

欠席委員意見

●羽賀 優希委員

- ・結局シンプルで分かりやすいタイトルが一番良いことや、若い世代はSNSでの発信希望が一番多いこと、どちらも納得しました。
- ・一方で、SNS発信に関しては単に市のアカウント等で発信するだけだとなかなか届かなかうなので、一工夫必要かと思います。
- ・例えば、市政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。

(大きくどの程度効果があったかは不明ですが、少なくとも私の周りでは反応を見かけました。)

外部URL（動画）：<https://youtu.be/tSZ5ZYuGhjQ?si=unwD2WoC8vkkvyHV>

- ・アンケート結果にも少し意見があった通り、発信力のあるインフルエンサーヤ、市民活動されている方々とひたすら「コラボをして広めていくこと」は効果的ではないかと考えます。

- ・また、個人的に惹かれる案としては「イベントで広める」ことです。

これは既存のイベントに出展するもあればと思いますが、実際本書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丸々イベントを作れたら楽しいのではないかと思いました。

(特に最近は「体験型展示」が増えてきており、SNSでもよく話題にあがっています。)

外部URL：<https://note.com/chihironogami/n/n5f618f21ac35>

- ・パネルや実際の昔の写真等を会場に準備し、最後に展示の図録的立ち位置として本書がある、というイメージです。

- ・川崎市民ミュージアムなどの企画展としてやるのも良いのではないかと考えます。

(個人的には高島屋資料館の展示とかのイメージが近いです。)

外部URL：<https://bunganet.tokyo/takashimaya2023/>

追加・補足意見（懇談会後に事務局から全委員に任意で追加意見が無いかを伺いました）

●鈴木 ひでちか委員

- ・確かに、大城委員がそのようなニュアンスのことを仰っていたかと思いますが、「毎年手に取ってもらえるような要素」を取り入れるのは妙手だなと思いました。
以前に、小学3年生の国語の教科書に「だじやれ」が取り扱われていたことがあり、それもあって、娘の小学校では（娘が卒業後も）7年に渡って国語の授業の一環として、学校側からお声がかかりました。1年生の算数ドリルは毎年、新しい買い手が生まれるよう、書籍を継続的に利用してもらえる仕組みは良いと思います。
- ・「子ども達に広く手に取ってもらう」という点においては学童保育でのPRは有効かと思います。まさに福森さん所属のかわさき市民活動センターの協力が必要ですが、118校ある川崎市の小学校で低学年の子ども達を中心にリーチすることができると思います。小学校でのPRや販促物の配布が難しい場合の代替案としてご提案いたします。

●竹内 元浩委員

<広報のアイディアについて>

- ・今回懇談会でのテーマである広報アイディアについて、私が述べた意見の補足、並びに事務局説明や、委員の皆さん議論を聞いて感じたことを付け加えさせてください。

① コストフォーカス

- ・私の意見は、予算の制約がかなりあると思い込んでおりましたので、お金をかけずに認知度を上げる施策という観点で考えました。
- ・施策の内容よりも、コストにフォーカスしています。
- ・川崎駅大型ディスプレイ活用や、最初の1ヶ月間の集中キャンペーンも、低コストで効率よく認知度を上げる方策として検討しました。
- ・税金を使っている以上、コスト低減努力は必要だと思いますので、いくつかの施策についてコスト面（と効果）からの補足をします。

② 購入想定者は誰か

- ・今回の議論では、購入想定者の定義がありませんでした。
- ・委員の議論はほぼ市民を対象にしておりましたが、事務局が考える広報（＝購入想定）対象者は、東京都民・横浜市民、日本全体などかなり広げて考えておられるのではないかでしょうか。
- ・私の想定対象者は、市民、川崎で働く人、飲食・娯楽等で川崎に来る人です。その前提で低コスト施策を考えました。

③ 書籍の発売タイミング

- ・2027年1~3月が広報期間で、書籍発売は3月ということでしたが、当初は電子版を公開せず書籍版しか提供しないのであれば、書籍販売を1月の広報開始と同時にした方がよい気がします。
- ・書籍販売の前倒しが難しいのなら、広報期間を3~5月にするのもありではないでしょうか。
- ・市史記念版は素晴らしいものになると信じていますが、渴望感を高め時間をずらしてリリースする性格のコンテンツではないと思います。スターウォーズであればチラ見せの効果はありますが。
- ・やはり、広報キャンペーンで関心を持った方が、速やかに現物に触れ、買ってくれるのが望ましいと思います。
- ・広報開始後2ヶ月間は図書館等に行かなければ現物を見られないし買うことはできないというのでは、購入意欲を失くしてしまうと思いました。

④ パネル展示

- ・パネル展示については、アゼリアを含む市内全域の主要各所で開催することを事務局で検討されていると思います。3ヶ月間市内のどこかで常にパネル展示されていることが大事です。
- ・今回、私もアゼリアでのパネル展示を提案しました。中央広場の一角（「ハミングガーデン」）がベストだと思います。長期間展示しても通行の邪魔になりませんし通行量が多いですから。
- ・最初の1ヶ月間のキャンペーン中は展示を継続します。通りすがりに観覧できる場所なので、多くの人に本書発売（刊行）の事実とコンテンツ概要を認知してもらえると思います。
- ・タウンニュースの川崎区・幸区版でもパネル展示（とキャンペーン）を無償で取り上げてくれるでしょうから、新聞を購読しているシニア層に訴求でき、特に長年川崎に居住している人は懐かしさから高確率で見に来ます。
- ・アゼリアは子連れの家族も多く訪れますから、メインターゲットである小中学生やその親の世代にも見ていただけるでしょう。
- ・検討に当たり、パネル展示のコスト面は考慮していません。会場賃借費用は、大型ディスプレイの項で述べる集客効果を絡めれば、アゼリアと引き下げ交渉ができると思います。

⑤ 大型ディスプレイの低成本での活用・書店へのアクセス

- ・デジタルサイネージについてはアンケートでも意見がありましたし、事務局でも主要駅（川崎、武蔵小杉、溝の口、登戸、新百合ヶ丘等）でのデジタルサイネージ戦略を検討しておられるのではないでしょうか。
- ・私は川崎駅について提案しましたが、キャンペーンの1ヶ月間、高頻度の動画放映を低成本で実現できないかと考えました。
- ・低頻度の動画放映だと効果が薄く「無駄玉」になってしましますので、認知度を上げ

るためには高頻度放映が必須です。

- ・また、忘れてはならないポイントとして、高頻度で動画放映すると税金の無駄遣いではないかと市民から批判される恐れがありますので、低コストでないと説明責任を果たせない事情もあります。
- ・川崎駅北口通路の超大型ディスプレイは市の設備だと思いますので費用はかからないと推察します。かなりの高頻度で動画を流すことができるのではないかでしょうか。
- ・ただ、北口通路だけですと通行者数が限られますので、ぜひとも中央通路のディスプレイを利用したいです。
- ・中央通路の国土交通省の大型ディスプレイは、市政情報の提供を行っていますし、政府機関と自治体の間の話なので無償あるいは低廉費用で利用できると考えました。
- ・中央通路エスカレーターの上にあるアゼリア大型ディスプレイは、民間企業なのでそれなりの広告料がかかりますが、川崎市が最大株主（40%台）ですから最優遇料金で利用できるのではないかと考えました。
- ・通行人相手なので8秒スポット程度（歩行距離10m前後）が限界でしょうか。通勤時間帯・帰宅時間帯に集中放映するなどと合わせ、広告代理店が考えてくれるプロの領域ですね。
- ・なお、川崎駅の場合、2つの大型書店が両通路の至近距離にあります。動画を見て関心を持った人がすぐに本屋さんで現物を見ることができます。両書店の平台に置いてもらえばより実効性が上がりますね。

（蛇足として、パネル展示との連携による、川崎駅中央通路アゼリア大型ディスプレイの料金引き下げ交渉）

- ・アゼリア大型ディスプレイで動画を流す合間に、（アゼリア中央広場での）パネル展示の広告を挟むことで、アゼリアとしても集客効果が期待できます。
- ・アゼリアは（昨年度は若干改善しましたが）長年業績不振に苦しんでいます。集客効果のある本提案を持ち掛ければ、市が最大株主であることも相まってかなりの広告料割引が期待できるのではないかでしょうか。
- ・北口通路の市所有？のディスプレイでも広報動画の合間にパネル展示広告を挟めば、アゼリアへの誘導効果が望めますからこれも価格引き下げの交渉材料になるでしょう（=川崎市が独自にアゼリアへの誘導努力をすることになるので）。
- ・ただし、アゼリアは株式会社であり「会計上・税務上問題のない範囲」という制約がつきますから、割引といっても限界はあるとは思いますが。
- ・蛇足でしたが、コストを可能な限り下げる努力は必要です。私は民間企業出身なのでどうしても発想がそうなってしまいます。ご容赦ください。

⑥ ケーブルテレビ、地域FM

- ・これも事務局で検討されているかもしれません。
- ・かわさきFMは川崎市が過半を出資しているので様々な企画を立てられるでしょうか、ここでは省きます。

- ・市域全体をカバーしていないもっとローカルなメディアが対象です。例えば川崎区近辺ですと YOU テレビ（川崎市では幸区・川崎区がエリア）や FM 大師がありますよね。
- ・市史記念版刊行・1ヶ月集中キャンペーンのいずれもニュースバリューがあると思うので、リリース文・ガイダンス資料を提供しさえすれば取り上げてくれると考えました。
- ・もし市史記念版の現物見本も同時に提供できれば、地元密着ネタを喜んで発信してくれるでしょう。
- ・視聴率・聴取率は極めて低いので、一見、優先順位が下がる対象ですが、お金と手間がかかりませんので、多少なりとも口コミ効果が期待できるならやる意味はあると考えました。
- ・それに、市が地域メディアを大切にしているという姿勢を示すことができますから、行政に対する信頼醸成の効果も期待できるのではないかと思う。

⑦ 南武線・市バスの広告

- ・他の委員の方がおっしゃっていたように麻生区や宮前区は南武線が通っていませんので、もし南武線で吊り革広告をするなら、市バス広告でそれらの地域を補完する必要がありますね。
- ・市バス広告も費用がかかりますが、川崎市内部でのお金のやり取りなので、市全体で見ればキャッシュアウトはなくトータルではお金はからない（はずです）（ただし広告のデザイン・印刷費用は外部支出）。
- ・とはいえ、南武線吊り革広告は外部支出となり1ヶ月で百万円はかかるでしょうから、費用対効果を考えると低廉とは言えず良策ではないのかな。南武線はやるべきではないかもしれませんね。

⑧ 市政だよりの全戸配布の実態

- ・市政だよりの話が他の委員から出ましたが、市政だよりでの特集は私も大事だと思います。直接働きかける有効な手段です。
- ・ただ、市政だよりは全戸配布が原則とはいえ、自治会を通じての配布がほとんどだと思います。一般論ですが自治会はかつてに比べかなり弱体化しています。本当に全戸配布ができているのでしょうか。
- ・実際、私のところにも市政だよりが届かないことがあります。自治会組織の方々の献身には本当に頭が下がりますが、全戸配布を安定的に実施するのはかなり厳しくなっているのではないかと思う。
- ・届いている世帯でも、全員が読むとも思えませんし。
- ・相当数の世帯には届いているから最重要メディア（の一つ）であるには違いないのですが、50代以下は SNS に多くの期待できるとしても、シニア層などには様々な補完メディア・手段が重要ですね。
- ・以上のことは市役所の方は百も承知でしょうが、私の経験（＝現場の状況）をお伝え

したくて書いてみました。

⑨ 小学校

- ・皆さんから多数意見のあった小学校に関するアイディアは聞いていて面白いなと思いました。
- ・私も小学生には GIGA 端末で子ども版 YouTube にアクセスしてもらうことを考えていました。
- ・注意しなければならぬのは、当面は電子版を提供せず有料書籍版のみとなると、授業で使う場合は買わなければならなくなることです。千円内外はするであろう書籍版を買わせるのは疑問が残ります。
- ・授業で使う教材は原則無償のはずですから、無償配布するのでしょうか。児童のいる数万世帯には無償配布されて、それ以外の 70 万世帯程度は有償購入となると、一般市民を対象とする書籍としては公平性に問題が生じます。
- ・一方、有償購入にすると、日本人児童でも家計に余裕のない世帯が一定程度あり負担に感じるでしょうし、外国人児童の何割かについては日本語が苦手なのに安くはない日本語書籍を買わせるのかという問題が発生します。
- ・外国人児童は「生活言語能力」はあっても「学習言語能力」は高くない場合がありますので注意が必要です。内容がよくわからないもの（＝学習言語能力を要するもの）を買わせことになる可能性があります。
- ・仮に授業で使わないとしても、学校で先生が話題にすれば、児童の間で書籍版を買う、買わないの話になるでしょう。
- ・以上のような観点も考慮に入れて施策を進めていただけたとありがたいです。

⑩ 書名

- ・私は前回（第 6 回）会合を欠席したので議論の経緯を十分把握していないのですが、事務局のご説明によれば書名を「川崎歴史 100 年」とする可能性が高そうです。
(編集注 第 7 回編集懇談会にて事務局から、令和 7 年 10 月～11 月に実施した書名投票の結果を報告し、今後、市役所内での確認後にタイトルを公表していくことを説明しました。)
- ・複数の委員から「川崎、かわさき、カワサキ」のどれが望ましいか再度考えてほしいと要請がありました。どなたかが「川崎」にすると川崎区をイメージすると発言されました。
- ・私は川崎区に住んでいるので 7 区全体が「川崎」であっても全く違和感はないのですが、北部・中部の方は「川崎」に含まれることに抵抗感があるのでしょうか。（なお、私は中原区に住んでいたこともあります。）
- ・南北問題は根深いと改めて感じましたし、南北問題を考えた時に「川崎歴史 100 年」「かわさき歴史 100 年」「カワサキ歴史 100 年」のどれを選ぶのかは非常に重要なテーマだと感じました。
- ・市史記念版には南北問題緩和の役割もあります。一例を挙げれば二ヶ領用水は「南

北」を繋いでいますから、誌面での伝え方次第で問題緩和に役立つし、これは事務局も意識されているでしょう。

- ・「かわさき歴史 100 年」「カワサキ歴史 100 年」にすれば北部・中部住民の抵抗感は薄まるでしょうが、一方で「川崎」を回避したこと自体がむしろ南北問題をクローズアップさせてしまう気もします。
- ・自治体名が「川崎市」である限り、「歴史 100 年」を書名に冠するならば「川崎歴史 100 年」とするのが自然だからです。
- ・「かわさき歴史 100 年」とすると、「川崎」の歴史と「かわさき」の歴史は違うのかということになりかねません。自治体名は「かわさき市」ではありませんから。
- ・カタカナは概念を曖昧化する効果があるので「カワサキ歴史 100 年」も選択肢ですが、「カワサキ」と「歴史 100 年」のバランスが取れないと思います。「かわさき歴史 100 年」と同じ理屈です。
- ・それならば「カワサキノキセキ」「カワレキ」のように全てカタカナにした方が「川崎」だけでなく「歴史」の部分も曖昧化しますからスッキリします。
- ・しかしそうするとアンケート結果を無視することになり「卓袱（ちゃぶ）台返し」になってしまいます。市民アンケートで「高輪」が圧倒的 1 位だったのに、駅名が「高輪ゲートウェイ」になってしまった事例を思い起こさせます。
- ・この問題のポイントは、一定数の北部・中部住民が「かわさき」「カワサキ」ならよくて「川崎」は避けたいのだけれども、その人たちも「川崎」市に住んでいる、というところにあるのではないでしょうか。
- ・いずれにせよ、南北問題緩和の役割も期待される市史記念版の書名ですので、行政（川崎市）としてどれが望ましいかを多面的観点から総合的に判断されることを希望します。

⑪ 自治体名の変更

- ・いっそのことさいたま市のように「かわさき市」「カワサキ市」と自治体名をひらがな・カタカナにしてしまうのもあります。私は違和感を覚えますが選択肢としては考えられます。
- ・あるいは全く違う市名にする手も。全然イケていませんが例を挙げれば「南武蔵市」とか「北神奈川市」とか。
- ・市名を変更しても南北問題の解決には全く役立ちませんが、北部・中部住民の不満を解消する効果はあります。

＜翻訳版について＞

- ・市内在住外国人は中国、ベトナム、韓国、フィリピン、ネパール、インドネシア、ミャンマー、インドなどの人が多いです。6 万人を超えたようですので比率は 4% に近付いてきました。
- ・何ヶ国語も翻訳するのは費用面から現実的でないでしょうから、英語版だけでも翻訳

版があるといいなと思います。

- ・Google 等の翻訳能力が格段に向上しましたので、翻訳版を作らずに日本語版電子版は翻訳機能を使って閲覧してくださいというのも一つの考え方かとは思います。
 - ・日本語版電子版が最初から発行されるのであれば、外国人住民は Google 翻訳等を使って日本語版を自国語に翻訳して読んでもらうことができます。
- ですが、有料の書籍版販売を優先し、電子版提供は書籍販売が落ち着いてからということでしたので、当分の間外国人住民は（歴史資料を読める日本語能力がない限り）市史記念版にアクセスできません。
- ・「Colors, Future! いろいろって、未来。」と多様性を謳っている川崎市としては、本記念版の重要性に鑑み、外国人住民に対してもタイムリーに閲覧機会を提供することが望ましいのではないかでしょうか。
 - ・労力・費用を考えるとダイジェスト版でもやむを得ないと思いますから、書籍販売と同時に英語版のダイジェスト電子版だけでも発行できないでしょうか。
- なお、ダイジェスト版とはいってもある程度のボリューム（数十ページ）はあってほしいですが。

（歴史文献に対する翻訳機能の精度）

- ・翻訳機能を使えば、英語の電子版からタガログ語、ネパール語、インドネシア語、ミャンマー語などにも翻訳できるでしょうから、多くの外国人が自国語で読めることになります。
 - ・ただ、本書は歴史関係文献であるため、翻訳機能でどこまで正確に翻訳できるか懸念が残ります。この点について私には知見がありません。
- （英語版を発行することで実質的に当初から日本語版電子版を発行することにならないか）
- ・なお、英語版電子版から日本語にも翻訳できてしまい、当初は電子版を発行しないという方針と齟齬をきたしますが、英語から翻訳しても歴史文献で固有名詞が多出するので恐らく利用に耐えないと推察します。