

# 「愛・地球博」の成果・評価について 地球市民村編

～来場者アンケート(8月分)を中心とした速報～

2005年9月15日

(財)2005年日本国際博覧会協会

# 目次

A. 来場者の評価	2
・来場者数集計	3
・来場者アンケートより	3
(1) 来場理由	4
(2) 満足度、評価	5
(3) 地球市民村の学び	6
(4) 実践	8
(5) NPO/NGOについて	9
(6) 万博における意味	11
(7) 来場者の声	12
B. 学校団体の評価	16
C. NPO／NGOの評価	18
D. マスコミの評価	19

# A. 来場者の評価

## 来場者アンケート概要

### 調査対象

地球市民村来場者

### 調査方法

質問紙を用いた、村内での対面式調査

### 調査日時

8月23日(火)、26日(金)、27日(土)

### 有効回答数

210名

### 備考

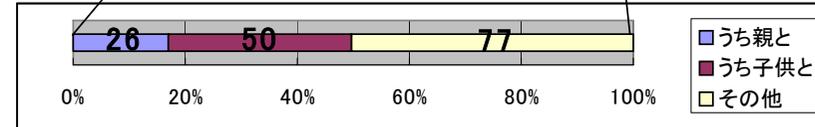
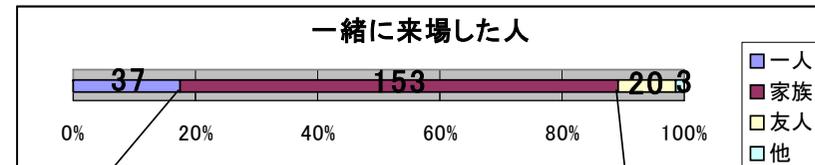
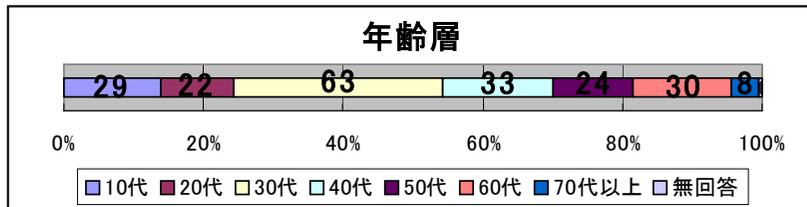
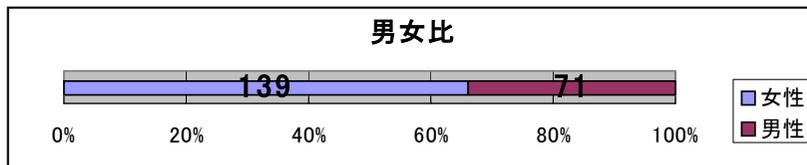
同調査は9月にも引き続き実施予定

## 来場者の基礎データ

\* 家族連れの来村が多い。

\* 30～40代の女性は圧倒的に子供連れの母親。子供の「楽習」の場としての効果

\* また、リピーターの中には、「今日は一人で来ている」という方もおり、市民村を目的で来ている方も少なくない。



# A. 来場者の評価

## ● 来場者数集計

◆開幕当初は、日に2~4,000人(全体の2~5%)。今や15,000人~25,000人(ほぼ10%)へと増加。選ばれて訪れる場所に成長した。

◆地球市民村来場者数(9月13日累計)

**1,832,939人**

全体入場者数累計 19,386,018人の**9.45%**

## ● 来場者アンケート

< これらを支えたリピーター達 >

### ① 来場回数

	市民村 来村		市民村 来村
1~5回	155	1回	70
6~10回	34	2回	32
11~15回	8	3回	20
16~20回	6	4回	13
21~25回	2	5回	20
26~30回	3	6回	10
無回答	2	7回	5
		8回	1
		9回	18
		10回	8

### ② 来場者のお住まい

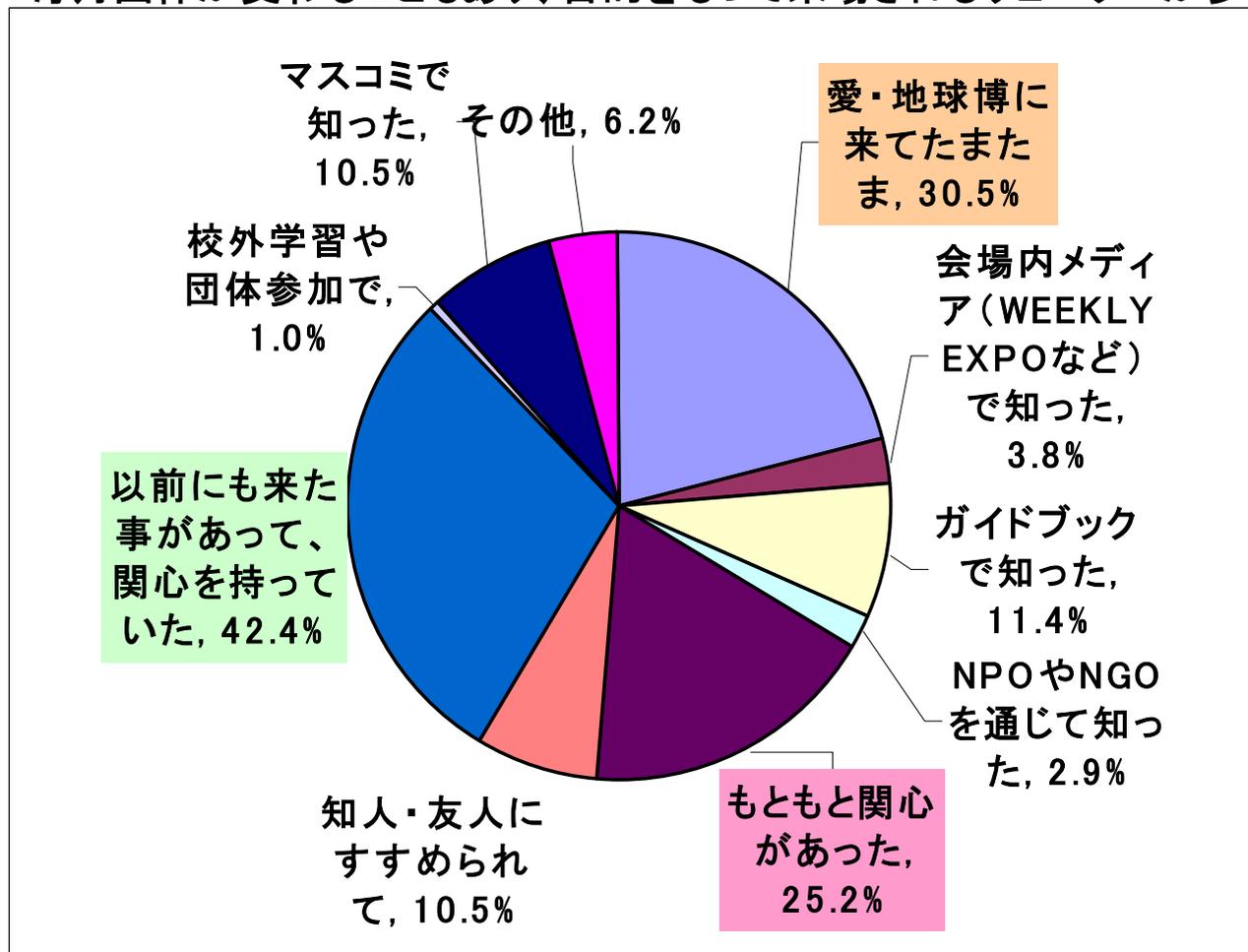
愛知	153	千葉	2
岐阜	10	富山	2
静岡	9	福岡	2
東京	7	青森	1
滋賀	5	愛媛	1
三重	4	岡山	1
神奈川	3	長野	1
兵庫	3	新潟	1
大阪	2	和歌山	1
		無回答	2

- 1、愛知県を中心に、地元の来場者が多い
- 2、何度も繰り返し、来場されるリピーターが多い。

## (1) 来場理由

3割の人々に普段接する機会のないNPO/NGOへの偶然の出会いを提供し、多くの方がリピーターとなった。

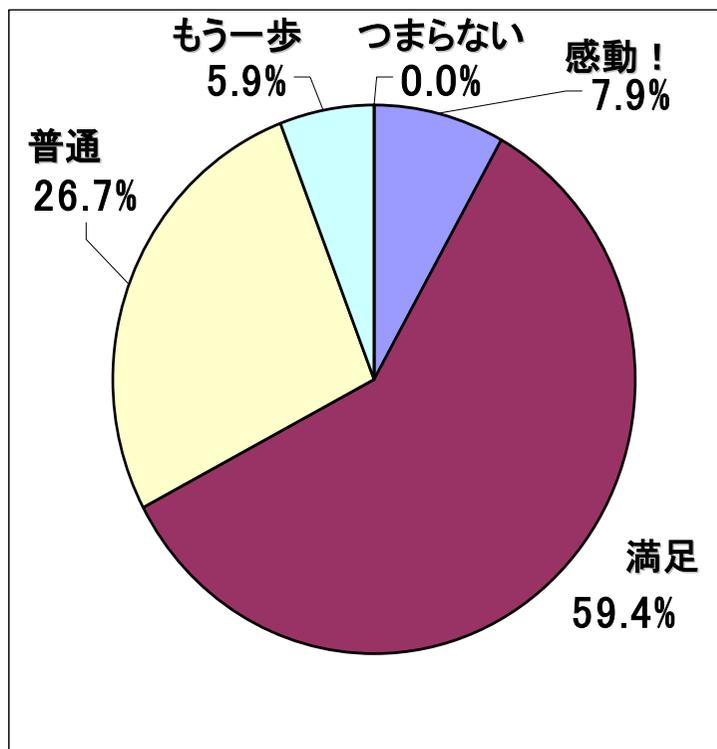
毎月団体が変わることもあり、目的をもって来場されるリピーターが多い。



## (2) 満足度、評価

約7割の人が「満足」以上。その理由は「学び」や「体験」や「いやし」

\*「学び」×「癒し」の場としての評価が、総合評価を高めている。



「感動!」、「満足」の理由

環境や社会の現状について、勉強になった	72.1%
海外の人と交流できた	11.8%
NPOやNGOの活動をしている人と会話できた	33.8%
子どもが遊べた	24.3%
食事がおいしかった	16.2%
体験プログラムが楽しかった	32.4%
ゆっくりとくつろげる居心地のいい空間だった	37.5%
スタンプラリー	36.8%
パンフレットが分かりやすかった	6.6%
手作り感が良かった	27.9%
竹や木をふんだんに使った建築や、庭や茶畑のあるセッティングが良かった	42.6%
その他	5.1%

「学び」の場

「癒し」の場

「もう一步」の理由

展示内容が分かりにくかった	25.0%
体験に参加出来なかった	25.0%
スタッフの説明がなかった	16.7%
催し物がつまらなかった	16.7%
スタッフの説明が分かりにくかった	8.3%
その他	

### (3) 地球市民村の学び

「学び」の内容はかなり具体的。市民村で多くのことを「初めて」知ってもらえた。

地球市民村に来て、学んだこと、感じたこと

私たちの社会や暮らし方が、自然に負担をかけてしまっていることを知った	126
世界には自分たちと全く異なる境遇で生活している人がいることを知った	106
企業の、環境や国際協力に関する取り組みを学んだ	51
自分と同じような一般の市民がいきいきと活動していて、びっくりした	58
ゆったりとした時間を過ごし、コミュニケーションする大切さを実感した	75
もう少し具体的に、自分たちができる活動を教えてほしかった	32
特別、新しいことは何も学ばなかったし、感じなかった	2

環境負荷を自覚

世界の  
現状を  
知る

コミュニケーション  
の大切さを実感

\* 来場者は市民村を「学び」の場として捉えている。

- ①現場の生の声を聞き、現代社会の実情を知る
- ②NPO/NGOで活動する人々と直に接したことで、その存在と意義を学ぶ
- ③出展者が丁寧に「対話」による説明を心掛けていることで、コミュニケーションが生まれている

\* また、学びからさらに「実践」を考える方もいる。「学び」から「気づき」、行動変容を導きだしたことに意味がある。

## 地球市民村来場者向けアンケート調査結果

### 地球市民村に関するキーワード

	以前から 知っている	市民村で 学んだ		以前から 知っている	市民村で 学んだ
NPO	121	22	NGO	102	21
難民	119	12	マクロビオティック※1	22	47
グリーンマップ	47	68	ホワイトバンド	24	58
生物多様性	37	39	CSR※2	6	57
里山	85	21	LOHAS※3	9	56
リサイクル	138	11	地球温暖化	130	9
自然エネルギー	95	20	循環型社会	69	31
フェアトレード	16	52	ワークショップ	85	29
環境教育	66	25	サステイナビリティ (持続可能性)	14	56

※1 自然と調和した人間本来の生き方。自然な食事をすることに重点を置く。

※2 Corporate Social Responsibility の略。企業の社会的責任と訳される。

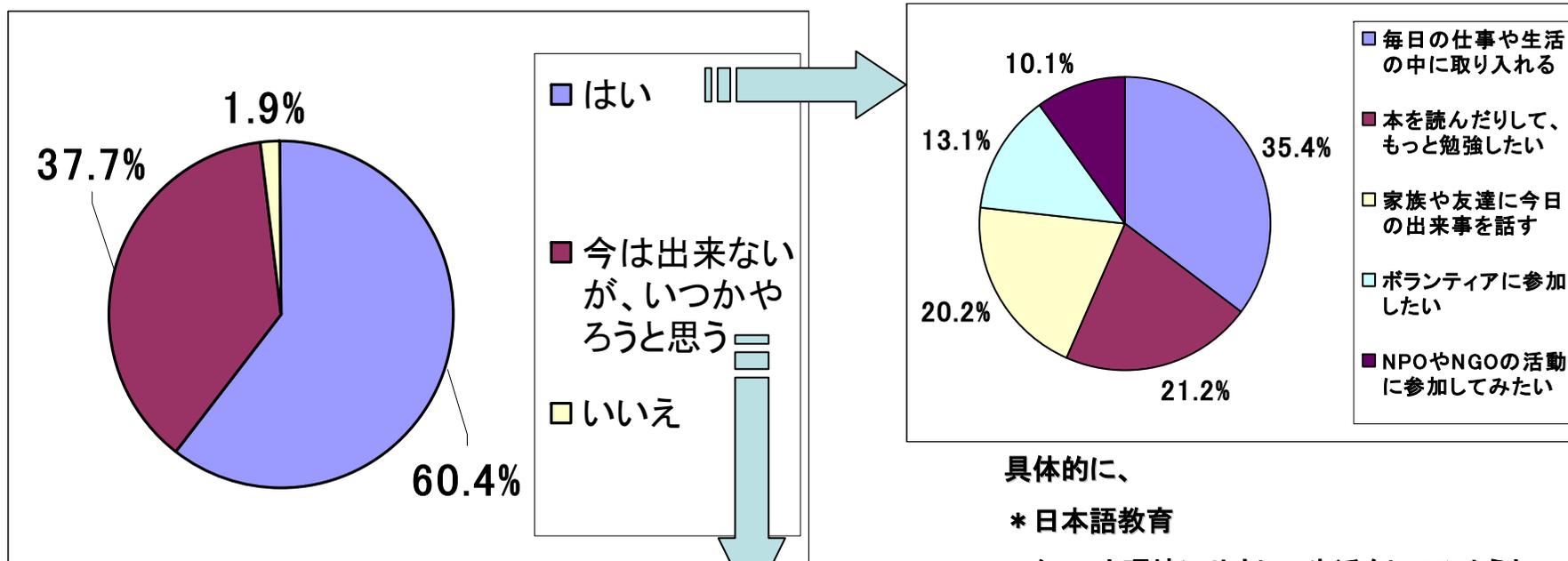
※3 Lifestyles of Health and Sustainability の略。「健康と持続可能性」意識の高いライフスタイル を指す。

NPO、リサイクル、地球温暖化など、既にメディアでの露出の多い言葉はすでに知っている方も多いが、市民村で新たに「知った」「学んだ」言葉も多い。市民が学びを得ていることが分かる。

## (4) 実践

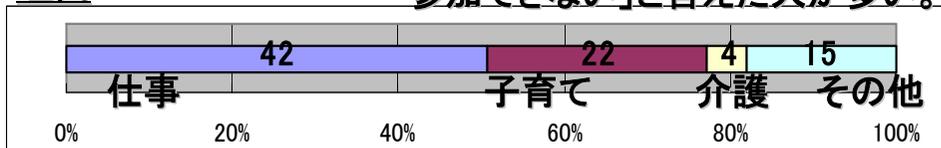
学んだことを、自ら身近な生活の場で「実践」するきっかけ作りの場として機能

これからご自分の生活で心がけようと思ったことはありますか？



うち、「とても関心があるが、忙しくて参加できない」と答えた人が多い。

理由



その他、

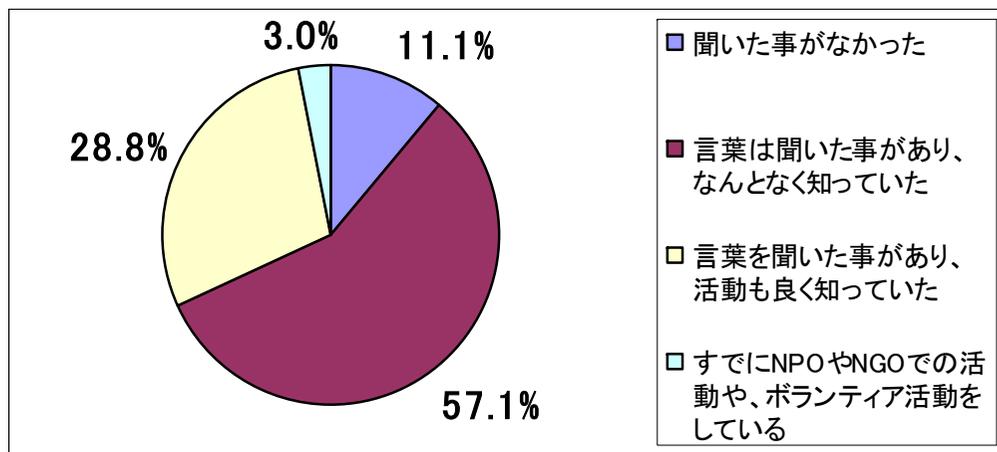
\* 高齢、体調不良 \* 方法が分からない \* 何をしたいか分からない

## 地球市民村来場者向けアンケート調査結果

# (5) NPO/NGOについて

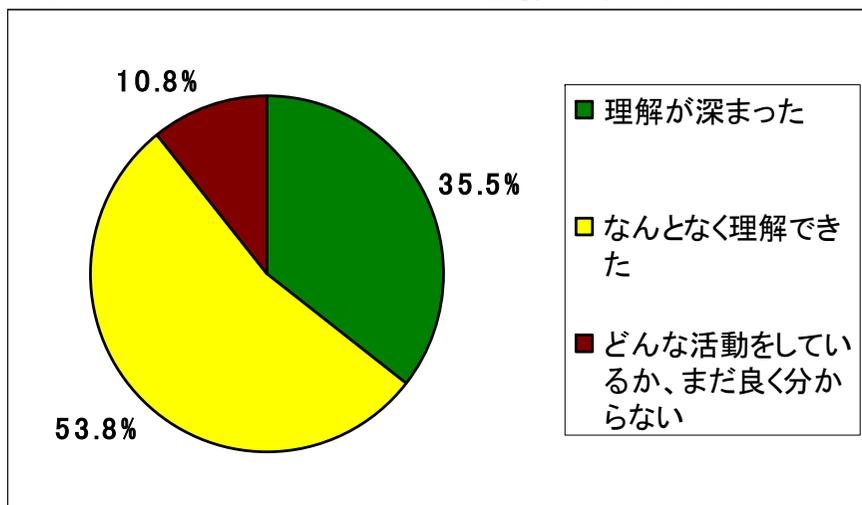
「実践の場」としてのNPO/NGOについても理解を深め自ら参加する動機付けに

今までNPOやNGOについて



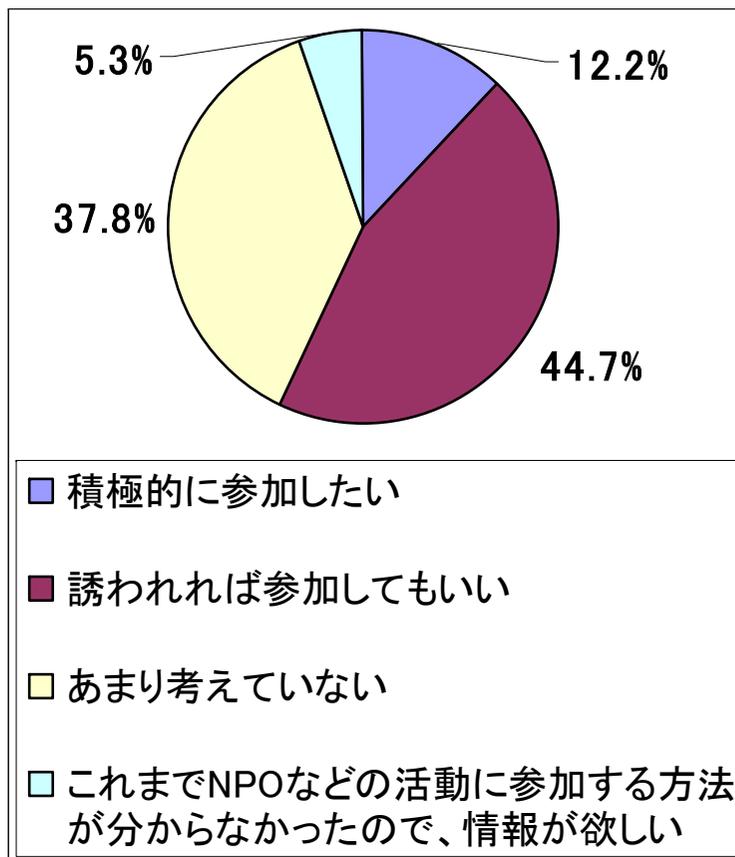
未だNPO/NGOに対する認識はそれほど高くはないことが伺える。

市民村でNPOやNGOについて理解が深まりましたか？



市民村を通して、確実にNPO/NGOの見方が変化している。NPO/NGOという言葉聞いたことがある段階から、市民村を通じ、具体的に何をする団体なのかを理解した段階へと発展している。

今後、機会があればNPO/NGOの活動に参加したいと思えますか？



\* NPO/NGOについての理解が深まり、1割強の方がすでに活動しているか、これから積極的に関与していこうと考え、5割弱の方が自分だけでは参加に躊躇するも、誰かに誘われれば参加してみたいと考えている。

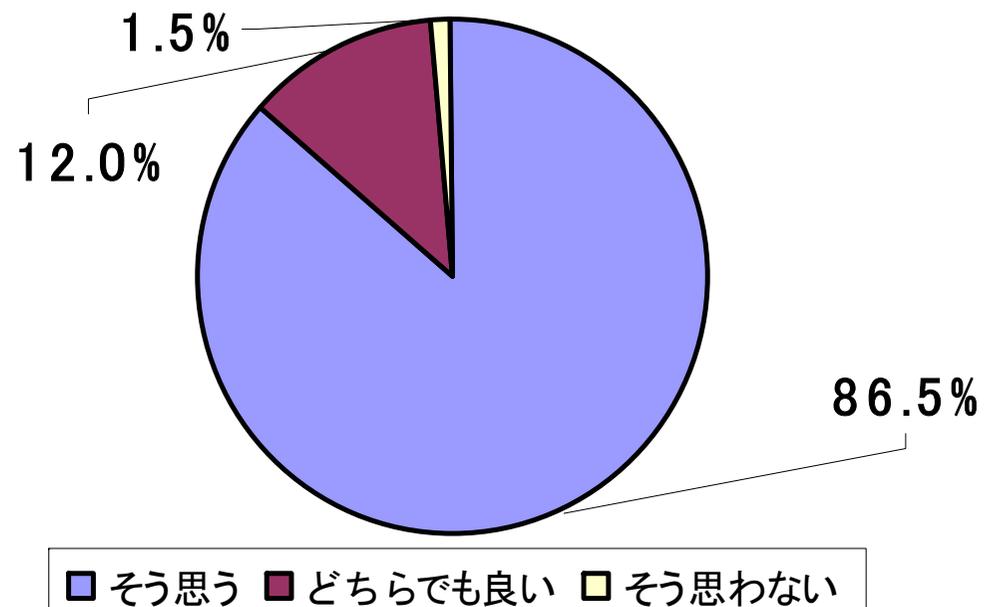
\* また、参加方法が分からない方も多く、市民村からさらに参加の方法などの情報を得たい、と考えている。

\* 積極的にNPO/NGOの活動に参加を希望はしないが、市民として何か出来ることをしたい、と考える方が多い。市民村のメッセージ「自分に出来ることは何だろう」という問いかけは、多くの来場者に伝わっている。

## (6) 万博における意味

ほとんどの来場者が万博において、今後ともNPO／NGOによる出展の継続を望んでいる。

Q.地球市民村は、154年の万博の歴史で初めてNPOやNGOが正式に参加するパビリオンです。これからも万博の中で、市民・NPO/NGO参加を継続したほうがよいと思いますか？



## (7)－1 万博における市民参加の必要性の理由 (自由記述)

### <市民参加の必要性>

◆答えが出せるような「愛・地球博」ではなかった。しかし、地球市民村は異色の存在であった。もっと興味と関心をもつべきだと痛感した。その意味で、地球市民村に来たことはよかったことだった。市民と離れて世界はないと思う。市民参加こそ意義がある。

### <NPO/NGOの活動を社会に知らせる>

◆市民が利益目的でなく活動する場をPRする必要性を感じているから。

◆NPOやNGOの活動をしている人とのふれあいが普段からあまりない人にとって知る機会でもあるし、活動者にとっても発表の場で見直すことが出来るから。

### <子供の学び、国際化の場>

◆とても有意義なことであり、子供たちにもとてもわかりやすいから。

◆いろいろな国のことやいろいろな国の人のことがわかって、世界への興味がわいたから。

### <多様性ある社会作り>

◆小さな政府になると、大きな企業が社会的な力を持ち、経済優先の社会になってしまうので、地域や一般の人々が生活をより良くするためにNPOなどの存在をもっとアピールしたい。

◆政府や企業は各々の“都合”で出来ない出展がある。対立することもあるかもしれないが、異なる視点の展示も大切。

### <子供たちの未来>

◆子供たちが安心して暮らしていければと思います。自然が大好きな子達なので、自然を残して欲しいと思います。できれば、増やせるといいのだけれど。

### <自然、環境、温暖化>

◆自然を残したい。体に優しく、自然な食べ物が当たり前食べられるようにしたい。

◆自然を大切にしたり、自然を活かした生活が出来るといい。限られた資源を有効に使って生活しているといい。そして何より、人間同士がもっと仲良く暮らしやすい社会であった。

### <平和>

◆世界での争いもなく、飢えで苦しむ人もなくなり、世界中の人が笑って過ごせる、そんな世界になってほしいと思う。そのためにもまずは自分から何かやってみないといけないと思う。

### <スロー、つながり>

◆20年後は20年前のように、もう少しゆっくりした社会であってほしい。私の子供の頃は近所の付き合いとか、社会に人々が参加するといった社会であったが、今は人と人のつながりがなくなってきているような気がする。

### <ボーダーレス>

◆国と国が自国の文化や宗教観等を尊重しながら、垣根を取り払い、グローバルに人々が行き来し、交流を図り、いいことは自分たちの生活にも取り入れて仲良く暮らしていきたい。

## (7)ー2 来場者の主な声 (内部ヒアリングより)

まとめると、「楽しい」「学べる」「癒される」の相乗効果

### 【愛・地球博のテーマに忠実】

- ここが一番万博のテーマを表しているね。
- 愛・地球博のテーマを最も実感できる。テーマに忠実。
- 地球市民村は、愛・地球博の「魂」。(ワンガリ・マータイ氏)

### 【楽しい】

- いつも何かイベントをやっていて楽しい。
- 毎月、日々、新しくなるんですね。
- 様々な、「参加」や「体験」ができる。

### 【学べる】

- いろいろ考えさせられ、いいきっかけを頂いた。
- 生身のコミュニケーション、「対話」、「交流」がある。
- 同じ市民がこのような活動をしていることに打たれた。

### 【癒される・ほっとする】

- ゆっくりできて、ほっとする。くつろげる。
- 手作り感があっていい。
- 茶畑がいい。お茶のサービスはうれしい。

# 想像以上だった来場者参加の「メッセージ」もの。各1万人以上が参加

「表現したい」「形に残したい」「人の役に立ちたい」など、自己表現、存在証明、などの根源的な欲求を「参加型」プログラムは引き出した。書くことで、自分でもはっきり意識したり決意することになり、行動変容へもつながる。



## B.学校団体の評価

- 学校団体(小・中・高)には「楽しく学べる」場として大変好評で申し込み多数。
- 事前申し込み受付分の学校だけで、150校、17500人。
- 申し込みのない学校・生徒を入れると約倍の300校、35,000人以上(推定)

月	事前受付数	人数	
4月	13校	1,471人	
5月	43校	4,930人	
6月	52校	6,127人	
7月	17校	2,087人	
8月	1校	23人	
9月	24校	2,831人	予定
合計	150校	17,469人	

# 学校団体の声

- 中学校の校長の礼状より

「生きた環境教育」「今そこにある地球問題」が中学生にとって具体的な形で提示されており、他の多くが映像や非現実的な展示に終始していることを見ると、最も心を動かされるものでした。

一過性のイベントに終わらない有意義な見学が実施できたことに重ねて御礼を申し上げます

- 中学校1年の感想文より

地球市民村の全体の共通点は、人と自然と助け合っていることだと思います。こうすることによって、新しい自然が出来ていくのを見て、私は、自分もやってみたい、新しい自然の1ページを作りたい、と思いました。そして、自分たちの国の文化を大切にしていこうと思いました。

# C. NPO/NGOの評価

毎月末の「村の主張」や担当者のヒアリングより

- **広報効果**
  - － 多くの一般の人々に、メッセージを伝えられた。
  - － 自分たちの活動や団体を知ってもらえた。
  - － マスコミにも取材され、団体や活動の認知・理解が促進。
- **出会い・ネットワーク**
  - － 分野を越えた様々なNPOや人と出会えた。
  - － 海外パートナーとの絆が協働作業で深まった。
- **表現力・コミュニケーション力の向上**
  - － 事前のワークショップで、一般の人々へのコミュニケーションについての企画力・表現力が飛躍的に向上。
  - － 今回「参加」「体験」「対話」を重視して作った展示やプログラムは、今後の活動の財産に。
- **人と組織のエンパワメント**
  - － スタッフ・ボランティアの成長(人材育成)
  - － これを機に、組織の再確認や活性化。
- **事後の展開**(→別紙:地球市民村からの展開)
  - － 事後、様々な出会いや引き合いから、新たな展開へ。

## D. マスコミの評価

- 開幕当初は同情を含め、取材・問合せ件数は多数。
- **新聞報道記事件数：群を抜く606件**
- 好評の理由：**ネタが多い**（多くのパビリオンはコンテンツが変わらない）
  - 多彩な活動分野のNPO/NGOが月替わりで出展
  - 自然・環境・国際協力や「持続可能性」というテーマ性
  - 様々な催事、茶畑や自然食レストランや寝転びシアターなどの憩いの空間、
- 媒体露出の切り口の特徴は、
  - 団体取材（団体プログラム・活動）
  - 人物取材（ホスト、海外パートナー、著名来訪者）
  - 催事
  - 博覧会のなかでの位置付け
- 新聞だけでなく、テレビ、ラジオなどの取材も相次ぐ