのかわかりにくく、完成したまちの姿に対する視覚的な達成感を得にくい。	オールマイティブロックを引いた時に、好きなブロックと交換する。

価を得た。具体的には、新たに追加した「壁面緑化」や「屋上緑化」という役によって、緑ブロックの使用が増加し、これからの時代に深く配慮することが必要な自然環境の保全に対する理解を促進することに成功した。また、イベントカードを廃止したことで、ゲームの進行がスムーズになっただけでなく、純粋に目指すまちを創造することに集中することができるようになり、本ゲームの趣旨に合致した思考を促すことにつながっている。

さらに、参加者に従前のゲームサンプルを見せ、改良後のサンプルと比較してもらったが、改良後のサンプルの方が、まちづくりの世界観を表現できているという観点等から、好評であることが確認できた。参加者である子どもに同伴した親からは、本ゲームの教育的効果について評価いただき、製品化を待望する意見を頂戴することもできた。

7. まとめ

以上のように、体験会等を通じて、漸次的に積み上げた改良により、第一、二次調査で把握された課題が解決され、より効果的なまちづくりゲームとして一つの形ができたと考えられる。今後、教育ツールとして『まちビルド』を社会的に実装していくにあたっては、以下に挙げる点が検討すべき課題として残されていると考える。

① ゲームマスターの育成

本調査内で実施した体験会では筆者グループがすべてファシリテーター(=ゲームマスター)を務めており、専門的知見を持つ者がコーディネートを行うワークショップ的な場では、まちづくりへの関心の向上、まちづくりを取り巻く制約条件への理解向上、職業へのポジティブなイメージの向上等の教育的効果が発揮されることが実証された。また、アフタースクールや放課後学習、総合学習との相性が良く、そのニーズも確認されている。

今後、社会実装するうえでは、専門家不在の中、小中学校の先生やアフタースクール等のプログラムの運営者により、また個人的な娯楽のプレイの中で、いかに同様の効果を発揮できるかが課題である。この問題を解決するためには、スターター解説動画やゲームマスター向け解説ツール、FAQ等を製作・提供することが考えられる。

②地域ごとのカスタマイズ

地方でトライアルを行った際には、まちカードに掲載されている東京都心部の物件について馴染みがないケー

スが散見された。その後の改良の中で一定の対応は行ったものの、まちカードへの親近感、ゲームを通じた共感や理解度の醸成に大きな影響を与えることが想像されることから、本ゲームを全国的に普及させる上では、重要な問題となる。

また、宮崎での体験会に参加いただいた中学校の先生からは、総合学習での活用を打診されており、地域のまちづくり教育ツールとしての可能性を伺うことができる。

このことを踏まえると、実際のまちをフィールドとしたまちあるきを行い、地域特性を確認し、オリジナルまちカードを作成するとともに、ローカルルールを設定すること等を含む『ローカルまちビルド』によるまちづくり教育や、これらの進め方ガイドブックの作成等による地域ごとのカスタマイズの可能性を模索することは重要であろう。

<謝辞>

本調査にご協力いただいた文京区社会福祉協議会、汐見アフタースクール、アクティ指ヶ谷、JELLY JELLY CAFE、まちづくり研究センター(まちラボ)の皆様、ならびに試作の制作に協力いただいたタンサン(株)に深謝いたします。

<注>

- 1) 建築や都市の開発において複数の地点を同時に扱い、各々が有する価値の「トレード=交換」を行うことによって、互いに利益が得られる開発のあり方を模索する研究会。
- 2) 予備調査は、2023年12月3日(日)に共同研究者が運営する設計事務所で開催されたイベント内と、2023年12月6日(日)に協力者が運営するボードカフェで実施した。

<参考文献>

- 1) 江守央、伊澤岬、横山哲：「市民参加型まちづくりの変遷に関する基礎的研究」、土木学会土木計画学研究・講演集、vol. 39, No. 184, 2009. 6
- 2) 玉田洋：「まちづくり教育」の現状についての考察 - 「まちづくり」を「教育する」ことにおける課題-、21世紀社会デザイン研究 No. 12, 2013
- 3) 田坂亮、和多治、高見沢実：小学校の総合的な学習の時間に組み込まれた「まちづくり教育」に関する研究～横浜市の小学校を対象とした調査を通して～、都市計画論文集 No. 38-3, 2003. 10
- 4) Heckman, J. J, & Krueger, A. B. : Inequality in America :What role for human capital policies, MIT Press Books, 2005

<研究協力者>

松島 萌華 日本大学大学院理工学研究科
まちづくり工学専攻
渡邊 玲王 日本大学理工学部まちづくり工学科



写真 6-1 最終体験会の様子と改良ゲームサンプル