

第7回川崎市史市制100周年記念版編集懇談会 会議録（摘録）

1 日 時 令和7年12月11日（木）午後7時～午後8時30分

2 場 所 川崎市総合自治会館 大会議室2

3 出席者

- (1) 委員 阿久津委員（オンライン参加）、大城委員、大島委員、落合委員、嶋田委員、鈴木（ひ）委員、鈴木（勇）委員、反町委員、高田委員、竹内委員、中村委員、にしにし家委員、望月委員
- (2) 事務局 総務企画局コンプライアンス推進・行政情報管理部：大村部長
総務企画局公文書館：相原館長、堀切担当係長
TOPPAN 株式会社：浅井、鶴岡、吉村、中村
株式会社トップノック：片岡
株式会社アーク・コミュニケーションズ：渡部、佐藤

- 4 次 第 (1) 開会／趣旨説明
(2) 進捗報告
(3) Webアンケートから本の広報施策について
(4) 次回への議題提示
(5) 総括／次回案内

5 公開・非公開の別 公開

6 傍聴者 なし

（次第一） 開会／趣旨説明

相原館長

本日は、川崎市史市制100周年記念版第7回編集懇談会にご出席いただき、誠にありがとうございます。前回は9月の開催でしたが、それ以降の制作の動きについて御報告いたしますと、10月から11月にかけて区民祭などの7区全てのイベントで、懇談会のご意見を踏まえ、書名投票とアンケートを実施いたしました。結果につきましてはこの後ご報告いたします。

また、人物への取材を通じて川崎の歴史や文化を浮き彫りにする「川崎市のわた史」という仮題を付けていたコンテンツにつきましては、取材先の人選に時間をしておりまして、（議題として取り上げてから）だいぶ経ってしまいましたが、現在も検討を継続しております。このコンテンツのタイトルについても、さまざまご意見をいただいているので、改めて検討を進めているところです。

この件について、メールになるかもしれません、次回までには改めてご報告させていただく予定です。

さて、川崎市長選挙も終わり、福田市長が当選され、「ししる」特別号も市内の公共施設などで配布しております。また、市史の制作過程を発信しています「ししるmini」は本市ホームページにて掲載しています。

続きまして、7月の小学生記者の取材と、8月の市長への報告会について本市ホームページの「市長フォトリポート」にて掲載しております。「市長の部屋」のコンテンツの並びにありますが、ぜひご覧いただければと思います。

さて、先ほど申しましたように、書名も決まってまいりますので、今後はいよいよ紙面の内容について具体的に検討していく流れとなります。今後も委員の皆さんからアイデアやアドバイスをいただきながら進めてまいりますので、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

事務局（堀切）

先ほど嶋田委員から「かわさきドリームミュージカル」のご案内のチラシをいただきまして、後で配らせていただくのですけれども、ご案内がございましたら、お願いいたします。

嶋田委員

幸区の提案型協働推進事業で、前回は加瀬山というところの太田道灌の逸話を取り上げたミュージカルを作りましたが、今回は下平間に（忠臣蔵の）大石内蔵助たちが隠れていたという話をもとにミュージカルを作っている最中です。

来年3月28日、29日に公演を予定しており、こちらで配布するチラシはまだカラーコピーですが、今後印刷版が届きます。12月14日の日曜日に、（幸区の）稱名寺で、その日は打ち入りの日でイベントがありますので、そこでチラシを配布する予定です。皆さまのお手元にはいち早く配らせていただきました。今後、チラシやポスターなどを貼らせていただき、置かせていただきたいと思っていまして、もしご協力いただけるところがありましたらよろしくお願いしたいと思います。また、私の方からもお願いに上がりたいと思います。

事務局（堀切）

私の方からは、いつもながら会議録を作成いたしますので、後日、ご確認をお願いさせていただきます。ご協力のほどよろしくお願ひいたします。堀切からは以上でございます。

（編集注 意見交換の参考資料として、副読本『かわさき 2024』、新修福岡市史シリーズ1～3を委員席の周辺に配置）

（次第一2） 進捗報告

事務局（片岡）

それでは今回の第7回編集懇談会を始めてまいりたいと思います。本日もよろしくお願ひいたします。早速議題に入っていきたいと思うのですが、おかげさまで多くのご意見を頂戴できましたので、改めて、直前でしたが資料をお送りさせていただいてはいますのですが、浅井の方から、概要を説明させていただこうと思います。それでは、よろしくお願ひいたします。

事務局（浅井）

進捗報告からさせていただきます。先ほど相原館長からありましたところは割愛させていただいた、それ以外のところですと「書名の投票について」のご報告がございます。

まず、お手元に今日配布しております資料が2つございます。

「令和7年度アンケート集計結果報告書（1）」と「集計結果報告書（2）」の2つになっております。こちらは、2つで1セットになっていまして、アンケート施策の実施報告書としてホームページに掲載するものを、本日は公開に先駆けてお配りしております。編集懇談会用に作ったものではなく、アンケートの実施報告書として作成したものです。

まずは「報告書（1）」を見ていただきますと、前半が実施概要から始まっておりまして、パネルアンケートの報告になります。前回は書名について、ご議論いただきました。その後、いただいたご意見を踏まえ、事務局の方でもさらに練りまして、こういった三択にまとめさせていただいた経緯がございます。

設問は「市制100周年を記念して、制作する、親しみやすく、手に取りやすい川崎の歴史の本の書名タイトルはどれがぴったりでしょうか」ということで、「川崎の歴史100年」という本の内容を端的に表したタイトルと、「カワサキノキセキ」、特にこちらのタイトルのご議論を覚えてらっしゃるかと思いますが、「みんなでつむぐ川崎の歴史の本」というサブタイトルをつけて、道の「軌跡」とミラクルの「奇跡」の大

ブルミーニングになっている書名です。3つ目が「カワレキ 私たちがつなぐ川崎の歴史」ということで、「川崎の歴史」を略して、愛称的に「カワレキ」としたタイトル、この3つで、市民の皆さんに「どれがタイトルとしてピッタリか」ということで投げかけをいたしました。

投げかけ先が、10月12日から11月16日にかけて週末に開かれておりました各区民祭や、みんなの川崎祭、高津区においては夏に区民祭を行われたので、その代わりとして「キラリフェス」という溝ノ口駅前で開催されたイベントに出店しまして、どの区でもブースを設け、大きなサイズのパネルに丸シールを貼っていただく形で投票していただき、合計2,017件の回答を収集いたしました。

その結果がこちらになっております。1択目の「川崎の歴史100年」が1,010票ということで、過半数を獲得した結果になっております。その次に「カワサキノキセキ」と「カワレキ」が続くという得票数の結果になりました。

各区民祭で実施したのですが、そのシールを貼っていただくときに、「どこの区に住んでいる方でしょうか」ということをシールの色で分けて、「何区の方がどこに投票したか」という情報も一緒に取得しましたので、どの区の方が回答したかというの、こちらの左の円グラフでして、7行政区の全ての方がご回答いただいています。また、南部、北部、中部で分けてみた結果、ある程度均等な割合でご意見を集めることができました。

そして、どの行政区にお住まいの方でも、「川崎歴史100年」が1位、「カワサキノキセキ」が2位、「カワレキ」が3位という結果になっていまして、得票数で見ますと、こういった形になっております。この表がお手元の資料の13ページに載っております。

それぞれスタッフがパネルを持ってお伺いしたので、シールを貼ってくださった方に「どうしてこちらに（貼ったのか）」ということも質問させていただいて、こちらからいただいた声の一部を、次の14ページに掲載させていただいているものです。「川崎歴史100年」を選んだ方としては、「どんな本なのか直感的に理解できる」とか、「幅広い年代に伝わりやすいと感じた」というご意見がありました。

「カワサキノキセキ」を選んでくださった方には、「記念本らしいワクワク感が出ている」「ポジティブなイメージがある」とか、「カタカナ表記で新しい川崎の姿を象徴しているような気がする」というご意見、また「カワレキ」にあっては、「略称で親しみやすく、口に出して呼びやすい」、こちらの懇談会でもいただいたご意見と重なるかと思いますが、「コンパクトなタイトルで広がりやすいのではないか」と

いうことで、それぞれが不人気ということでもなく、（来場者から）いろいろな思いを持ちながら投票をいただきました。

今回、お示しているのがアンケートの結果として取りまとめたものでして、今後、市役所内での確認を経てタイトルを公表していく段階へ進む予定でございます。ここまでが、（前回の編集懇談会で）書名をご検討いただいた時点から現在までの報告になります。

事務局（片岡）

このタイミングで、質疑応答や気になる点がございましたら、ぜひ頂戴できればと思います。

私の所感としましては、7区全部でアンケートが取れたのですが、アンケート結果が（各区で大きな違いなく）均等に取れたことは、川崎において南北問題がある中でも非常にポジティブな面だったのではないかと思っています。そういう点を踏まえ、もう少し深掘りして「どのような話だったのか」や、この数値の中で気になる点がございましたら、ご意見を頂戴できればと思います。自由にご発言いただけますので、いかがでしょうか。

ちなみに、投票された方はいらっしゃいますか？

高田委員

投票はしてないですが、溝の口駅前で歩いていた時に声をかけました。

堀切委員

キラリフェスの時に、高田委員が通りかかってくださって「カワサキノキセキ」が良いですと、お声を頂きました。

高田委員

「カワサキノキセキ」は、100周年の白い本（編集注　川崎市市制100周年記念誌「カワサキノコト」）の中にちょっと似たネーミングがあったような気がしますが、あれは何でしたか。

事務局（浅井）

『カワサキノコト』内に、「川崎のキセキ」という章があります。「川崎」が漢字で、「キセキ」の部分がカタカナで、（記念誌のなかで）歴史を語るところがそのタイトルになっていました。

高田委員

分かりました。あと、14ページ目の赤文字の（「来場者からのコメント」のところに）「川崎歴史100年」の時に「正式感があり、記念本としてふさわしい格式」と書

いてありますが、今回は比較的「固すぎない」というのがコンセプトだったと思うので、そこが少し気になりました。それでも、受け取る方にとっては、正式感や格式が求められているのかもしれません。

事務局（片岡）

この得票数について「正しい」、「正しくない」とは言えませんが、色々拝見して感じたのは、「固すぎない/すぎる」といった部分が、キャッチコピーだけではなく、まさに今日お伺いさせていただく宣伝方法とか、「中身とはこういうものです」という説明によってイメージを変えることもできるのでは、と思っています。というのがまず1点です。

市民の方が、投票で「歴史の本といえば何ですか？」と聞かれ、「どれが良いですか？」と言われた時に、分かりやすいタイトル、ベタなタイトルだったのではないかと感じました。

「固い」、「固くない」といった印象より、「ベタなタイトル」というのはやはり伝わるタイトルなのかなということを感じたところでした。

高田委員

あともう1つだけ。この回答者の割合ですが、人口は中原区や高津区が、幸区よりも多いですが、このイベントに来た方の割合は、幸区が圧倒的に多かったのでしょうか。

事務局（浅井）

そうですね。幸区の区民祭のイベントがとても盛況で、区民祭ごとに参加してくださった方へのお礼の品を同数ずつご用意していたのですが、幸区においては「お礼の品がありません」という状態になっても、なおシールを貼ってくださったり、ウェブで回答してくださったりする方がいました。そのため、この分母が多くなったことがあります。

高田委員

はい、ありがとうございます。

事務局（堀切）

少し補足させていただきますと、資料（「令和7年度アンケート集計結果報告書(2)」）の最後のページに、実際に投票していただいたパネルの写真を付けさせていただいておりまして、それぞれのイベントが時系列で並んでいます。ご覧いただくと、同じ色がずっと貼ってあるものや、かなり色が分かれているものなど、イベントによって来場される方の傾向が異なることが分かります。区民祭は比較的同じ区内の

方が多くいらっしゃる傾向ですが、「なかはら“ゆめ”区民祭」や「みんなの川崎祭」、「キラリフェス」といったイベントでは、いろいろな区からご意見をいただいているため、区ごとの合計数にも影響が出たのではないかと私は捉えています。

事務局（片岡）

後ほど「令和7年度アンケート集計結果報告書（2）」についてもお話ししますが、「どんな広報アイデアが良いですか？」という質問は、今回のアンケートでも聞いています。年代が30代・40代・50代になると、イベント型の広報手段が有効だ（と考える人）の割合が高くなっています。今回のアンケートでは、イベントに来ていただいた人に対してウェブで聞く手法をとっています。回答者である前提是、イベントに来場された30代・40代・50代の方が中心となっています。特に、回答者のボリュームゾーンになっているのが、そこに住んでいる方が多い地区とか、（イベントに積極的に参加する）アグレッシブな地区とかではないかと（思います）。

意外だったのは、川崎区の回答が少なかったことです。来場者割合からいうと、「みんなの川崎祭」には非常に人が来ており、今年は約2万5千人が来場しましたが、その中でも川崎区の人は意外とシールを貼っていただかなかったのかなと（感じました）。

このような結果から、単に人気がある・ないというよりは、区によってイベントへの参加や、ものに対するアグレッシブ度（の違い）がある種見えてきたように感じました。他の方はいかがでしょうか。

鈴木（勇）委員

タイトルが、ベタな方がというお話ですけれど、改めて「川崎歴史100年」を見ると、そんなに（制作に）関わっていない人だとすると、この100年の歴史の本だと思うのですよ。かといって、中身は必ずしもそうでもないのですよね。そうすると、おそらく事情を知らない人だと、「川崎歴史100年」だったら、多分、川崎の100年史だろうと思います。

事務局（片岡）

確かに、おっしゃる通りです。

事務局（浅井）

「市制100年を記念して作った」という意図で「100年」を使ったのだと捉えて頂きたいところではあります。

高田委員

未来に向かってことも書きたいということが伝わりきってないかと思います。

事務局（片岡）

鈴木（勇）さんがおっしゃったのは、未来についてもそうですし、この100年を語るためには、その前の何百年も語らなければならず、おそらく本の中にそこも記載されていると思います。その部分から考えると、おっしゃる通りだと思いました。確かにそうですね。

事務局（浅井）

こちらのタイトルは文字面で一旦決まりましたが、今後は表紙やキャッチコピーを加え、情報を補う形にしていければと思っています。その際、厚かましくなりすぎない程度に、作り手の思いですとか、「100年より前の歴史にも重みがあるので、そちらを載せています」というところが伝わるようにしていきたいなと思います。

中村委員

聞き方（の問題）なのではないかなと思いました。アンケートの質問が「川崎の歴史の本を」と聞いているから（「川崎歴史100年」が1位になっていると思います）。

私たちが（この編集懇談会委員として）集まった時には、川崎の歴史の本を作ることと、「市制100周年」で、「誰がターゲット」で、とやっていったので（持っている情報が異なっています。）

この（アンケートの）質問では「市制100周年を記念して制作する、親しみやすく、手にとりやすい」しかも鍵括弧して、「川崎の歴史の本」と言われているから、質問の仕方なのだろうなと思います。

反町委員

それは絶対ありますよね。

中村委員

シールを貼った人は、そうだろうな。そう聞いてしまっているから。

反町委員

やはり一番上（の選択肢）にそれ（「川崎歴史100年」）があるから、最初にそれが良いなって貼りやすい、入ってきやすいっていうのはあるのかなとは思います。

中村委員

でも、キャッチコピーにも補足を入れますよね。本当は「この本は、100年とこれからの歴史の本（です）」とか。

大城委員

「川崎」という表記には漢字、カタカナがあるじゃないですか。「川崎歴史100年」というだけ見ても、平仮名、カタカナ、漢字にして、また印象が違うような気がするの

で、そこはまだ工夫の余地があるという感じですか。（これで決まりでしょうか。）

事務局（浅井）

デザイン要素として表せるかどうかは、「はい」とも、「いいえ」とも、今、言いづらいところがありますが、「川崎」の文字（表現）が大事だということは、本当にいろいろなフェーズでご意見をいただいているので、検討していきます。

中村委員

ここで定義がいるのかなと思って、漢字、平仮名、カタカナの使い分けについて、前回もこのような話があったと思うのですけど、その定義が皆さん共通だったら、この後ブレないので。その中で、漢字で書くのか、平仮名なのか、カタカナなのかという気がするのですが、この前も言っていた「川崎区」もあるよね、それは（使い分けは）どうなっていますか。

事務局（浅井）

そうですね。カタカナのときは「カワサキ市」と表記すると、あまりにもローカルなルールになってしまふと思いますので、現在本文で扱っている場合は漢字表記を使っています。本文の中でカタカナの「カワサキ」は使っていません。

中村委員

多分、この質問が、「親しみやすく『子どもが』手に取りやすい川崎の歴史の本（のタイトルは？）」だったら、絶対（回答が）変わっているはずなのですよ。

事務局（浅井）

子ども限定には（してきていないのです）。

中村委員

でも私たち（委員の認識）は（この本が）「親子で（楽しむ歴史の本）」というテーマだった気がするので、私たちの印象のズレではないけど、これ（3つのタイトル）で（市民に）聞いたのだなという感想を覚えています。

鈴木（勇）委員

他の大都市に比べて、「川崎」はカタカナ、平仮名で表記されることが多いような気がしますよね。これを見て、「わたしたちの福岡市」（編集注：新修福岡市史）はあるわけですけれど、あまりこの福岡で平仮名とか、カタカナでやっている見たことないですし、「横浜」にしてもあまり、「ハマ」っていうのはカタカナで表記することありますけど、「横浜」っていうので、特に平仮名とかあまりないです。ないわけじゃないのですけれども、もちろんこれ（新修福岡市史シリーズ3「ふくおか歴史探検隊」の）「ふくおか」を平仮名で書いていますけども、相対的に「川崎」の方が、仮名で

表記することが多いような印象です。

事務局（片岡）

そうですね。特に行政だけでなく、さまざまなイベント、特に「川崎」はカタカナ、平仮名、漢字、そして英語の表記もあり、その使い分けについては、昨年の緑化フェアもそうなのですが、毎回イベントを立ち上げる際に話題になります。

高田委員

良い意味で自由というか、ダイバーシティというか、川崎市はやはりいろいろな人が出入りしているので（いろいろな呼び方になるのでしょうか）。

落合委員

広島も、カタカナの表記で、「平和都市ヒロシマ」などと明確に表しています。埼玉も（漢字の）「埼玉県」と平仮名の「さいたま市」があります。

事務局（片岡）

そうですね。何で書くかという部分については、行政文書の場合、一応マニュアルが確かにあったと思います。今回はタイトルなので、そこにはとらわれないとは思うのですが、今、いろいろなご意見が飛び交っておりますが、（編集側としては）どうでしょうか。

事務局（浅井）

今後表紙のデザインをしていく時には、このまま「川崎歴史100年」と漢字で当てはめたものと、バリエーションとして「かわさき」と平仮名にしたものなども用意してみる考えです。一旦、表紙のタイトル（の文字面）は1つに収束しようとしているのですけれども、表紙は本の顔としては、また広がってバリエーションができるしていくので、その時に合うものを引き続き検討させていただきます。ありがとうございます。

事務局（片岡）

ちなみに、本のタイトルについては、今後市長にお話を伺うことになると思いますが、いかがでしょうか。

事務局（堀切）

今後お話しを伺う際に、今回の投票結果に対し違和感は感じられないのではと捉えています。

10月12日に麻生区民祭が開催され福田市長も区民祭にご出席し、ご挨拶いただき、会場内の行政ブースを逐次ご覧になりました。（この書名投票のブースも出店していることを）認識されていたご様子で、パネルの投票状況もご覧になられていた

とスタッフを通じて聞いております。

落合委員

「川崎歴史 100 年」については何もコメントしていないですが、1 つだけ気になったのは、「歴史」と「100 年」は被っているのですよね。そこだけはちょっと気になっていますので、一言申し上げさせていただきます。「川崎 100 年」の方が、スッキリするのではないかと思っています。

望月委員

「川崎歴史 100 年」というタイトルに収束していくことは構わないのですが、先ほどから出ていた意見での聞き方の問題、中身が分からまま、タイトルだけでアンケートを取るところが気になります。もしアンケートを取るのであれば、「構成はこういうものです。この本のタイトルはどうですか?」という形であれば、もしかしたら結果は変わらず「川崎歴史 100 年」が選ばれるかもしれませんし、他のタイトルが選ばれるかもしれません。中身を聞いた上であれば、選択が変わるなど、いろいろなことが考えられます。

これから行政内部で説明する際には、やはり中身もしっかりと「こういう構成で、章立ての本です」と説明した方が良いかと思います。またタイトルだけでこのまま進めのであれば、「この三択の中からどれですか」と聞くと、結局は市民アンケートと同じような結果しか出ないのかなと思いますので、最終的な結果が「川崎歴史 100 年」でも構わないかと思います。

ただ、ベタだという話と、「100 年」(というタイトル) であると「今までの 100 年のみを述べた内容に感じられる」という意見があったことを少し考慮しつつ、(行政内部に) 持っていき方を考えていただいた方が良いのではないかと感じました。

高田委員

市長からのメッセージ性はとにかく「これからの 100 年」だと思います。それがすごく伝わってくるので、やはりコンセプトを合わせておいた方が良いと思います。

「これからの 100 年」と市長自身もおっしゃっていて、それをすごく強調されている気がしています。私自身、企業にいる中でもそれを感じていて、いろいろな刊行物などを見ていてもそう思います。

こちらだけが過去っぽくなってしまうのは(違和感があると思いますし)、市長や企業への期待は「これから」と伝わってきてるので、そこはやはり合わせた方が良いと思いました。

事務局（浅井）

100 年が過去の歴史にはぱっと見えてしまいますが、実はアニバーサリーとしての 100 年や「これから 100 年」も指しているということを伝えていかなければなりませんね。

高田委員

一番目（のタイトル「川崎歴史 100 年」）だけ、副題がないような気がするのですよね。

中村委員

そこで補足できるような説明があったほうが良いですね。

高田委員

副題を使って補足するという手もありますよね。

事務局（片岡）

ありがとうございます。本日の議論の中で、まさに重要なのは、この見え方をしっかり補足しないと誤解を生んでしまう可能性があるという点です。真摯に検討していかなければと思います。

今後、市民に意見を伺う際には、もう少し中身を深く補足した上で、短時間の中でどこまで補足できるかという課題はありますが、バイアスがかからないような聞き方をより親切に考えていくべきだと思います。ありがたいご意見として、今後しっかりと活かしていきたいと考えております。ありがとうございます。

（次第一 3） Web アンケートから本の広報施策について

事務局（浅井）

本日の議題となります、「本の広報施策」についてよろしくお願ひいたします。

このプロジェクトは 3 ヶ年で進めておりますが、最後の 3 年目の令和 8 年度におきましては、1 年間の大きなテーマを「PR の 1 年」と位置付けております。

今年が「コンテンツ作り」の一年で、来年は中身が出来上がりつつあるので、PR をして、1 人でも多くの方にこの本の存在を知っていただき、興味を持っていただき、買ってもらうというところを目指す 1 年として活動していきたいと考えております。

本は令和 9 年 3 月に書店などで一般発売を予定しております。また、市民向けのワークショップも来年度に予定しており、規模感としてはこれまでと同じくらいの十数名の興味のある方に集まつていただき、本の PR 施策についてどのようなものがあるかを検討し、具体的な作成まで行う予定です。

本日の懇談会では、委員の皆さまから「こういう方法が良いのではないか」というご意見をいただきたいと考えております。アイデアのベースとして活用していただきたいのが、今回の催事会場で実施したウェブアンケートの Q6 になります。こちらのアンケートでは、「どのような P R があると、この本を手に取りやすくなるか」などを伺っております。報告書を見ていただくと分かるのですが、「どこでこの本を手に取ってみたいですか」という質問は、懇談会でのご意見を反映したものとなっております。

また、この本は電子書籍としての発行も予定しているため、市民の方がどれくらい電子媒体にフレンドリーに接しているのかという実態を把握するため、よく利用されている電子発行物の分析も行いました。

そして、最後の設問として、「この本を広く川崎市民の方に知っていただくには、どのようなアイデアがあるでしょうか」という自由記述欄を設けました。結果としては、主に「報告書（2）」の方にまとめております。この自由記述は 7 会場で 1,891 件集まり、その全てを見るのは大変なので、カテゴリー分けを行いました。こちらは AI による分析も取り入れ、（報告書（2）の 3 ページ）「A.デジタルメディア・SNS による発信」、「B.地域や施設との連携」、「C.配布・設置方法の工夫」、「D.イベント・体験企画を活用」、「E.マスメディアを活用」、「F.その他」のカテゴリーに分けました。

聞き方としては、「どうしたら本が広まりますか」といった質問だったのですが、その答えとして「絵が多い方が良い」「こういう話題が載っていると良い」といった記述を書いてくださった方もいましたので、そういった方々を「G.内容・掲載に言及」としてまとめております。

次のページ（4 ページ）に進んでいただくと、これらのアイデアに年齢的な偏りがあるかどうかを分析した結果が示されています。10 代から 80 代以上までの各年代について、先ほどのカテゴリーごとに票がどこに集まっているかを分析しています。

その結果、10 代から 50 代の市民では、マスメディアよりも SNS などデジタルメディアの活用を思い浮かべる方が多く、「こういう本の宣伝はどこでやると良いと思いますか」という質問に対して、デジタルメディアが良いと考える方が多いという結果が出ました。

また、30 代から 50 代の方では、イベントの活用を思い浮かべる方が多く、地域や施設との連携を思い浮かべる方は、どの年齢層にも広く存在しているという結果でした。これらを総合的にまとめると、主に次の 3 つの手法が考えられるというのが、このアンケート結果の総括となっています。まずはデジタルで認知を広げつつ、身近な

場所でも確実に手に取れるよう地域や施設と連携し、普段の生活導線上の施設に情報があるようにすると良いのではないかということです。

これを大方針として進めていくのですが、本日の懇談会では、(市民アンケートで)具体的にいただいたアイデアの中から、「これ面白いね」という方法やアイデア、ご自身がこれまでのご経験で目にされた広報や宣伝の方法と事例のうち、今回の事業に合いそうなものがあれば、ぜひご意見をいただきたいと考えております。

とは言いましても議論が偏ってしまうといけませんので、デジタルメディアでどうか、地域や施設との連携でどうか、というように、少しカテゴライズしながらお伺いできればと思っております。本書を広く市民に知っていただくためのアイデアをご教示いただけますと幸いです。

アイデアの源泉としては、資料6ページ以降に個別回答の一部抜粋（グレー背景のところ）に、1,891件の中からこのカテゴリーに分類されたもので、少し目立つもの、見ていただきたいものを掲げております。この中から「これが面白いですね」ですか、「こう書いていますが、私はこう思います」といったご意見をいただけますと幸いです。よろしくお願ひいたします。

竹内委員

本が出来上がるのは再来年ですね。これから議論するのは来年の活動ですか？

事務局（浅井）

来年です。この本が出るのは2027年3月ですので、本日議論いただくのは再来年1月からの活動です。

竹内委員

(再来年1月には)コンテンツができていますよね。

事務局（浅井）

そうです。

嶋田委員

実際の配付について、デジタル電子版と書籍版があるではないですか。これは無償配布ですか。

事務局（堀切）

当初のコンセプトで言いますと、公表していきます。デジタル版が主体です。冊子版も作りますということだったのですが、本の構成案や、人物史の取材先、本のデザインなどに関して府内で確認を取っていますと、意外と反応が悪くはないものがありました。以前の市史と同様に販売する場合に、販売とデジタルをどう棲み分けるか

が、以前から宿題として抱えており悩ましかったところです。

方針としましては、先に冊子版を販売させていただこうと考えております。公表も当然していかないといけないと思っています。ただ、販売をしているにもかかわらず、一方でデジタル版を公表して普通に読めるのは、買っていただいた方に申し訳ないですし、冊子版とデジタル版との差別化がしづらいというところもありますので、現時点では、公表するのは販売がある程度下火になってきた段階でさせていただいて、あらためて読んでいただく機会を設けたいと考えております。

(編集注 上記の冊子版又はデジタル版の取扱いや、販売又は公表の方法、時期に関する方向性はこの発言時点で定まっておりません。編集懇談会でのアイデア等を踏まえ詳細を検討します。)

嶋田委員

告知するのは、「これから販売されるよ」という告知になるわけですよね。有料ですね。その販売先はどこになるのですか。

事務局（堀切）

書店です。

嶋田委員

書店は市内の書店のみですか。それとも例えばAmazonみたいなところでも売るのですか。

事務局（浅井）

現時点では決まってはいないです。

嶋田委員

要は、販売なのか無償で配布なのかによって、告知の方法もだいぶ変わってくるのではないかと思いました。例えば金額など、そういった点でもかなり違いが出てくるのではないかと感じました。ですので、先にお伺いしようと思いました。

事務局（堀切）

今後、方針に関しては府内で相談や確認をしながら定めていきます。府内には広告代理店を相談先、アドバイザーとしている組織もありますので、そちらとも情報交換や協力しながら、今後詳細まで検討していきたいと思います。

嶋田委員

ちなみに出版する場合は、出版元は川崎市ですか。

事務局（浅井）

出版元はTOPPANになります。著者が川崎市です。

竹内委員

キャンペーン開始の時はもう出来上がっていると思ってよいですよね。だから見本をすぐに見せたりできますよね。

事務局（浅井）

見せることはできます。インフルエンサーの方に協力していただきたい場合には、インフルエンサーの方に本の実物をお送りしてレビューをいただいたら、その方がこの本を見せながら動画を作ったりすることも可能ですので、そのようにご検討いただけますと幸いです。

事務局（片岡）

ありがとうございます。まさにおっしゃる通り、どういったものを販売するかによって、その目的が変わってくると思いますので、この議論の場では、電子ではなく、実物を書店やオンライン ECなどの媒体を通じて買っていただくために、どのようなプロモーション活動を行えば、買っていただけるのかということを議論できると、とても良いのではないかと思います。

価格については、いきなり「この本1冊2万円です」ということは多分ないと思いますので、いわゆる手に取りやすい価格であるということを前提にしたほうが良いです。

一旦、そういう視点で、こちらの4つのカテゴリーの「デジタルメディア・SNSによるプロモーション」「地域や施設との連携」「配布・設置の工夫」「その他」に分けて、会話をさせていただければと思います。

竹内委員

キャンペーンの開始時期には、書店には置けないですよね。

事務局（浅井）

そうです。

羽賀さんは本日お休みですが、先駆けて（ご意見を）いただいているので、先に発表してもよろしいでしょうか。

（羽賀委員からのコメントを代読）

資料の方拝見いたしました。若い世代はSNSでの発信希望が多いことを納得しました。

一方で、SNS発信に関しては、単に市のアカウントなどで発信するだけだと、なかなか届かなそうなので、一工夫が必要かと思います。

例えば、市制100周年の方では、川崎市出身のYouTuberを広報宣伝大使に任命

し、その動画が少し話題になっていました。

ということで、動画のリンクをシェアしてくださっています。

(羽賀委員から案内いただいた YouTube 動画を視聴)

実際どの程度効果があったかは不明ですが、この YouTuber の方が来て、市長さんに任命されたといった動画を作成し、配信してくださったそうです。

事務局（片岡）

こちらは「水溜りボンド」のカンタさんという方です。

補足しますと、去年、市制 100 周年で 4 大連携広報として「みんなの川崎祭」、「Colors, Future ! Summit 2024」、「かわむすのおんがえし」、「川崎夜市」を合わせて、みんなで盛り上げていこうという取り組みも実施したのです。その時に、川崎市出身のカンタさんが「街のためにできることを何かしなさい」と親に言われて、あちらから逆に「やらせてください」と言ってくださったのですよ。それでこの企画が成り立って、一緒にやらせていただいた経緯がありましたので、地域の人たちが関わったことによって、一定の効果があったと思います。実は今年の「Colors, Future ! Summit 2025」にもカンタさんが参加されたということもあったので、実はそういった裏話があったのです。

事務局（浅井）

なるほど。ありがとうございます。

(羽賀委員からのコメントを代読)

こういった発信力のあるインフルエンサーモデルや市民活動されている方々と「コラボして広めていくこと」は効果的ではないかと考えます。

もう 1 つが「イベントで広める」ことにも個人的に惹かれます。既存のイベントに出展するのもありますが、この本にはかなりのコンテンツもあることから、展示会のような形でイベントを実施したら、例えばコンテンツについて場所を借りて展示して、来ていただくようなものができたら、SNS などで話題になるのではないかでしょうか。パネルや実際の昔の写真を会場に準備して、最後に展示の図録的立ち位置として本書がある、というイメージを持ちました。

(羽賀委員から案内いただいた HP を資料投影用スクリーンで閲覧)

こちらはパネル展のイメージ、例えば高島屋で歴史のコンテンツを展示し、解説をされたりしているようなものがあるので、どうでしょうかというご意見をいただきました。以上です。

事務局（片岡）

ありがとうございます。かなり具体的に、どのようなことをやったら良いのかというアイデアをいただけたかと思います。羽賀さん、ありがとうございます。

まさに本日お伺いしたいのは、どちらかというと、皆さんお考えの通りだと思うのですが、「デジタルで何をしますか」、「じゃ、Instagram をやりましょう」というように、媒体はすでに決まっているかと思います。今さら「LINE が良いですよ」といった議論は、すでに皆さんご存じのことかと思いますので、むしろ今のような形で、例えばデジタルで配信するのであれば、こういったコンテンツや、こういう人とこう関わってみる、あるいはこういった接し方をすると、より購入の一歩手前で興味を持つてもらいやすくなるのではないか、といった会話ができれば良いのかなと思っています。

配布も「デジタルと連携してやってみるのはどうか」といったことも含めて、デジタルだからといって、必ずしもデジタル完結ではなく、横軸でここやここを組み合わせてこういった連携を図ることで、より面白くなったり、興味を持ってもらえたりするのではないか、といった点について、アイデアをいただけると大変嬉しいです。その方向性でご発言いただけますと幸いです。

当初は一人ずつお聞きする予定でしたが、大変時間が押しておりますので、例えば今の話の中で「こういうことをやったらどうか」といったご意見を、カテゴリーを問わずいただいた中から、「それならここやここを連携させてこうしてみては」というような形で議論を進めていければと思います。いかがでしょうか。

竹内委員

3ヶ月間のキャンペーンで広報を行うのなら、最初の1ヶ月間は集中的にメディアミックスで認知度を上げます。動画は当然出したほうが良いです。動画についての意見としては、5~10秒くらいのものが1つ、2~3分のものが1つ、それとは別に各区版、例えば麻生区版なども作成します。

メディアミックスのイメージとしては、まず、市長が「この1ヶ月間キャンペーンを行います」と記者会見で告知し、コンセプトとしては、そのキャンペーン自体をニュースにします。例えば川崎駅には大型のビジョンが3つあります。そのうちの1つは両サイドが10メートル以上です。こうしたもので、1ヶ月間は集中的に5~10秒の動画を流します。

それからイベントという意味では、川崎駅のアゼリア地下街にはちょうど良いスペースがあるので、1ヶ月間「中身はこのような内容です」というイベントも行いま

す。

それから電車の吊り革広告であれば、南武線が一番効果の高い路線だと思います。

事務局（浅井）

南武線が一番効果の高い理由は何ですか。

竹内委員

他の路線は全て（市内）横断型なので、市民にあまり訴求できないかもしれません。南武線はほぼ川崎市内を走っていますし、多分予算の制約があるので、費用対効果を考えると、おそらく中吊り広告はコストが高いです。座席の上の広告であれば、1か月でもそれほど高くはないと思います。

図書館については、（本が）まだできていない段階ですが、（キャンペーンの時には）一応本の実物はあるのですよね。貸し出しを禁止して、1か月間は各区に10冊か20冊ほど置いて目に届くようにします。

などなどの組み合わせをして、これがSNSで拡散すれば、うまくいけばテレビ局のキー局が取り上げてくれるかもしれません。そうすると、60代以上の方の目にも届くので良いです。あと1点だけ、テレビやラジオメディアについてですが、TVKテレビはスポンサー番組があるから、それが使えれば良いと思います。ケーブルテレビは川崎区、幸区であるとYOUテレビ（ユーテレビ）があります。他にもFMなら、かわさきFM以外にもローカルFMがあり、川崎区だとFM大師、北部にもローカルFMが確かあったはずです。そういうものを使って、とにかく「こういう風にやりますよ」と宣伝し、実際にそういう活動を行うのが良いのではないかと思いました。

（編集注 竹内委員から事後に、意見やアイデアについて補足をいただきました。別紙「第7回編集懇談会会議録（委員からの意見補足他）」にまとめています。併せてご参考ください。）

事務局（浅井）

ありがとうございます。

事務局（片岡）

ありがとうございます。南武線はコストパフォーマンスが良いです。私たちも常日ごろ利用しています。

ちなみに、この辺りに関連して、まさに様々なメディアを幅広く活用して、例えば動画を配信していくと良いのではないかという話が出たと思うが、実はメディアを配信する先として、アゼリア地下街や川崎駅北口の横長のサイネージ（ザ カワサキ ビジョン）など、市に関連した媒体は結構あります。

通り過ぎる場合は2~3分の動画は見ませんが、5~10秒の動画でどんな内容が伝えられると興味を持つてもらえるのか、その点もぜひお伺いしたいと思います。

にしにし家委員

どんな内容だったらという話ですよね。それでいうと、私もいつもグルメの投稿をあげていて、投稿する側からすると、本の紹介はそれほど伸びないかなと思ってます。

それで、どうしたら伸びるのかなと考えた時に、先ほど言ったようなパネル展示のイベントはすごく良いなと思っています。あれは遊びに行くアトラクションといいますか、スポットを作ってイベントを開くという感じではないですか。休みの日などに、遊びとしてそこに行こうかということになると思うのです。本の紹介の時点でも、その時点で、「何月何日、例えば区役所や市役所などでパネル（を展示する）イベントを、本のイベントをやって、そこでこの本を売っています」といった感じです。

本自体というより、イベントの告知のような形にした方が、まだ見てくれる人がいるのかなとちょっと思いました。

事務局（片岡）

それは、例えばですけど、そのイベント自体がその本の発表会のイベントになってくるのか、それとも本の内容に関連しているイベントに出向いたもの自体を動画にして、それを配信するイメージですか。

にしにし家委員

そのイベント自体の中身としては、この本の内容をパネル化したものみたいな感じですかね。

大城委員

元々この本は、親子や子どもたちに手に取ってもらいたいと言っていたのですが、子どもたちはあまりSNSをしないほうが良いという話もあり、YouTubeは見ていますが、Instagramなどはあまり見ていません。

一番この川崎市というものに触れる、川崎市について勉強する子どもたちは小学校4年生です。4年生にどうやって気づいてもらうかと考えると、川崎市には小学生が8万人いて、1学年ごとに約1万人ずつはいるので、毎年1万人くらいの4年生にしっかり見てもらえば、見てもらえる人が増えるのではないかと思います。

例えば、学校によってはこの本（副読本「かわさき」）が4年生に配られて、4年生の目に入るようになっていて、調べ学習で「うちの学校は川崎市の二ヶ領用水につい

て調べました」などをよくやるのですが、それをこの本（「川崎の歴史の本」）を使って調べてもらい、区役所や各区の市民館に展示します。それがイベントとしてあり、「この本（「川崎の歴史の本」）を使って調べました」と言う形で。だから、発行される時だけでなく、毎年なのかもしれません。毎年4年生が触れる。

何とか子どもたちに気づいてもらう方法はないかと、本にお土産をつけたりするなど。

中村委員

有料で売ったそのお金を、今後、川崎の子どもたちの印刷物を買うためのお金として循環させるという方法は良いと思います。

私には有料にする理由がやはりよく分からないので、もともと印刷する予算があつたのであれば有料にする必要はないと思います。ただ、有料にすることで価値が生まれたりして、先ほどの「特典が欲しい」という意見があったように、メディアとしてデジタルと有料の違いがそこで出るのであれば、私は有料でも良いのではないかと思います。

私は本が好きなので買いたいのですが、冊子とデジタルとの差がそこに出たら、元々印刷する予算がそこにあるとしたら、購入をしていただくその予算で、4年生の買える予算に今後回れば、永遠に4年生に行き渡るのかなって思いました。でも多分一番初めの初版の部数に限界はあると思います。

私も続けてのバトンをもらって良いですか。インフルエンサーなどをせっかく活用するのだったら、できたものを告知するよりも、これから作るときの工程が一番ワクワクすると思うのですよね。だから、出来上がってからのキャンペーンより、事前の告知の方がワクワクするのかなとか。

中身には関わらなくても、例えばインフルエンサーに付録の部分を関わってもらひ、その特典を手にできるのが本物の印刷物（の有料版）だったら、「その特典がついてきますよ」といった感じです。「川崎かるた」みたいなものではありませんが、一句書いてもらって、形としてシールでも何でも良いのですが、こういうやり方は良いのではないかと思いました。

デジタルや広報について、私の意見を全部言ってしまうのですけど、電車（のアイデア）はとても良いと思っていました。ただ、私は麻生区に住んでいて南武線が通っていないので、少し寂しいと感じたのですが、お金がないので、そこは一旦置いときます。

確かに「小田急線に広告を出すのは高いよな」と思っていますが、もっとたくさん

の人に知ってもらいたいとしたら、別に他の路線でも、宮前区は南武線も小田急線も通っていないので、思ったりはしていたのですけど、電車でなくても、ふらっと立ち寄れる商業施設や、先ほどの（にしにし家さんがおっしゃった）展示会も、各区役所で展示しても良いのではないかと思いました。

あと、先の特典の1つで、やはり川崎市民により知ってもらいたいし、子どもに届けられたらという思いがあります。本の付録ではないのですが、ちょっと見せるだけの小冊子を作る予算があったら、私が第1回から言っていますが、小学校の下敷きでも良いので、ここまで作ったこういう過程の本を、全小・中学校ぐらいまで行き渡らせると、必要だと思ったお母さま方は購入してくださるのかなと思いました。

インフルエンサーはただの告知だけでなく、特典の部分まで少し活用してもらえると、より効果があるのではないかと思いました。

事務局（片岡）

まさにおっしゃる通りです。私も最近、飲料系のプロモーションをよくやっているのですが、「うまい！」と表現すると、インフルエンサーからは逆に「信じられない」と言われることがあります。

でも、確かにそうだなと思っていて、なぜかというと、「うまい」という過程を知らない状態で「うまい」と言われても、「誰が何を言っているのですか？」という話になってしまうと思うのです。

それで、まさにおっしゃる通り、メイキングなどの過程を見せる中で、こういったことを自分が携わってきたからこそ、こういったものを逆に特典として作って、例えばティザーとして先に「こんなものがありますので、ぜひ見てみてください」といった形で、小学4年生などに配布したりして、そこで親が見て興味を持ったら「じゃあちょっと買ってみて、家で使ってみようか、勉強してみようか」といった形で広がっていくと、最終的に子どもに活きるものになってくるのかなと思います。

それと今、私が良いなと思ったのは「かわさき TEKTEK」（編集注　歩いて貯めたポイントで子どもたちを応援する本市のスマートフォンアプリ）というアプリケーションはご存じでしょうか。（このアプリケーションを使うと）、歩いた分が最終的に学校の備品などに（ポイントで）換算され、きちんと子どもたちのために活かされという。その使い道を含めて、私は関与できないと思いますが、そういった何がどのように町のために循環していくのか、というところまで繋がっていけると良いのかなと思いました。

中村委員

「かわさき TEKTEK」でポイントを作れるから、例えば本のこのページ（地図を感じる歩きたくなる川崎史）を使って、テクテクするというキャンペーンに使える気がします。

宮前区など区の単位で結構やっています。ポイントで自分が行ったところが分かるようになっているので、歩いたら、歩いたポイントだけ、その指定した小学校にポイントをあげられて、それで備品が買えるのです。

事務局（片岡）

確かに「かわさき TEKTEK」との連携はありますね。

中村委員

はい。

事務局（片岡）

すごく良いですね。このアプリケーションのダウンロード数がここ3、4年ほど前から伸びています。学校ではクラスごとに本が1冊あって、「みんなで歩こう」といった形で「かわさき TEKTEK」と連携し、結果として大人にも広がってくると、とても良いことだと思います。ありがとうございます。

媒体はある程度決まっているので、アイデアとしてまさにこういうものが非常にクリティカルだと思います。ぜひ、こういったアイデアをどんどん出していただければと思います。

大島委員

お子さんたちは、小学生でスマホは持っているのですか。

中村委員

（子どもは）自分のスマホを持っていないですが、私の古いスマホを子ども用にしていることもあります。

大島委員

（おっしゃられていた）小冊子を作った方が良いのではないか、という意見は私もとてもそう思います。

8ページくらいのものにして、その中にQRコードのようなものを載せて、実際に本に登場する人物や風景、先ほどのパネルを、動画のような形式で見ることができる小冊子を配っていただくと良いと思います。本自体はチラ見せで、最終的には「この本ですよ」という形にしたいです。

中村委員

先生は、その本の使い方自体が多分、分からぬと思います。だから、それを動画にしてあげると良いと思います。授業に使える動画を GIGA 端末で流してあげれば、無料でダウンロードできますし、インフルエンサーが講師役をしても良いですし、その本を使った授業のやり方を、先生が動画さえ見れば分かるようにしたら良いと思います。先生の手を煩わせず、4年生の先生が使えるような形が良いと思います。

大島委員

それこそ小冊子も、例えば市バスとか南武線（の広告）にもあって、さらに（QRコードで）そこから8ページ分くらい（内容が）見られるようにできれば紙も印刷しなくてよいと思います。まあ、印刷（物自体）それはそれで必要になりますが、少しデジタル要素も混ざっているような、そんな感じです。

中村委員

本を読むときに、先生の声で読んでくれたら嬉しいです。GIGA 端末のこの辺に、ちょっとした動画が出てきたら嬉しいです。先生が出てきて、ちょっと知識を紹介してくれるとか、実際に歩いてみるとか、歩いてくれると嬉しいです。

事務局（片岡）

最近、子どもたちに唯一許される、見せても良いとされるものは、いわゆる教育系のものです。Youtuber で（再生数が）伸びているのは、おもちゃの宣伝をしているものとか、歴史や雑学を紹介しているものが、やはり軒並み伸びています。

とはいって、先生たちも歴史の細かい部分まで授業内で絶対に伝えられるわけではありません。その部分を、インフルエンサーと番外編の授業とを組み合わせることで、ここ QR コードを読み込めば「家でより深く知ることができるよ」という部分を伝えられるので、みんなにとって、双赢（編集注 Win-Win、双方にとって利益があること）な関係が生まれるのではないかと思いました。

番外編の授業をインフルエンサーが担当したり、まさに先生方のような知見者が説明したりするというのは、すごく面白いのではないかと思います。

望月委員

デジタルのことは私には全然分からぬので、そのインフルエンサーというのに対しては何も言えないのですが。

川崎というのは非常にミクロな世界ですよね。日本の一都である川崎、そこにどうスポットを当てるかという話だと思います。例えば今の話ですと、学校で子どもたちが使うと、そのお母さんが「これ良いよね」「これはこういう宿題にも使える」と

か、いわゆる我々が口コミと言っていたものがSNSで川崎市内に広まると、子どもを持つ家庭には非常に行き届くのではないかと思います。有名なインフルエンサーよりは、むしろもっと地元に密着した形で（宣伝を行った方がよいと思います）。

本の宣伝なので、やはり中身のことを説明しないとなかなか思いが届かないといいますか、「これって意外と宿題に使えるよね」というところを流してもらうと、非常に広まりがあるのでないかという気がします。

私はオールドメディアの人間なのですが、ここ（アンケートの集計結果）にはあまり出ていなかったですが、各家庭に必ず「これが出来ました」と届くのは、「市政だより」がやはり一番大きいと思います。それで特集を組んでもらい、トップページと2ページ、3ページ分くらい取ってもらって、より細かく中身を書いてもらい、「子どもにも学校でも使える、こういう本です」ということが書かれて、必ず「市政だより」が各家庭に配られるはずなので、誰もが目にする媒体としては、それが一番ではないかという気がします。

嶋田委員

僕は、もともとメディアを扱っていた人間ですけれど、今は地元で活動していて、お金がない中で、いわゆる空中戦ができなくて、地域密着型で発信しています。

そういう時にどうしているかというと、特に小・中学生に対象にしていると、今は学校でプリントを配るのはすごく嫌がられるのですが、学校で配る場合は、校長先生や校長会と仲良くなつて、配らせてもらっています。そうすると、やはり何万人もいる小・中学生の保護者には、PTA経由でメールやショートメールで連絡することができます。

保護者に伝わるか伝わらないかというところはあるのですが、学校ごとに連絡手段があるので、イベント関係などを通じて地道になりますが、いろんな団体とつながつて情報を流した方が、空中戦で上から広く発信するよりも、ダイレクトにターゲットに届けるには、効率が良く学校や、小・中学生というところに行くべきだと思います。

先ほど、GIGA端末の話も出ていましたが、せっかく川崎の歴史の本なので、教育委員会が関わるかもしれません、GIGA端末にこの本の告知用コンテンツを載せてもらって、ティザー的なものを用意して子どもに触れてみてもらって「これ、本物をしてみたい」と思ってもらえるようにしても良いと思います。

あと、本当に地道なのですが、私の場合は、町内会の回覧板にも載せてもらっています。町内会長会議があって、そこに行って紹介し、このチラシやポスターを掲示板

に貼ってもらったり、回覧板で回してもらったりしています。

大型メディアを使った広告というのは代理店に頼めば、代理店がプランニングしてくれるのですが、代理店が手を出せない地域密着の部分は、地域の団体に頼んで実施するのも良いと思います。

「市政だより」は各家庭に届きますし、記者会見をすれば新聞にも載ります。新聞を取っている家には（チラシと共に）タウンニュースが配られます。そういったミニコミュニケーションや地域で活動している団体もあります。

先ほどの区民祭などにはたくさん的人が集まるわけですが、町内会単位のお祭りでも何千人も集まります。僕も11月に行ったイベントでは、千数百人の親子が来っていました。このようにいろんなタイミングがあると思います。

事務局（片岡）

そうですね。基本的には、伝えるタイミングや伝えるものは本当に様々あると思います。今、お話を伺っていて重要だと思ったのは、接点はいくらでもあるということです。ただ、ティザーで一瞬見たときに重要なのは、まさに望月さんがおっしゃっていた「伝えるべきコアな人たちは誰なのか」、「コアインフルエンサー、本当のインフルエンサーは誰なのか」という点です。

元マクドナルド経営者の藤田さんも「女性の口と心を掴む」と言っていましたが、やはりそれができないと商売は成り立たないと思います。やはりお母さんたちにありがたいと思ってもらえるように、中身を一瞬で伝えることができるかどうかが非常に重要だと思います。ぜひ町内会などの媒体も使いながら、伝えていきたいと思っております。

事務局（浅井）

ママということで、ぜひ阿久津さんのご意見を伺いたいです。

事務局（片岡）

阿久津さん、いかがでしょうか。

阿久津委員

特典があると良いかなという意見が出ていたと思うのですが、全商品につけるのはちょっと大変かなと思うので、初回限定版のような感じで「最初の何か月間は特別に付録がつきます」、といった形で購買意欲を駆り立てて、そういう人たちから広げていくのもありなのかなと思いました。

また、小学生に読んでもらいたい、小学生から広めてほしいということであれば、学校で直接講座を開くのも良いと思います。その講座も、ただお話しするだけでな

く、クイズやクエスト形式など、少し楽しく学べる内容にして、最後に「詳しくはこの本で」といった形にするのも良いのではないかと思います。

事務局（片岡）

ありがとうございます。「講座」という方法は可能でしょうか？

鈴木（勇）委員

アプローチするにあたり、小学生に受けるのが非常に重要なので、4年生ぐらいが1つのターゲットだと思います。とはいっても、ぱっと見て子どもが興味を持つものがそんなにあるのかな、というところがあるわけです。そうすると、母親であったりすることもあるのですが、やはり小学校の先生が重要だと思います。

そもそも、この本を使って何をするのか、どういうことができるのか、本の中身でどんなことができるのかを小学校の先生がよく理解していれば、実際に使われていくのではないかと感じます。そこで、講座の話が出ましたが、ある意味、小学校の先生向けに講座を実施しても良いのではないかと思いました。

事務局（浅井）

小学校の先生方を集めての研修やセミナーを実施するということですか。

鈴木（勇）委員

固い言葉で表現すると、そうですね。

事務局（片岡）

おっしゃる通り、多分先生たちも一般的な歴史の授業はできると思うのですが、私も高校の時に世界史の先生の授業を受けたことがあります。その先生は、「ローマ時代の戦士の甲冑はこんな感じだけれど、その後の時代にはこう変わった。だから時代はこう変化していったのだよ」といった豆知識を教えてくれました。そういう豆知識は意外と記憶に残るものだと思います。

ただ、それを伝えられる先生もいれば、伝えられない先生もいます。逆に、そこをこの冊子を使って、みんなで豆知識を学んでいこう、といった形にできれば良いのではないかでしょうか。先生向けの講座は、子どもにとっても良いことだと思いますが、どこまでうまく運営できるかという難しさがあるかもしれません。

鈴木（勇）委員

小学4年生の学習指導要領では、地域の歴史から先人の足跡を学ぶという単元があるようです。それぞれの自治体で、それぞれそういうことをやっているわけですが、川崎の場合は二ヶ領用水を取り上げることが大半のようです。ただ、必ずしも二ヶ領用水である必要はないようです。

なぜ二ヶ領用水ばかり取り上げているかというと、おそらく他のことができないからだと思います。それでも、やはり川崎の歴史にはいろいろな題材があるはずですし、そのあたりについて、「こういうこともあったのだよ」「こういうこともできるのだよ」ということを先生方に理解してもらうことが、意外に重要なのではないかと思います。

そうすると、子どもたちにも授業などで応用できますし、子どもたちを通じてその親にも波及していくのではないかという気がします。

高田委員

川崎市の先生たちの勉強会などはないのでしょうか？

嶋田委員

4年生のその授業は、学校の先生ではなくて地域の方だったりしませんか。うちの学校では、地域の方がその授業をされています。

大城委員

たぶん教材が開発されているのですよ。二ヶ領用水を説明する資料ができているから、それだけ教えてもらっているイメージがあります。

事務局（片岡）

そうですね。私も知りたいことはたくさんありますが、全部を知ることは不可能ではないですか。

ティザーの一番の方式とは、ディアゴスティーニ方式か分かりませんが、例えば100単元あったとしたら、その100の単元を冒頭1分間ずつ繋ぎ、まずは概要だけ伝えて、その後で「この中で深めていこう」みたいにうまく連携していくと、一般の人もデジタルで活用できるし、ちゃんと知りたいのだったら、こうやって講座で知る、ちゃんと学ぶ、というような感じで、そのように中身を広く、しっかり掘り下げていくとすごく面白くなりそうです。

鈴木（勇）委員

そこで、平面だけで聞くとかデジタルだけで聞くのではなく、やはり先ほどから展示のお話が出ていますが、そうした展示を行うことは重要なことだと思います。

大島委員

展示は本当に小さくても良いと思うのですよ。大々的じゃなくても、何点かとか10点とかでも。それをいろいろなところで見てもらえるような展示会を作れば良いのかなと思います。

鈴木（勇）委員

本物を出せるかどうかはわかりませんが、せっかくやるのであれば、複製であっても例えれば何点か出せば、やはり全然違ってくるのではないかと思います。

大島委員

あと、先ほどの学校の先生の話ですが、私は仕事で環境のことなどを少しやっていまして、環境のことをやはり小学生などにきちんと授業で教えたほうが良いという話をしています。ただ、学校の先生は忙しいので、あまり新しいことはできないと言われたりします。歴史のことは大事だと思いますが、あまりそういったことには協力的ではなかつたりします。

鳩田委員

今、働き方改革と言われていて、どんどん外部に頼もうとしています。

むしろ「外部として派遣できますよ」くらいのほうが良いかもしれません。

鈴木（勇）委員

もちろん、全てをやる必要はないと思っています。ただ、こういうことができるのだということを理解してもらうことが重要です。それがなければ、そもそも外部に頼もうとか、こんなことをやっていこうという発想にならないと思います。

事務局（片岡）

まさにおっしゃる通りです。これは「学ばなくても良い領域」をより深く知って、しっかりと自分がその深い興味を持つかどうかというのは、教員のいわゆる命題だと思うのです。

「勤務時間内に来てください」というのは一旦置いておいて、教員だけでなく、ティーチングアシスタントの方や単純に歴史好きの方など、要はこの講座を実施しているということ、かつそれが展示にも絡んでいて、デジタルの広告とか、要は広く浅く知ってもらうきっかけを作り、興味を持ってもらうという、このループができれば良いのかなと思いました。

今伺っていて、「協力体制」というよりは、まずそういった体制を作り、そこに協力したいと思ってもらうことがすごく重要なのかと感じました。

中村委員

小学校には総合的な学習がありますよね。鷺沼小学校がモデル校になっていて、3年間モデル校として取り組み、発表の場では川崎市内の先生方が代表して聞きに来るということがありました。

ですので、川崎市にとっては大変かもしれません、教育委員会がそういう総合的

授業をやっているので、そこで一つの事例になれば、一気に広がる可能性があると思います。私はその中で、環境の話題の一つとして竹灯籠について取り扱ったのですが、本当に全ての先生方が来てくださいました。

その際に非常に大切だと感じたのは、「こんな本があります」というだけではなく、この本を使って子どもたちがどのように行動したかという事例を、先生方が一番求めているという点です。どうやって伝えたのか、どのように使えば良いのかが分かれば、先生方も取り入れやすいので、そのような資料がまとまっているものが必要だと思います。

それはデータだけでなく、印刷物にすることがとても重要だと思います。一度作成して、その年だけ情報が伝わるのではなく、継続的な情報として残ることが大切です。その情報が埋もれないように工夫できれば良いと思います。

また先ほどのアイデアのように、実際に各区の小学校の子どもたちが取り組んだ成果を展示することも有効です。小さいもので構わないので、「この本にはこういうものがあります」というパネルや、それを使った子どもたちの発表の展示があると、さらに繋がりが広がると思います。

できればこの本を市の各局や、局の重要な方々にも渡してほしいです。川崎市は縦割りで終わってしまうことが多いです。横の繋がりは弱い傾向です。

例えば、環境局の方が知らないということも多くあるので、今後、子どもたちの教育に活かすためにも、教育委員会に発表の場をしっかり準備（しておくことが必要だと思います）。

高田委員

川崎市の各局に回るほうが良いということでしょうか？

事務局（堀切）

各局にも配布する予定です。

高田委員

配布の前に回るというか、「私たちが直接アピールしに行けば良いです」といった話を具体的にしておいた方が良いと思います。

鳴田委員

今の話で言えば、逆に、そのまま学校の先生ではなく、教える人を事前に育てるという方法もあると思います。市民から募って、この本を使って、使い方を学ぶ市民を作り、その人たちをインフルエンサーとして、さまざまな場所に派遣するというのもありかもしれません。

反町委員

今の流れのインフルエンサーのところで言うと、今おっしゃったインフルエンサーを作る、育てるというのはとても良いと思っています。こういうことをやりたい市民の方は絶対いらっしゃると思います。「こういうものができました」ということを面白く、楽しく子どもたちにPRしていく、やりたい方は絶対いるはずです。

それに関連して、ちょうど私がたまたまこの間、年に1回行われているようですが、川崎市の全ての図書館さんが1年に1度、講演会のようなものを開催しています。私は今まで知りませんでしたが、その時の今年のゲストが「カモシダせぶんさん」でした。私はあまり知りませんでしたが、川崎では人気の芸人さんというか、川崎の地域型の芸人さんのYouTubeなどもやっている方です。

その方は「書店芸人」という肩書きで、どんな方なのか気になって見ていましたが、結果としてとても面白かったです。その本の良さや面白さ、基本的にはリアルの本ですが、リアルの本とネットで見るデジタルの本の違いなどもすごく面白く語ってくださる方でした。

私はこの話を聞いて、ぜひカモシダせぶんさんに何かしらの形でPRのインフルエンサーとして、あるいはさっきの授業形式などで、川崎が大好きな方なので、本のことをまず1回しっかりインプットしていただき、それを面白く30分や1時間で語っていただくコーナーは、絶対に任せられる方だと思いました。

それが1つと、あとインフルエンサーで言うと、やはり全国的に有名な、フォロワーが何百万人もいるような方ではなく、本当に川崎や地域のことを大切にして、この趣旨を理解し、継続的に末長く活動してくださる方が必ずいるので、そういった方を大事にしていきたいと思います。思い当たる方がたくさんいて、その中には子ども系や親子系に強い方もいます。そういう方をしっかりとお連れして、インフルエンサーとしてリアルなイベントにも繋げていく仕組みが作れると思うので、ぜひやりたいと思いました。以上です。

事務局（片岡）

「住みます芸人」（編集注　吉本興業が企画する地域創成のプロジェクトの一環で、芸人が実際にその都道府県や地域に住み込み、お笑いの力や発信力を活かして、地域のお祭りやイベントへの出演、特産品のPR、観光大使就任など、地域に根ざした様々な活動を通して街を元気にする芸人のこと）をご存じでしょうか。それはとても良いケースだと思います。ぜひ、その辺りも上手く目指していきたいです。

にしにし家委員

インフルエンサーの活用もありだと思いますが、単純に1万人や数千人規模のインフルエンサーで、その地域のグルメや場所を紹介している人はたくさんいると思います。そういった方々には、単純に本を送って紹介をお願いするだけでも、地域で活動している人なら多分投稿してくれると思います。あまりお金をかけずに、直接DMで依頼したり。メールで一人一人に声をかけて地道に、複数のアカウントに依頼したりすると、かなりの数になるのではないかと思います。「やりたい人はいませんか」と（公開メッセージで）訊いても多分来ないと思います。

事務局（片岡）

まさにマイクロインフルエンサーは非常に活用できると思います。

作業衣服を販売する「ワークマン」は、マイクロインフルエンサーによって復活したのです。どうしたかというと、マイクロインフルエンサーにとりあえず使用してもらい、辛口な意見も良い点も悪い点も全てレビューしてもらったのです。その際、すぐに商品の改善を行ったことで、とても良い結果につながり、非常に効果的だったと思います。

この本についても、辛口コメントも含めて全てマイクロインフルエンサーに発信してもらうのも良いのではないかと思います。

最後に、鈴木（ひ）さんにご意見をまだ伺えていないので、お願ひします。

鈴木（ひ）委員

出ていなかったところの話しを言いますと、有料という話になった瞬間に、やはり特典というかメリット感がないと、かなり厳しいだろうと思いました。ちょっとドライに感じています。ただ、結果的に手に取ったら「中身が良いじゃん」ということもあるかと思いました。

3点ほど思いついたのですが、例えば、その本を持っていくと飲食店で割引を受けられる、といった特典があると思います。例えば、映画の半券を持っていくと安くなるといった。あれがどういう仕組みになっているかは分からないのですが、フロンターレの会員証を持っていくとラーメンのトッピングが無料といったものです。そういうところを広げていき、本も紹介してもらいつつ、使ってもらうと安くなるという手法があると思いました。

また、子ども向けの話も出ていましたので、スタンプラリーのようなものですが、本の中に台紙のようなものを入れて、その本で紹介されている場所を回るとスタンプが押されて、それが集まると何かもらえる、といった仕組みも考えられるのではと思

います。

あとは、リアルな特典を考えていくと、本にサインをもらえる、というのがあるかと思います。それが誰なのか分かりませんが、例えば中村憲剛さんに協力してもらいたい、その場でサインをしてもらって、本を買える、といったことも考えられると思いました。

どちらかというと、本の中身そのものというよりは、この本にいかに特典を感じてもらえるか、という点が重要だと思います。

事務局（片岡）

まさに次回ですね、この特典の部分については、より掘り下げていきたいと思っています。そのために、どのようにリレーションを図っていくのかというところが、今回いろいろいただいた中で重要だと感じています。

本日の議論をまとめますと、中身の部分をしっかりと伝えることが大切です。ただ、表面的ではなく、中身をきちんと伝えるために、さまざまな方々と連携して、少しでも触れ合ってもらい、やはり最初は子どもや市民にきちんと還元できるようなサステナブルな環境が作れると良いと思います。プロモーション一辺倒ではなく、パブリックリレーション的な部分も踏まえて、しっかり告知を考えていきたいと思っています。大変熱い議論、ありがとうございました。

（次第－4） 次回への課題提示

（次第－5） 総括／次回案内

事務局（片岡）

最後に、総括を簡単に行います。

事務局（浅井）

次回は、まさに「本書の購入特典について」議論を深めたいと思っております。

「購入欲を引き出すために効果的な方法は」と書いてありますが、いろいろな方法があると思います。付録などの「モノ」系もあれば、イベントに参加できる「コト」系もありますし、この本を買った人だけが読める限定コンテンツなど、さまざまなアイデアがあると思います。形は問いません。これまで見たことがあるものでも、見たことがないものでも構いませんので、アイデアをいただき、この本らしい特典をこの場で考えていけたらと思っております。

次回は、来年の年明け2月を予定しており、この後、またメールでご予定を伺いますので、年明けで慌ただしいとは思いますが、よろしくお願ひいたします。

さらに2月に書籍の購入特典について話し合った後は、「中身がどうなっているか」という点が皆さん気になるところだと思いますので、4月頃には具体的な紙面の内容が出てまいります。本の中身を見ていただき、フィードバックをいただき、取り入れられるところは反映し、より内容の面白い本（にします）。「本当に中身が大事」というご意見を何度もいただいているので、そこをさらに深めて、自信を持って皆さんに勧めていただける本を目指してまいりたいと考えています。

事務局（片岡）

以上を持ちまして本日は終了させていただきます。ありがとうございました。

また何か追加で、「こんなこと思いついた」、「これどうだろう」のがありましたら、（メールなどで）いただければと思いますので、引き続きよろしくお願ひいたします。それでは、皆さま、良いお年をお迎えください。

以上