

ウォーミングアップクイズ



このあと、前回のワークショップで出された地域の課題に対し、それを改善する・もしくは進行を遅らせるための取組についてアイデア出しを行っていきます。

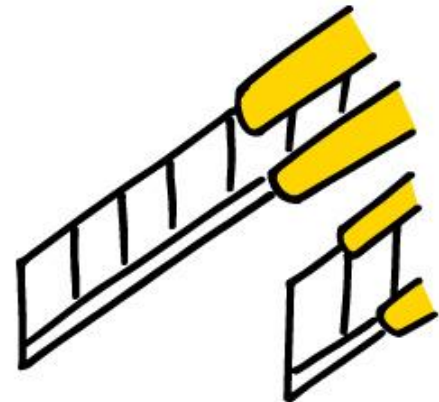
アイデアが出やすくなるよう、頭の中をあたためるクイズを行います。課題をもとに考案されたものについてみてみましょう。

第1問

折る刃式カッターナイフは、印刷会社の社員（日本人）により発明されました（1956年（昭和31年））。

紙を切ることが多い印刷会社では、それまでカミソリを使っていましたが、刃の両端しか使えず、切れなくなったら捨ててしまっており、もったいないと感じていました。

この印刷会社の社員は、「靴職人が使っていたある道具」と「あるお菓子」から、この折る刃式カッターのアイデアを得ました。さて、それは何と何でしょう？



第1問 正解

「ガラスの破片」と「板チョコ」

当時は、路上に靴職人がたくさんいて、職人たちは靴底を削るのにガラスの破片を使い、切れ味が鈍ると割って使っていました。

その姿を見て、敗戦後、進駐軍の兵隊がかじっていた板チョコを思い出し、「板チョコのように刃に折り筋を入れておき、切れなくなったら、ポキポキと折っていくと1枚の刃で何回も新しい刃が使えるぞ！」と思いつき、これが製品化へつながりました。

第2問

歩きながらのスマホの操作は、人にぶつかったり、赤信号を見落とし
たりなど、非常に危険です。

ドイツでも歩きスマホによる事故が増加していました。特に赤信号に
気づかず車や路面電車に衝突する事故が増えてきました。
そこで、ドイツのアウクスブルク市では、赤信号を見落とさないように
するため、ある対策をとりました。どのような対策でしょうか？



第2問 正解

「信号を地面に埋める」

スマホを見ているので視線が下になっている。であれば、信号を地面に埋めれば
いいじゃないか！

この対策で赤信号を無視する歩行者が減るかどうかを見極め、本格運用するか判断すること。



参考 : <https://matome.naver.jp/odai/2146200317934312101>

第3問

千葉県和田舎町にいすみ鉄道というローカル鉄道があります。

沿線人口減少で利用者数が減少し、また沿線に著名な観光地もないことから、打つ手が無く、廃線寸前になっていました。

このような状況の中、当時の社長がいすみ鉄道をPRするキャッチフレーズを考えました。これが話題になり、利用者数が伸びるようになり、徐々に経営が改善されてきました。さてそれはどのようなフレーズでしょうか？

キャッチフレーズ：「ここには○○○○○があります」
(ひらがな 5 文字)

第3問 正解

「ここには**なにもない**があります」

観光客から、「何だ、何もないじゃないか！」といわれる前に、最初から「なにもない」と宣言し、ローカル線のよさが分かる人だけに来てもらえればいいと考えた。

ローカル線に興味がある鉄道マニアが徐々に訪れるようになる。

沿線ではボランティアの人たちが菜の花の種を植える活動が始まり、春先には沿線が黄色一色になる。鉄道マニア以外の人たちも訪れるようになる。

車両を改造し、車内レストランを作ることで、週末には若い女性も訪れるようになる。

