

## 【別紙Ⅰ】SAGAものスゴフェスタ実績

タイトル	開催年度 ※	会場	出展者数	来場者数	満足度
SAGAドリームテック フェスタ2015	H27	総合体育館	27	4,070人	-
SAGAものスゴ フェスタ2016	H28	総合体育館	44	9,623人	95.9%
SAGAものスゴ フェスタ2017	H29	市村記念体育館	49	15,563人	95.7%
SAGAものスゴ フェスタ4	H30	総合体育館	53	20,551人	91.5%
SAGAものスゴ フェスタ5	R1	総合体育館	57	13,432人	85.3%
SAGAものスゴ フェスタX	R2	(オンライン)	-	(29,899人)	-
SAGAものスゴ フェスタ7	R3	SAGAプラザ (総合体育館)	中止	(中止)	-
SAGAものスゴ フェスタ8	R4	SAGAプラザ (総合体育館)	63	11,773人	99.8%
SAGAものスゴ フェスタ9	R5	SAGAアリーナ	126	34,245人	78.9%

※例年の開催時期は8月中下旬。

## 【別紙2】SAGAものスゴフェスタ10企画イメージ

### 前回の反省点

項目	主な反省点	改善ポイント
全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来場者数が受け入れ可能な限界点を超えていた(特に日曜日)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・10は日曜開催であり、再び殺到する恐れ。事前予約を増やす(当日受付を減らす)など、<b>混雑軽減の工夫</b>を。</li> </ul>
動線配置	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークショップ受付場所が悪く、目的意識の薄い人も自動的に列に並んでしまった。</li> <li>・2階をもっと活用できた。</li> <li>・多くの人が、総合受付ではなく出展者に道を尋ねていた。</li> <li>・ワークショップを当日受付にしたことで、来場者は何時間も前から並び、出展者は準備不十分となった。</li> <li>・スタンプラリーが混雑を招いた。</li> <li>・センターステージが、会場を狭くしていた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>人気企業等の配置工夫や補助スタッフの配置、2階配置</b>の検討を。</li> <li>・<b>道案内や総合受付の配置</b>の工夫を。</li> <li>・1階と2階の動線確保を。</li> <li>・ステージは、全方向ではなく1面がいい。</li> </ul>
体験ブース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務連絡が遅い。</li> <li>・「終日出展」「ワークショップ」の使い分けが不明瞭。</li> <li>・ブースが狭かった。</li> <li>・人気ブースの待機列が他ブース前まで伸び、出展者だけでは管理に限界があり混雑を招いた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>「終日出展」「ワークショップ」の考え方、使い分けの見直し</b>を。</li> <li>・ブースの拡張を。</li> <li>・待機列を捌く人員配置またはレイアウトや体験者受入システムの改善を。</li> </ul>
特別企画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予約不要の人気企画に長い待機列が発生していた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・より純粋にイベント目的に沿った企画を心掛ける。</li> </ul>
アクセス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バス利用者が多く、炎天下で待たせてしまった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会場も収容可能人数を超過しており、バスの利便性以前に<b>混雑軽減の工夫</b>が必要。</li> </ul>
広報	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前チラシでもう少し具体的な情報発信ができるとう良い</li> <li>・WEBでの情報発信が開催前のギリギリになっていた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前予約コンテンツを増やす想定もあるため、<b>募集開始する本番1か月前までには企画内容を固め、広報</b>したい。</li> </ul>

## 【別紙2】SAGAものスゴフェスタ10企画イメージ

### 事業方針

項目	フェスタ10
大きな方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客寄せイベントを減らし、原点に立ち返って<b>ものづくり体験や魅力発信により特化</b>したい。</li> <li>・<b>大学生や高校生</b>が参加できる工夫をする。</li> <li>・事前予約コンテンツの比重を増やすなど、<b>当日の混雑をできるだけ軽減</b>。</li> </ul>
佐賀さいこう企業表彰式(他主催) 前夜祭	<ul style="list-style-type: none"> <li>・5/18(土)、SAGAアリーナで開催。表彰式は今回が10回目。</li> <li>・出展者向け説明会時に交流会を開催したい。</li> </ul>
【フェスタ】ものづくりを知る展示	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実物展示や実演など、ものづくりのリアルな魅力を伝えられる企画を実施したい。</li> </ul>
【フェスタ】企業・団体のものづくり体験	<ul style="list-style-type: none"> <li>・100程度を目安に募集（ただし、それ以上来ても拒まない）。</li> <li>・終日出展/ワークショップの分け方を見直し。</li> <li>・ブース1小間のサイズを拡張。</li> <li>・できれば、出展者が互いの出展コンテンツで体験して交流するような時間も設けたい。</li> </ul>
【フェスタ】特別企画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予約不要の客引き企画は減らす。</li> <li>・ミニ四駆大会のような参加型競技はあり。</li> <li>・スタンプラリー等周遊促進策は、逆に混雑のもとにならないよう注意して企画。</li> </ul>
【フェスタ】同時開催イベント(他主催)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サイエンスファクトリーを同時開催。</li> </ul>
クリエイティブ・広報	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予約コンテンツが増えるため、企画調整や広報開始時期は2か月前倒しの意識で進める。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出展者とのコミュニケーション、そして事務連絡は時間に余裕をもって進める。</li> <li>・ものスゴTOURといった県の関連事業とも連動を図るなど、フェスタが点で終わらない工夫がしたい。</li> </ul>

## ▼ものづくり体験や魅力発信の充実

### ・佐賀のものづくりのリアルを再現

…実物展示や実演など、ものづくりのリアルな魅力を伝えられる企画を実施。

例) 工作機械や部品の展示（巨大なものはプロジェクター投影やミニチュア展示）、車や家電製品の分解展示、溶接作業の実演 等



### ・ものづくりの原点をテーマにした体験

…製造現場の作業を細分化してみると、多種多様な工程がある。そうしたシンプルな作業でも、子どもたちにとっては貴重な体験となるのでは。

また、そうした体験は回転率が高く、多くの来場者の受け皿になるのでは。  
例) 大きいボルトを「締める」、多種多様なネジに「触れる」、歯車同士が連動するよう「組む」、原材料を「混ぜる」、木材を「削る」、素材の違いを「比較する」、、、など

## ▼大学生や高校生が参加できる工夫

### ・参加型競技の開催

…ものづくり関連のコンテスト等を開催。大学生の部、高専生の部、タイムアタック、デザイン部門などカテゴリーを分けることで参加者の多様性を担保。

### ・創作物の発表機会の創出

…普段、授業やプライベートで創作（ものづくり）を行う大学生等のために、作品を披露する機会としてフェスタ会場に展示スペースを設ける。

例) 県内大学のアート・クリエイティブ系サークルや学部生の活動とのタイアップなど

## ▼会場の混雑軽減策

### ・ 出展スタイルの見直し

…前回までの「ブース出展／ワークショップ」という分け方があいまいで、来場者にも出展者にも分かりづらかった。  
今回から基準を明確化し、名称も変更。

#### (見直し案)

#### ・ 事前予約のものづくり体験 (旧・ワークショップ)

- 体験時間が平均20分を超えそうなもの (回転率が低いもの)。
- 合計5分以上レクチャーが必要なもの (講義スタイルが馴染むもの)。
- コスト面の負担や材料等の限界があるもの (出展者判断)。
- その他事務局で判断したもの。

#### ・ 常時受付のものづくり体験 (旧・終日ブース出展)

- 事前予約の基準に該当しないもの。
- 常時受付の体験は、より回転率が高い方が望ましい。

### ・ 事前予約制コンテンツの増加

…事前にWEBサイトで事前募集・抽選を行うコンテンツを増やす。ただし、そのためには4月中に募集と抽選作業を行う必要があり、スケジュール管理がより重要になる。

### ・ 会場レイアウト他

…上記の対応を行った上でも、当日は多くのご来場が想定されるため、滞留や混乱を招かない配置、より快適に巡れる空間づくり等の工夫が求められる。