

第3期宮前区区民会議 第9回地参知笑部会

ちさんちしょう

～ 地域の魅力を知り、地域社会への参加につなげ、笑顔あふれるまちに ～

日時：平成23年9月28日(水)18:00～20:00

場所：宮前区役所 地域振興課奥会議室

次 第

- 1 前回の振り返り
- 2 区の情報戦略について
- 3 コミュニティへの参加を促す冊子について
- 4 その他

【配布資料】

- 資料1 今後のスケジュール
- 資料2 宮前区情報戦略イメージ
- 資料3 コミュニティへの参加を促す冊子について

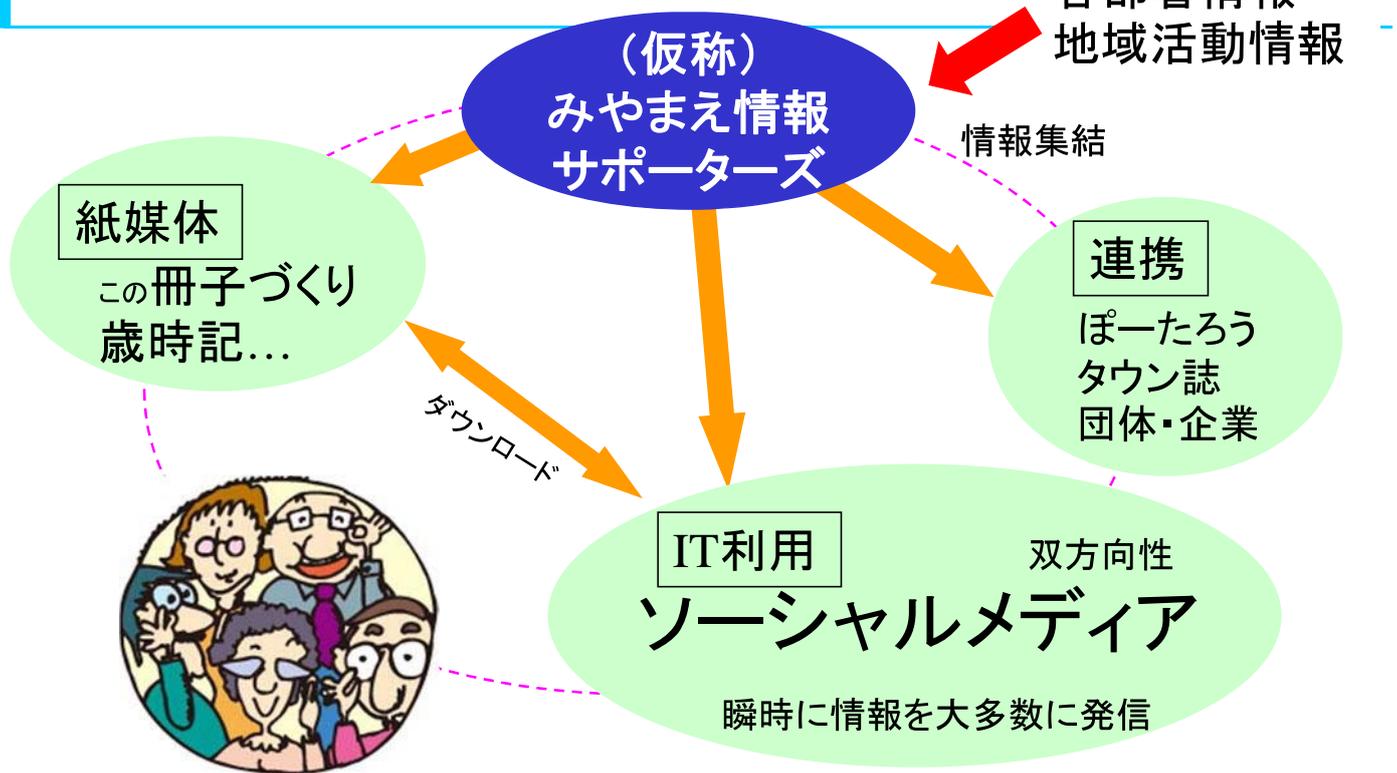
今後のスケジュール

■平成23年度のスケジュール

年度	平成 23 年度											
月	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
全体会					第5回区民会議			第6回区民会議 11/28(月)		第7回区民会議	区長への提案	区民会議フォーラム
			予算を想定した提案					・区長への提案素案確認 ・フォーラムイメージ		・区長への提案確認 ・フォーラム確認		
	企画			●				●		●	●	
専門部会	地参知笑部会	●	●	●			●	●	●	●		
	活力づくり部会	●	●	●			●	●	●	●		
								10/21(金)				
										・提案のまとめ ・フォーラム確認		
										・提案のまとめ ・フォーラム確認		

※開催数は必要に応じて調整

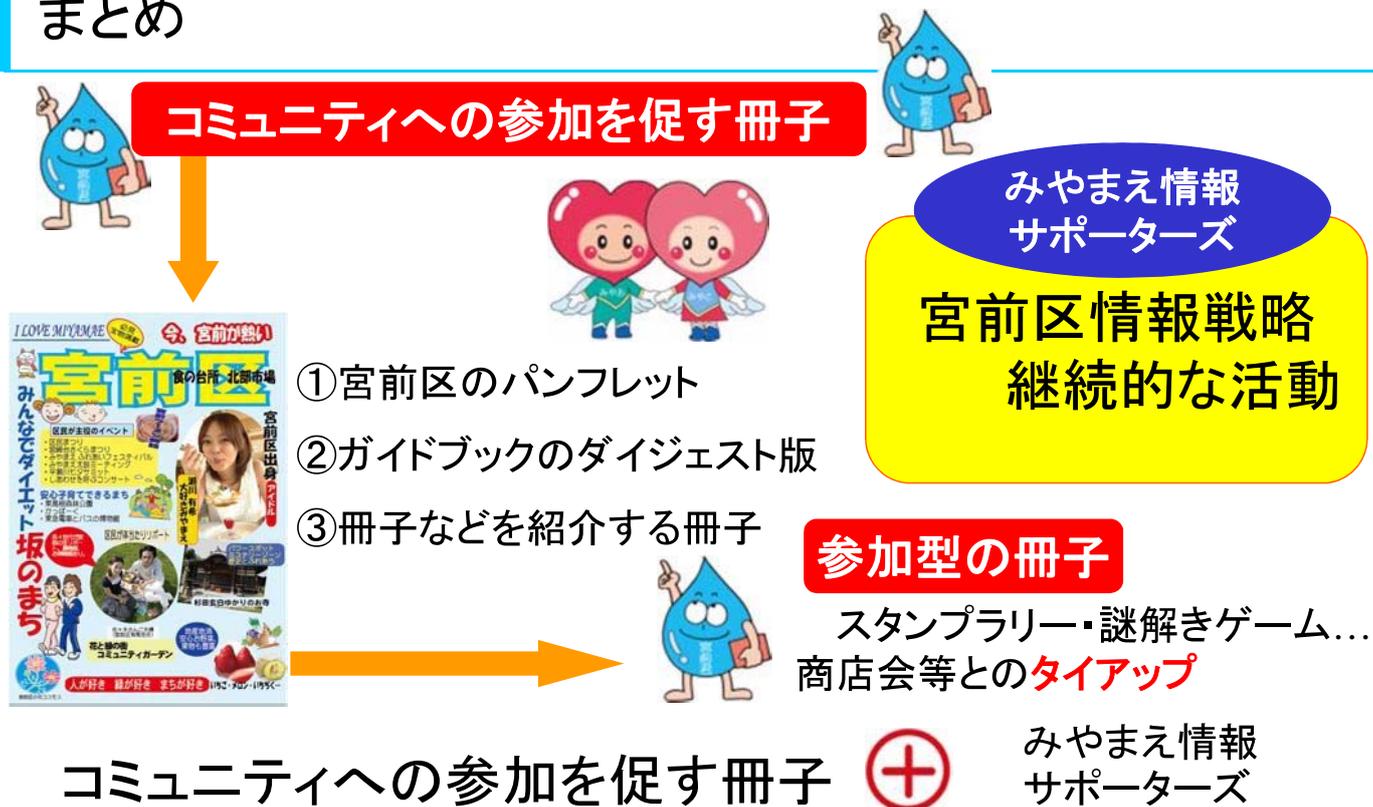
宮前区情報戦略イメージ



さまざまな方向から市民に情報が届く

メディアミックス

まとめ



作るものがあるって、それを作る組織づくりで、新しい1歩に...

■シテイセールスに3つのソーシャルメディアを活用——倉敷市

倉敷市では8月から、動画投稿サイト・ユーチューブに倉敷市をPRするチャンネルを開設しました。市では、ツイッターや、動画のライブ配信が可能なユーストリームを活用して情報発信を行うなど、ソーシャルメディアの活用に積極的です。

倉敷市PRチャンネルでは、市が作成した動画コンテンツで、倉敷を広くPRするテーマの動画を配信しています。現在掲載中の動画は、『うちのおじいちゃん』『裕子を見島に連れてって』『国産ジーンズは見島から原点編』『ガールズドリーム』ファッション新提案』『漁師のライ

ブ』など8本。経済産業省の委託事業として、商工課が大学などと連携して制作した「見島」のジーンズをPRする動画のほか、広報を担当する「くらしき情報発信課」が制作した動画で、今年7月に鹿児島市で行った市の観光・文化などをPRしたイベントの様相を収めた『くらしき「個性と魅力」発信事業in鹿児島』などがあります。

倉敷市見島地区は、国産ジーンズ誕生の地として知られ、さまざまな有名ブランドの製品が作られています。見島のジーンズをPRする動画は、市がシテイセールス活動として

今年1月に三菱自動車本社・東京シヨールームで行った倉敷見島コラボイベント「愛着ジーンズフェア」Mitsubishi Motorsの会場でも上映されました。

倉敷市では、2010年2月からツイッターを、2011年1月からユーストリームを活用。倉敷市のPRイベントでユーストリームによるライブ中継やツイッターでの発信を行うなど、シテイセールスを進める上で活用しているのが特徴です。

今回ユーチューブでの情報発信を開始し、シテイセールスに3つのソーシャルメディアを活用できるよう揃えました。3つのソーシャルメディアを広報手段に活用して情報発信している自治体は珍しく、今後の取り組みが注目されます。

「広報」2014年9月号
社団法人日本広報協会

倉敷市 PR チャンネル
<http://www.youtube.com/user/KurashikiCityPR>
 倉敷市 ツイッター
http://twitter.com/Kurashiki_City
 倉敷市 ユーストリーム
<http://www.ustream.tv/channel/6825064>



コミュニティへの参加を促す冊子について

1 目的

宮前区になじみの薄い区民（特に新住民や川崎都民など）をターゲットに、宮前区の魅力（モノ・場所・活動・人）やまちの楽しみ方を紹介することにより、宮前区に愛着を持ち、地域への参加を促すことを目的に制作します。

2 ターゲット

転入者や川崎都民（東京に勤務・通学する人）など、地域の情報が届きにくい層

3 イメージ

宮前区での「参加」、「体験」、「遊び」を切り口としたパンフレット

⇒A4版・オールカラー・20ページ、24年度中に発行（1万部）

①世代別リポート

読者と同じような立場のさまざまな世代の人が、地域にどう関わっていったかを取材。詳しく知りたい人向けの関連情報も掲載。

②体験できるページ

いちご狩り、お祭などを体験して、地域になじむことができ、つながりをもつきっかけとなったものを取材。詳しく知りたい人向けの関連情報も掲載。

③ゲーム・遊び感覚

スタンプラリーや謎解きゲームにより、実際に区内を回ってもらう。

④冊子の紹介

区役所等で発行している地域情報は、発行部数や設置場所の制約等により、区民に届いていないケースが多い。こうした地域情報冊子を紹介。

⑤宮前区のプロフィール・概要

区民会議からの提案

この提案をベースに、実際に制作するグループのアイデアを取り入れながら作り上げていく

4 制作方法・人材育成

- ・24年度に、区役所と市民館が連携した「（仮称）地域情報発信講座」を開講
- ・講座の受講生が、取材や編集のノウハウを学びながら、実際に情報収集や取材を行い、記事の作成と編集作業を行う。

⇒冊子制作とそれを通じた人材育成

(仮称) 地域情報発信講座について (案)

1 目的

(1) 地域情報の発掘・取材・記事化するスキルの習得

宮前区の魅力やまちの楽しみ方、地域参加につながる情報をさまざまなチャンネルから発掘・取材し、宮前区になじみの薄い人にも正確かつ魅力的に伝わる誌面を作成する手法を学ぶ

(2) 多チャンネルでの情報発信スキルの習得

- ・冊子に加え、ソーシャルメディア（SNS、ブログ、twitter、youtube、ustream など）を活用した情報発信の方法を学ぶ
- ・さまざまな媒体を活用した効果的な情報発信・情報共有の戦略を学ぶ

2 講座の内容、プログラム

(1) 「コミュニティへの参加を促す冊子」の制作

地域情報の収集、取材、記事作成、編集、デザインを実践で学ぶ

(2) 情報ネットワークの活用

各種メディア活用の基本的なスキルを学び、講座の過程や日常での地域の小ネタを実際に紹介

(3) メディアミックスによる効果的な情報発信の方法

(2) を踏まえ、どのメディアをどう工夫して使えば、発信したい情報が住民に伝わっていくか、ワークショップ的にアイデアを出し合う

3 講師の選定

● 冊子編集系の講座

⇒地域情報誌の編集経験者が理想。シティセールスからの紹介など

● ソーシャルメディア、メディアミックス系の講座

⇒区民会議の岡田委員（ぼーたろう、まいぷれの運営会社社員）からの紹介など

4 受講生の確保

- ・公募
- ・柔軟な感性や機動性が不可欠であるため、宮前区周辺大学（例えば、多摩3大学、たまプラの国学院）への働きかけ

5 スケジュール

- ・24年3月 公募（公募の周知を目的に、4月前半に講演会の開催も検討）
- ・24年4月下旬～ 講座スタート
- ・25年3月 冊子発行

計 10 回程度。他に取材や任意の打ち合わせを行う。講座のスケジュールは別途作成。