

会 議 録

会議名称	第6期幸区区民会議 第11回専門部会（魅力発信でつなぐ まちの活性化部会）
日 時	平成29年10月17日（火）18：30～19：50
会 場	幸区役所 4階第1会議室
出席者	●区民会議委員（50音順） 神谷修委員（部会長）、阿部稔子委員（副部会長）、伊藤善通委員、大野勝彦委員、佐野禎彦委員、高橋希委員、中原敏子委員、成川慎一委員（全体会議委員長）、松井節子委員（全体会議副委員長） ●事務局 幸区役所 田村副区長 幸区役所まちづくり推進部企画課 岸課長、吉岡課長補佐、中村職員、安藤職員（株）社会空間研究所 中島氏、田上氏
欠席者	なし
傍聴者	なし
配布資料	●資料1 「魅力発信でつなぐ まちの活性化部会」調査審議スケジュールイメージ ●資料2 幸区民祭におけるヒアリング調査結果 ●資料3-1 魅力の発信方法についての意見交換シート ●資料3-2 魅力の発信方法について ●資料4 提言のとりまとめに向けた論点 ●参考資料1 「第6期幸区区民会議」スケジュールについて ●参考資料2 第10回専門部会（魅力発信でつなぐ まちの活性化部会）会議録 ●参考資料3 第6期幸区区民会議委員・参与名簿 ●参考資料4 発信する幸区の魅力について ●その他 板橋区の事例（itappy） 宮前区の冊子（ぐるっとみやまえ）
議 題	（1）区民祭におけるヒアリング調査の振り返り （2）魅力の発信方法の検討 （3）提言内容の検討

決定事項	(1) 区民祭におけるヒアリング調査の振り返り ・ヒアリング調査の結果を共有した。 (2) 魅力の発信方法の検討 ・「魅力発信方法」及び「魅力発信の主体」に関して概要や課題を共有した。なお、主な意見として次のものが挙がった。 ・発信方法については、紙媒体と SNS の両方を活用するべきと考える。メインとなる魅力発信の冊子等を紙で作成し、それを SNS で拡散したり、補足するのがよいのではないか。 ・発信する内容については、これまで確認してきた 3 つの魅力をメインとするが、グルメ情報などを載せるのもよいかと思う。ただ、特定の商業施設を扱うにあたっては検討が必要である。 ・発信主体については、協働が大事であり、幸区を広報してくれる人や文化活動をしている人、子育て関係の人などに加え、マスコミ関係（タウン誌）や商業施設にも協力してもらい、発信主体の組織をつくる必要がある。 (3) 提言内容の検討 ・提言とりまとめの構成について次回、事務局にて作成する「骨子＋α」のたたき台をもって議論することとした。
会議の内容 及び 主な発言	(1) 区民祭におけるヒアリング調査の振り返り ●事務局より資料 2「区民祭のヒアリング調査結果」について説明した。 ○資料 2 による調査結果の確認及び参加委員からの報告を行い、意見交換を行った。 〈説明の概要〉 ・平成 29 年 10 月 7 日(土)10：00～16：00 にヒアリング調査を実施した。 ・調査対象は、区民祭に親子連れで来ている方、調査実施人数は 88 名。 ・部会で検討した発信していく魅力について、参加者全員が実感すると回答。 ・実感する魅力のキーワードとして、子育て環境が最も多く、夢見ヶ崎動物公園が一番多い回答である。 ・実感する理由は、部会で検討している魅力と同じ傾向である。 ・問 2 の発信方法としては、電子媒体としてはホームページや SNS が多数。SNS はスマホで気軽に情報を見られるので子育て世代に融合している。紙媒体としては、チラシ・広報誌という意見が多数である。チラシは保育園やポスティングされたものをよく見るといった声が多かった。 ・地域の情報誌もよく読むという声があった。 ・問 3 について、情報の受け取り場所としては、民間商業施設が多数であった。その中でもスーパーやコンビニ等が多数で、区役所も来庁時に配布されると良いという意見もあった。

- ・紙媒体は、普段から行く場所での配布が受け取りやすい。

〈主な意見〉

【ヒアリング調査の結果について】

- ・隣で交通部会が子どもを対象に行っていて、その間に親御さんがヒアリング調査に回答してくれた。
- ・絵を見せたことで、誘導してしまった部分も多いと考えるが、夢見ヶ崎動物公園への関心が想像よりも高かった。
- ・チラシを置く場所について、コンビニやスーパーという回答が多かった。
⇒ 普段よく行く場所にチラシがあると、目につくので効果がある。
- ・調査を行ってみて、夢見ヶ崎動物公園は非常に人気があると実感した。幸区は、東京・横浜に出やすく交通の便が良いのにマンションの値段が安いので、暮らしやすい。
- ・紙媒体を受け取りやすいのが、スーパーやコンビニということで、地元の商店街では買い物をあまりしないのだという事も分かった。
- ・もう少し、分かりやすい聞き方をした方が良かったのではと感じた。夢見ヶ崎公園の回答が多かったが小さいながらも近隣に公園が沢山あるという意見が多かった。
- ・思いのほか、子育て支援センターに行かれている方がいた。
- ・道路が平坦で移動しやすいという意見もあった。
- ・年配の方が数人来られたので聞いてみたが、電子媒体から情報を得にくいという声があった。紙媒体は、新聞と一緒に入ってくるタウン誌には、隔々まで目をとおすという声もあった。
- ・チラシ・ポスター等はスーパーやコンビニにあると分かりやすいとの声も多かった。
- ・夢見ヶ崎動物公園の人気は高い。無料であることも大きなポイントになっているようだ。

（２）魅力発信に向けた調査について

- 社会空間研究所より資料 3-1、3-2 及びその他参考事例について説明した。
- 以上の資料をもとに、魅力の発信方法や発信主体について検討を行った。

〈説明の概要〉

【魅力発信方法】

- ・区民祭のヒアリング調査では、情報をキャッチしやすい方法として、電子媒体では SNS を使った発信やホームページ、紙媒体では広報誌やチラシという回答が多かった。

- ・メリットとしては、SNS や HP はターゲットの世代の利用者が多く、拡散性が高いので、成功した場合には効果が大きい。双方向のツールなので、受信者からの反応や発信者と受信者の相互の交流でつながりがもてる。インフォーマルな印象があつて、関心をもちやすい。知り合いから拡散できるので、親近感をもちやすい。また、無料で行えることが多い。
- ・課題としては、特定の SNS の利用者を前提としていて、利用者が限定される部分がある。発信者の意図しない情報や誤った情報が混在して拡散される可能性がある。また、SNS に流れている情報なので、目に留まらないと拡散されない。
- ・新しい情報を定期的に発信する必要がある、継続的な運営を行う主体も必要になってくる。
- ・課題の解決方法の例としては、ターゲットの影響力を持つ人や拡散のためのテクニックを持つ人が発信に係る必要がある。SNS の運用とスキルのある人が発信に携わる。
⇒ 既存の幸区の媒体として、1 つが「川崎市 7 区役所こども・子育て支援情報」をフェイスブックやツイッターで行ったり地域で活動している「幸区盛上げ隊」という団体がフェイスブックで行っている。

【板橋区の事例（itappy）及び宮前区の事例（ぐるっとみやまえ）について】

- ・「itappy」は、子育て支援という切り口で、区の魅力をまとめて発信している。
- ・「ぐるっとみやまえ」は、宮前区がつくっている宮前区の魅力を発信している冊子で、インターネットでも作っている。
- ・この 2 つの違いとして、「itappy」の方は行政だけで作っていて、基本的には公共に関する情報がメインで、行政がやっているところしか紹介が出来ないという制約がある。一方で、「ぐるっとみやまえ」は行政的な情報が載りつつも、10 頁からはご当地グルメなど、民間の施設もかなり紹介されている。
なお、23 頁に記載されているが、区民会議の提言に基づいており、「みやまえ情報ラボ」という団体を作って、区民の方が関わり行政と一緒に作っている。
なので、民間に係るグルメの情報など、気楽に取材して載せることが出来る。
- ・前回、宇都宮市の事例を紹介したが、市民と地域の各種団体と行政の協働で組織を作って発信をしている。他都市事例から見ても、組織体制を作って発信をしていくのが重要ではないかと思う。

〈主な意見〉

【魅力発信方法と魅力発信の主体について】

- ・発信方法としては、紙媒体と SNS の両方を使う。発信の主体については、住民のコミットが不可欠だと思う。その他の資料 2 つを見た時に両方よくできて

いるが、宮前区の方が面白い。

⇒ 「ぐるっとみやまえ」の作り方と宮前ラボという団体のメンバーを参考に
して、メンバーをピックアップして、編集委員会を作って、発信したらよ
いのではないか。宮前区の良い所は、グルメなど幅広く載っているので、
楽しい誌面になっていると思う。

- ・現状の幸区の3つの魅力に限定してしまうより、もう少し読んで楽しく、実際
に現地に行きたくなるような形にした方が良いのではないか。
- ・タウンニュースを発行しているような発信方法のノウハウを持っている民間の
会社にも入っていただいて、そこに一般の人が入って活用してみる価値はある
のではないか。

⇒ フリーペーパーを作っている会社と組むと良いと思う。

(社会空間研究所) 他都市の事例でも、組織の中に地域誌の人に入ってもらう事
をやっているところは多い。

(社会空間研究所) 前回紹介した宇都宮市は、商工会議所と商店街とマスコミ関
係が入っている。

- ・商業の観点で言うと南河原地区でハッピーサークルのような団体とタイアップ
するとか、ラゾーナやミュージア、サミットなどとコラボして、そういう商業施
設の情報も入れながら、街の情報を発信してもらう形がよいと思う。
- ・宮前区の冊子はとても楽しいが、私達が魅力発信にあげた三大公園や子育て支
援というのをこれに当てはめた場合どうなるのか疑問。商業まで広げてなの
か、幸区の場合カラーが地味になってしまうのではないか。

⇒ 「itappy」に近いものになってしまうのではないか。幼稚園や保育園の保護
者の会や公園など傾向が似ている。個人のお店をどこまで宣伝したらよい
のかわからない。

- ・子育て情報のものは、おこさまっぷがしっかりとした作りでつくっているが、
分業出来るのだろうか。
- ・常時発信しなくては見なくなってしまうし、幸区内を駆けずり回ってネタ探し
で取材するとしたら、誰がやるのかという課題がある。
- ・SNS を利用している特定の人に利用者が限定されてしまう。市政よりも結
構見られているが、「itappy」の方に内容に近い気がする。子育て広場で話を
聞くと「何か月か前の市政だよりに出ていたので、来ました」という方もいる。
街の情報も沢山求められていると思う。幸区の中でも最近おしゃれなカフェが
増えてきているので、情報を集めれば発信するのも可能ではないか。

(社会空間研究所) 冊子として幸区の魅力を紹介できるものが1つあって、それ
が発行されていて、それを補足する手法として SNS などを使える仕組みが1
つあると良いと思う。冊子は、1年に数回、半年に1回しか更新できないと思
う。

- ・ラゾーナやミューザと一緒にコラボするとお金の方でも少し負担してくれるのかと思う。
 - ・ラゾーナで頻繁にイベントをやっていると思うが、SNS の方で発信して、紙での情報媒体をフォローすれば良いと思う。
 - ・子育て支援センターや、こども文化センターを利用している方が多かった。これらの内容をもう少し細かく、行事等の発信や説明ができるようなものがあると思う。小倉こども文化センターにはプールがあって、地域の方は利用されているが、他の地域の方も利用しても良いと思う。そういう情報を詳しく説明できる冊子があっても良いと思う。
- (社会空間研究所) 概要としての魅力を説明し、幸区で色んな活動をされている各種団体の連絡先につなげる。更にその時の情報については、HP や SNS で紹介していくのがよいかと考える。
- ・宮前区の平均年齢が 2016 年 10 月 1 日現在で、43.5 歳となっているが、幸区の平均年齢は何歳なのか。
- ⇒ (事務局) 幸区は転入世帯が多いので、15 歳未満の人口と 65 歳以上の人口が伸びている。終わりまでに調べさせていただく。
- ⇒ (※事務局より会議終盤に報告) 先ほどの質問について、2016 年 10 月 1 日現在で幸区の平均年齢は 44.5 歳という統計結果で、川崎市の 43 歳に対して平均年齢が若干高い。
- ・宮前区の「ぐるっとみやまえ」は、第 3 版で初版から大分進化してきている。
- ・この部会では、子育て支援に絞ってスタートしているので、マップの中に子育て支援に関するものを載せて、公園を載せて、その詳細については、わかる範囲で別の紙面に載せるなりして、第 2 弾、第 3 弾で商業施設や商店を載せていく。
- ・今年度のテーマから取り組んでいって、1 つか 2 つ加えていけばよいと思う。

(社会空間研究所) 今年度どこまでつくるか、提言の中で方向性を示して、次の活動に移していく。

 - ・幸区でも 10 月・11 月とイベントがいろんな場所で開催されるので、SNS や HP のアドレスをイベントごとに作ってもらって、詳しい内容はそこで見られるようにする。

(社会空間研究所) 発信主体については協働が大事だという話が出てきているが、区内で活動している団体やタウンニュースとか、商業施設にも参加して欲しい。常時発信するのは大変だという課題があるが、発信主体には次のようなメンバーの組織体をつくるのがよいのではないかと。

⇒ 地域の魅力等を広報している人

⇒ 子育て関係の支援活動を行っている人

⇒ 文化活動をしている人

⇒ マスコミ関係（タウン誌がメイン）

⇒ 商業関係

- ・具体的な例として、幸区の防災マップを利用して、その上におこさまっぷのデータを載せたら、立派な地図が出来上がるのではないか。

⇒ 防災マップは、わかりやすく町内会や学校やスーパー・コンビニ等が載っている。

- ・そういったマップの置き場所に民間施設が有効的だと出ているが、幸区で過去にそういった冊子等を置かせてもらった経緯はあるのか。

⇒（事務局）会社と市・区が協定を結んで、市のPRに協力するようにしないとならない。

⇒（事務局）民間の商業関係の方に入っていただければネットワークが出来て、協力が得られるかもしれない。

（事務局）提言なので、例示や方向性などを示すことになると思う。そのため、あまり具体的にかちっと固めないで、方向性だけを提言して行ければよいと思う。

（３）提言内容の検討

- 事務局より資料４について説明した。

○前回までの調査審議の中で出た論点である、「1.魅力発信の目的」、「2.魅力発信のターゲット」、「3.発信する魅力の内容」について再確認をした。

○提言とりまとめの構成についての議論をし、次回、新たに構成のたたき台をつくっていくこととした。

〈主な意見〉

- ・提言のとりまとめの構成についての意見

⇒ 提言の構成について私のイメージだが、本編があって、資料編がある。本編の中に大きく２つあって、提言の骨子があって、Aを提言の骨子としたら、Bはその具体的な内容になる。提言の骨子の部分は、A4の１枚にまとめるイメージである。骨子は３本立てとなる。３本立てというのは、子育て環境・子育て支援・文化と商業の３本ではなくて、結論として骨子の１つ目として、「子育て環境・子育て支援・文化と商業」３つの魅力がある、２つ目として「発信の手法、主体」としてその主体は地域住民であり、手法の勉強をしていく、３つ目として、今後の活動としては、有志を集めて魅力を常に更新して、情報を発信していく。継続していく組織をつくる。

（社会空間研究所）本日議論した「3.発信する魅力の内容」を今日の議論の内容をからめてまとめ骨子に反映させる。

次回は、委員の意見を反映させ、校正を修正した。骨子＋αのたたき台を皆さ

	んで議論いただければと思う。
--	----------------

以上