

地域情報化の現状や課題等についての調査報告
(平成 29 年度 地域情報化推進調査報告書)

特定非営利活動法人

調布市地域情報化コンソーシアム

平成 30 年 3 月 30 日

目 次

	まえがき	1 頁
第 1 章	地域情報化に向けた調査	
	まえがき	2 頁
1-1	日常的に利用しているネットワーク環境	3 頁
1-2	日常的に利用している情報メディア	8 頁
1-3	デジタルサイネージの現状と課題、 調布駅前広場への設置の可能性について	14 頁
第 2 章	市民が求める情報の検討	
	まえがき	18 頁
2-1	市民の手による地域情報化の必要性	19 頁
2-2	市民が必要とし、 情報市民（団体）が市民に発信したい情報	22 頁
2-3	大学から発信したい情報について	28 頁
2-4	お店（事業者）が市民に発信したい情報	29 頁
2-5	デジタルサイネージによる地域の情報提供	31 頁
2-6	スマートフォン、地域放送、サイネージ等の 連携によるプッシュ型情報提供	34 頁
2-7	地域の情報紙、放送、イベント等の活用度向上	36 頁
2-8	共生社会（市民総活躍）に向けた仕組みの構築	40 頁
2-9	市民の情報機器リテラシー支援	43 頁
2-10	商店街の情報化支援	47 頁
2-11	仮想現実（VR）・拡張現実（AR）を活用する情報支援	49 頁
2-12	地域の防災・減災・防犯情報の伝達	51 頁
第 3 章	調布地域情報化推進協議会の在り方	
3-1	これまでの経緯	55 頁
3-2	今後の調布地域情報化推進協議会の運営の方向性	55 頁

まえがき

特定非営利活動法人調布市地域情報化コンソーシアム (CLIC) が事務局を務める調布地域情報化推進協議会は、「調布市における市民・市民団体・事業者・教育機関・公共機関等が連携・協力して地域活動の活性化・高度化を図り、「みんなが笑顔でつながる・ぬくもりと輝きのまち調布」の発展に寄与すること」を目的として、ICT（情報通信技術）を効果的に活用して市民等の交流や地域活動の一層の促進を図ることとしている。

当協議会はこの目的に沿って発足以来、オリンピック・パラリンピックを契機に地域活動を盛上げることを目論んだ「調布アイデアソン・ハッカソン（2016年11月12～13日）」、調布地域の子育て環境の改善に向けた「調布の子育て情報・意見交換会（2017年2月19日）」などを開催してきた。

今年度は、まず初めに地域情報化動向の基礎的な調査として、我が国のネットワーク環境の変化とユーザが日常的に利用している情報メディアについて調査し、社会の情報化の実態を明らかにした。さらに、近年各地で取り上げられているデジタルサイネージの現状と課題に関する調査を実施した。

一方、ICTの発展・普及が急速に進んでいることを考慮すると、一般的な調査とは別に調布地域の実情を踏まえて、今後アンケート調査などによって中長期的に取り組むべきテーマを明確にする必要がある。そこでアンケート調査の効果を高めるために例示する地域情報化テーマを検討した。

さらに、これまでの活動経験を踏まえて、調布地域情報化推進協議会の今後の在り方を検討してまとめた。

本報告書は、CLIC が調布地域情報化推進協議会に協力を依頼し、それらの調査・検討の結果を取りまとめたものである。

第 1 章 地域情報化に向けた調査

まえがき

ICT は 21 世紀に入り本格化し、パソコンはタブレット端末に進化し、さらに携帯移動通信のブロードバンド化によりインターネットが自在に使えるスマートフォンへと進化し、この数年で急速な普及を遂げている。さらにテレビはデジタル放送に完全移行し、インターネットとの融合が進んでいる。現在は、2000 年当初と比較してパソコンの処理能力は約 30 倍、記憶容量は約 500 倍と桁違いの能力が手元で使いこなせる状況にある。

地域の活性化や市民の地域活動は、このような社会の情報環境に大きく依存するため、今後の地域情報化を検討する上でユーザが利用しているネットワーク環境および情報メディアの動向を把握しておくことが必要である。調布地域の情報環境は、全国的に平均的な情報環境にあると想定されるため、情報通信白書などの調査結果を利用してこれらの調査を行い、その概要をまとめた。

一方、デジタルサイネージは近年急速に各地での導入事例が増えていること、調布駅前の開発とも関係が深いことから、特に取り上げて個別の調査を行った。

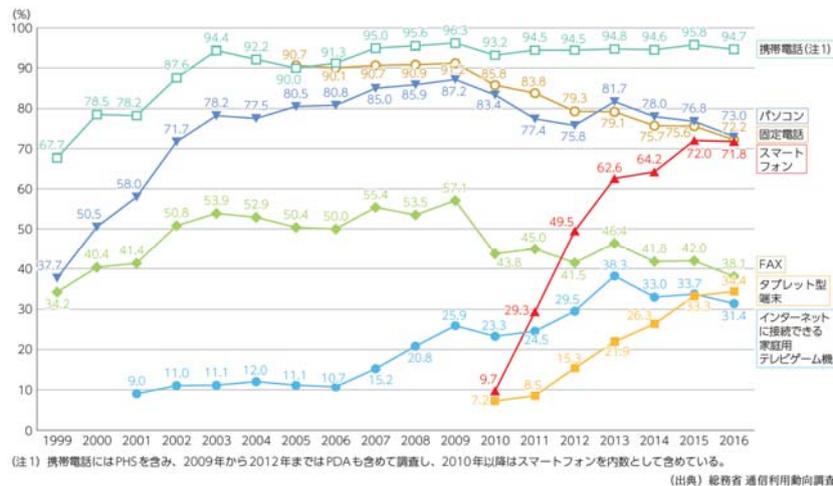
日常的に利用しているネットワーク環境

H29年度の情報通信白書では、ネットワークとデータが創造する新たな価値に着目し、特集のテーマを「データ主導経済と社会変革」と設定しており、本論への導入に当たり、第1章では「スマートフォン経済の現在と将来」について述べている。近年、スマートフォン保有は急増し、PCや固定電話と拮抗。その利用をけん引する若年層の利用時間は、モバイルがPCの4倍超であり、今やネットワーク環境はスマートフォンを主体に動いていると言っても過言ではない。ついては、ここではスマートフォンの日常利用状況やその特徴について見ていくことで、現状のネットワーク環境に係る課題について考察する。

(1) スマートフォンの普及状況

2017年に入り、全世界での利用台数は40億に達していると推計されている。スマートフォンは、地域・世代・収入等による差異はあるものの、今や世界中でインターネット接続に最も使われている機器といえる。ただし、スマートフォンがそのような位置付けとなったのはごく最近のことだ。スマートフォンの特徴は、多重的な機能と利便性にある。小さなパソコンと携帯電話の両方の性格を有するので、使い道は個人・世代によって大きく異なる。若年層であればSNSや動画視聴、ゲームに多くの時間を割く傾向にある。また、30歳代から50歳代にかけてはネット検索やショッピング、バンキング等の消費活動、高齢層であれば携帯電話の延長で通話やメール等のコミュニケーションに使われることが多い。代表的な機器にあげられるiPhoneが2007年に米国で発売されてから2017年で10年が経過した。スマートフォンは国内外ともに急速に普及してきており、この傾向は他の情報通信端末と比較するとより明確になる。

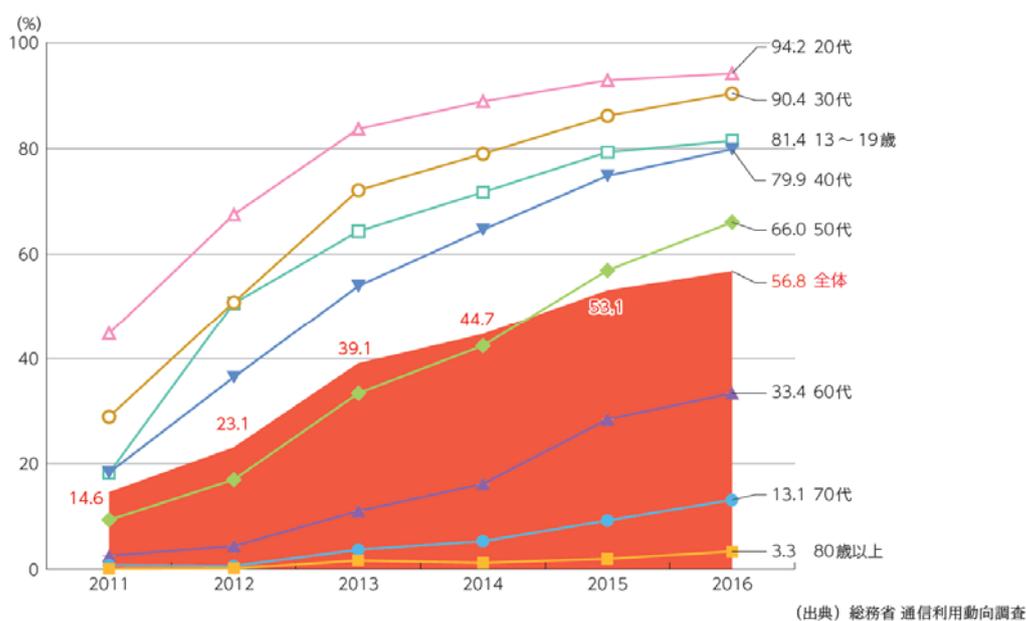
我が国の情報通信機器の保有状況の推移（世帯）



(2) スマートフォンの特徴

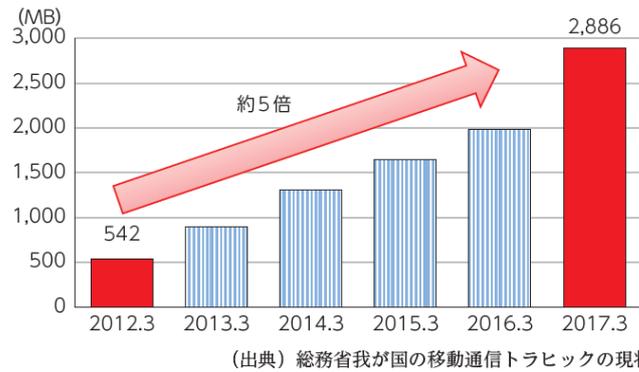
スマートフォンの特徴として、1人が1台持つ情報端末であることが挙げられる。通信利用動向調査を基に、個人のスマートフォンの保有率の推移をみると、2011年に14.6%であったものが、2016年には56.8%と5年間で4倍に上昇している。

スマートフォン個人保有率の推移



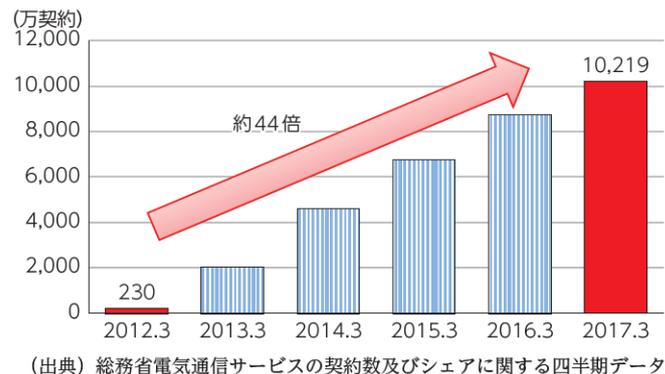
また、スマートフォンの別の特徴の1つとして、それまでの携帯電話と比較して画面が大きく、多くの文字、画像や動画が見やすいことが挙げられる。これに伴う情報量の増加を移動通信のトラフィック（1加入者あたりの月間延べトラフィック）の推移を通してみると、2012年には542MBであったのが、2017年には2,886MBと5年間で約5倍に増加している。

移動通信トラフィックの推移



スマートフォンの普及やデータ流通の増加を支えているのが、移動通信の方式の進化である。現在主流であるLTEの我が国における契約数は、2012年には230万であったのが、2017年には1億219万と過去5年間で約44倍となっている。

LTE契約数



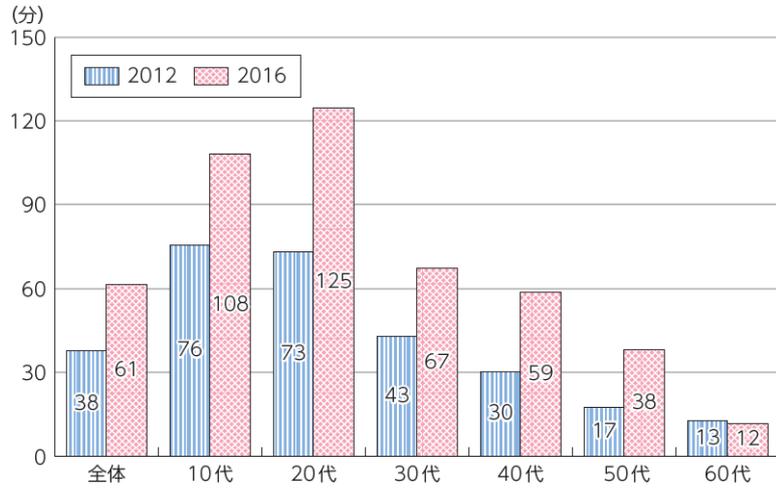
(3)生活の中心になりつつあるスマートフォン（4年間の質的变化）

スマートフォン普及のインパクトは、その普及台数のみならず使い方にもあることを、利用時間や利用内容を通してみていく。

我が国における、モバイルによるインターネット利用時間（平日1日あたり）を2012年と2016年とで比較すると、全体で38分から61分と1.6倍に増加している。

モバイルからのインターネット利用時間が2012年から2016年にかけて増加した要因を、スマートフォン利用者のインターネット利用時間、フィーチャーフォン利用者のインターネット利用時間、各機器の利用率に分けてみると、スマートフォン利用者1人あたりの利用時間も増加しているが、スマートフォン利用者の割合が上昇した影響が大きい。フィーチャーフォンの利用者がスマートフォン利用に移行することにより、インターネット利用時間が増加してきたことがうかがえる。

モバイルからのインターネット利用時間
(2012年と2016年との比較。平日1日あたり)

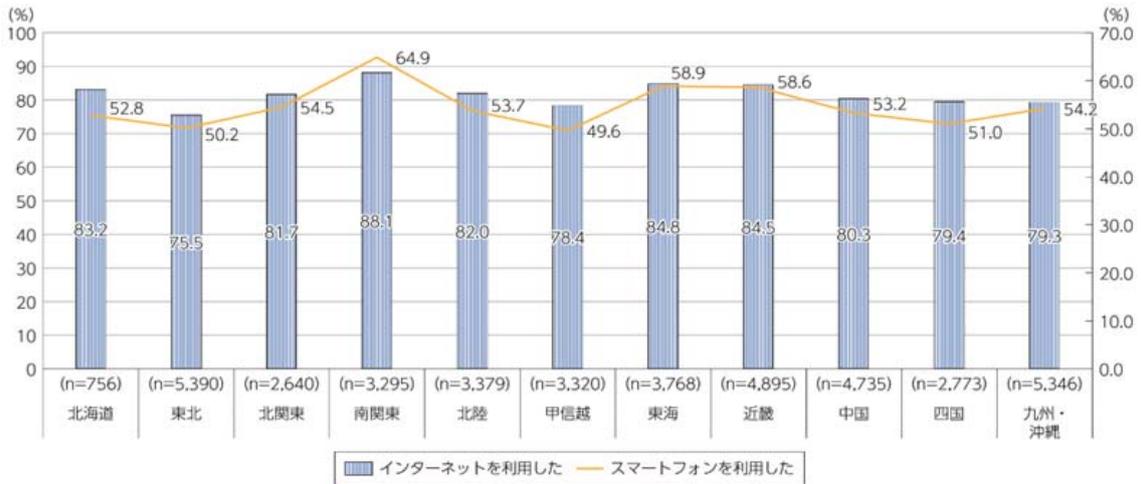


(出典)総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

(4)大都市圏を中心にインターネット利用率、スマートフォン利用率が高い

さらに、地方別にインターネット利用率及びスマートフォン利用率をみると、いずれも南関東、東海、近畿の利用率が高く、最も高い南関東は、インターネット利用率が88.1%、スマートフォン利用率が64.9%となっている。調布市も南関東エリアに属するためこの傾向は反映されていると考えられる。

地方別インターネット利用率及びスマートフォン利用率（個人）（2016年）



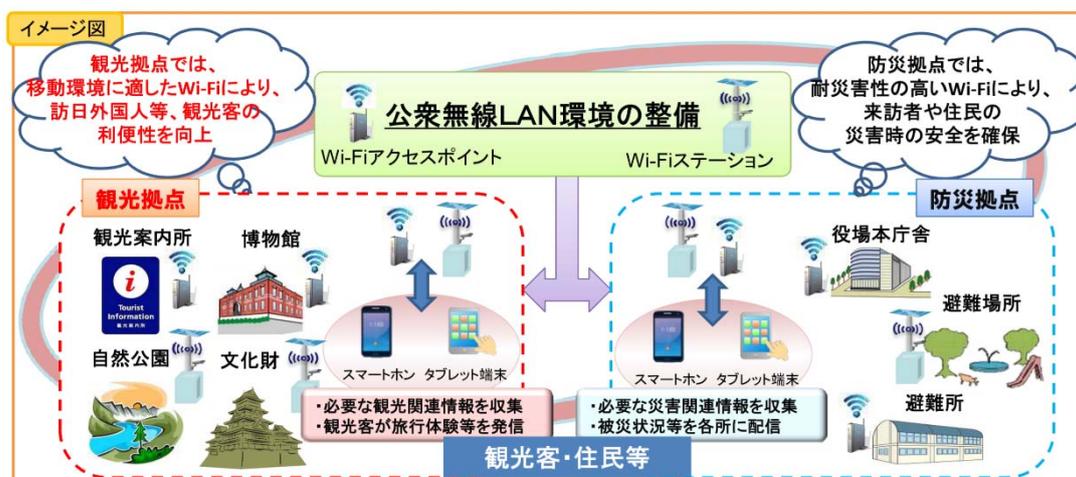
(出典)総務省「通信利用動向調査」

(5) 無料公衆無線 LAN 環境の整備促進

以上のように、スマートフォンやタブレット等の無線 LAN を搭載した携帯端末の普及を背景として、ネットワーク環境としては、無線 LAN を利用する機会が増えてきており、無線 LAN は、家庭、オフィス及び公衆スポット等における快適なワイヤレスブロードバンド環境の実現のために必要不可欠な存在となっているが、公共的な観光・防災拠点等を中心に公衆スポット等では、Wi-Fi 環境の整備が十分に進んでいない。また、公衆無線 LAN は、2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けて増加が予想される訪日外国人観光客からの Wi-Fi 環境に対するニーズが高いこと、災害時に電話回線が輻輳のために利用できない場合でも効果的に情報を受発信できる通信手段として有効であることといった側面がある。

これらを踏まえ、総務省では、自治体及び第三セクターを対象に、平成 26 年度から「観光・防災 Wi-Fi ステーション整備事業」、平成 28 年度から「公衆無線 LAN 環境整備支援事業」を実施しており、観光や防災等の観点から、地域活性化等に寄与する公衆無線 LAN 環境の整備を促進している。

「観光・防災 Wi-Fi ステーション整備事業」の概要



参考：<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc262110.html>

これらは 2019 年にラグビーワールドカップ会場を持つ調布市にとっても重要な課題と認識される。

日常的に利用している情報メディア

近年のスマートフォンの普及、ソーシャルメディアの利用の拡大といったメディアの利用環境の変化を踏まえ、総務省情報通信政策研究所は、国民の情報通信メディアの利用時間と利用時間帯、利用目的及び信頼度等について調査し、「平成 28 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」においてその結果を公表している。

ここでは、この調査結果から、市民が日常的に利用している情報メディアについて考察する。

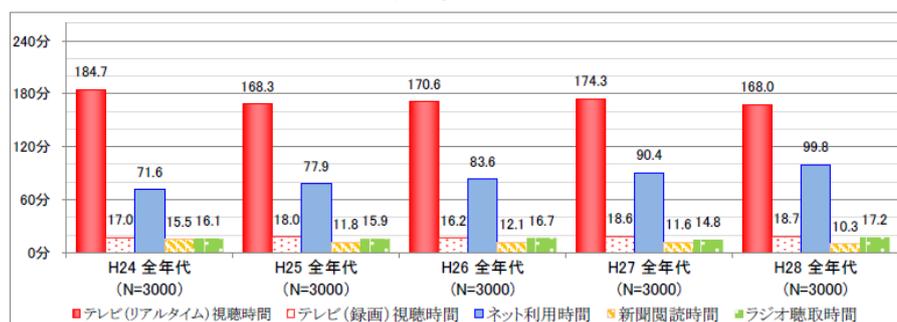
(1) 情報通信メディア・機器の利用時間と行為者率

・テレビ、インターネット、新聞及びラジオを過去 5 年間の経年分析から比較すると、全年代では、テレビ（リアルタイム）視聴の平均利用時間が最も長く、行為者率も最も高い。次いでインターネット利用の平均利用時間が長く、行為者率も高い。この傾向は以前から変わらない。

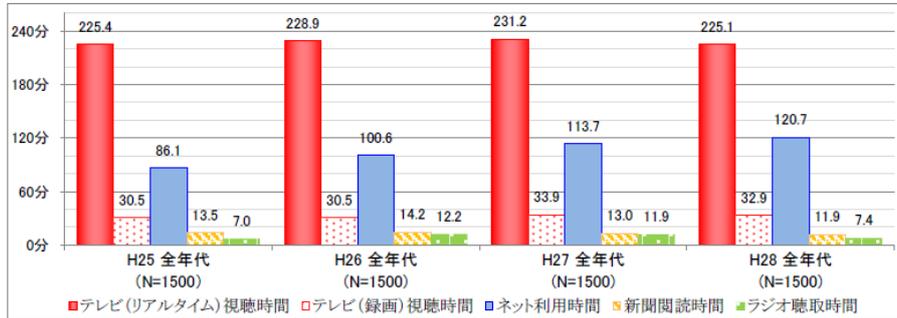
・テレビ（リアルタイム）視聴の平均時間は、平日 168.0 分と概ね減少傾向。休日は 225.1 分と前回調査から減少に転じたが平成 25 年調査と比べてほとんど変わっていない。

・インターネットの平均利用時間は、平日休日ともに一貫して増加傾向にあり、平日 99.8 分、休日 120.7 分となっており、テレビ（リアルタイム）視聴の減少傾向と相まって、両者の差は狭まりつつある。また、行為者平均時間で見ても、平日休日ともにインターネット利用は一貫して増加傾向にある。

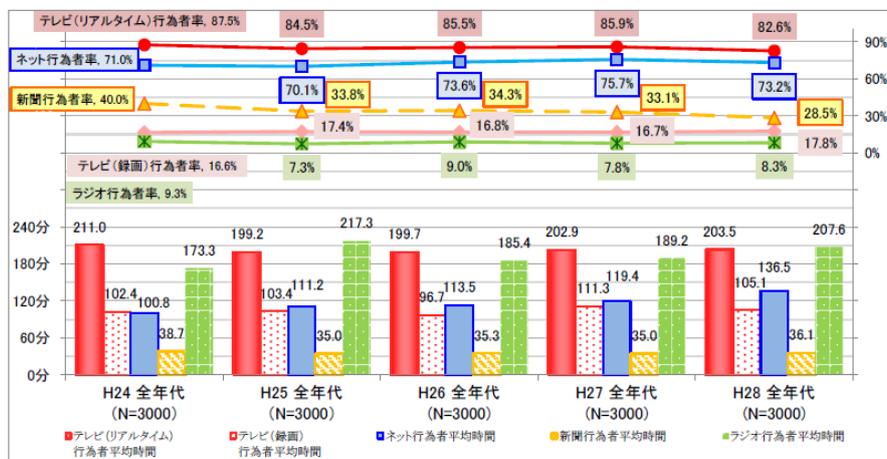
経年(平日)主なメディアの平均利用時間(全年代)



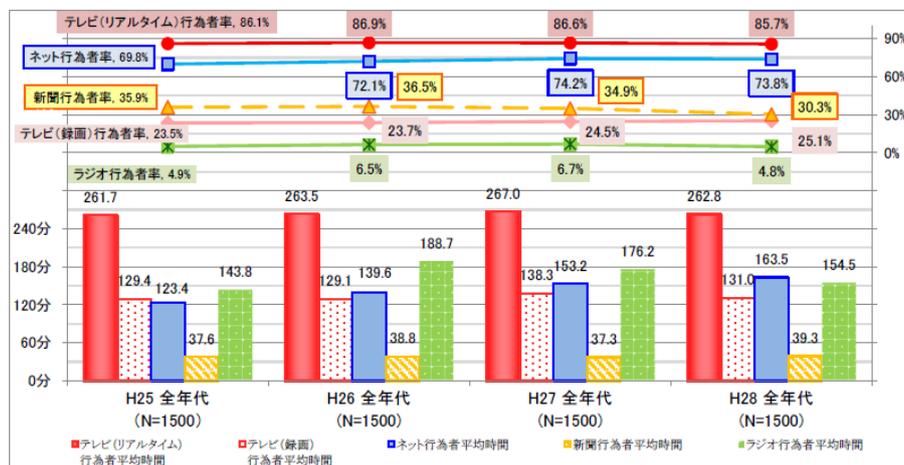
経年(休日)主なメディアの平均利用時間(全年代)



経年(平日)主なメディアの行為者率・行為者平均時間(全年代)



経年(休日)主なメディアの行為者率・行為者平均時間(全年代)



(出典)「平成 28 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(以下同じ)

・年代別に見ると、テレビ（リアルタイム）視聴及び新聞読込は、概ね年代が上がるとともに平均利用時間が長く、行為者率も高くなる。インターネット利用は、概ね10代又は20代をピークに、年代が上がるとともに平均利用時間が短く、行為者率も低くなる。この特徴は以前と変わらない。しかし、特に平均利用時間に着目した場合、10～60代の各年代において概ね増加傾向にあることが見て取れる。

経年(平日)テレビ(リアルタイム)視聴及びインターネット利用の平均利用時間・行為者率(年代別)





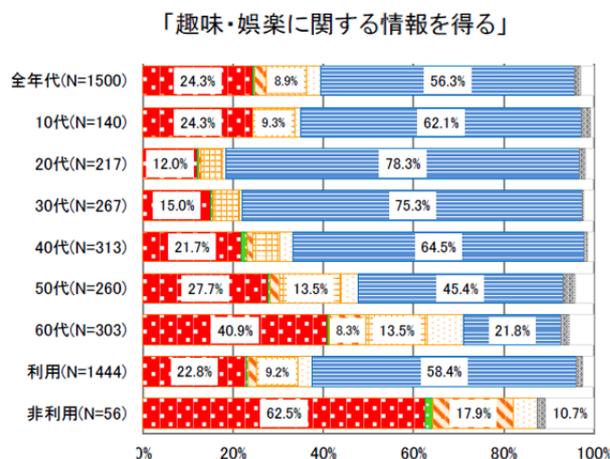
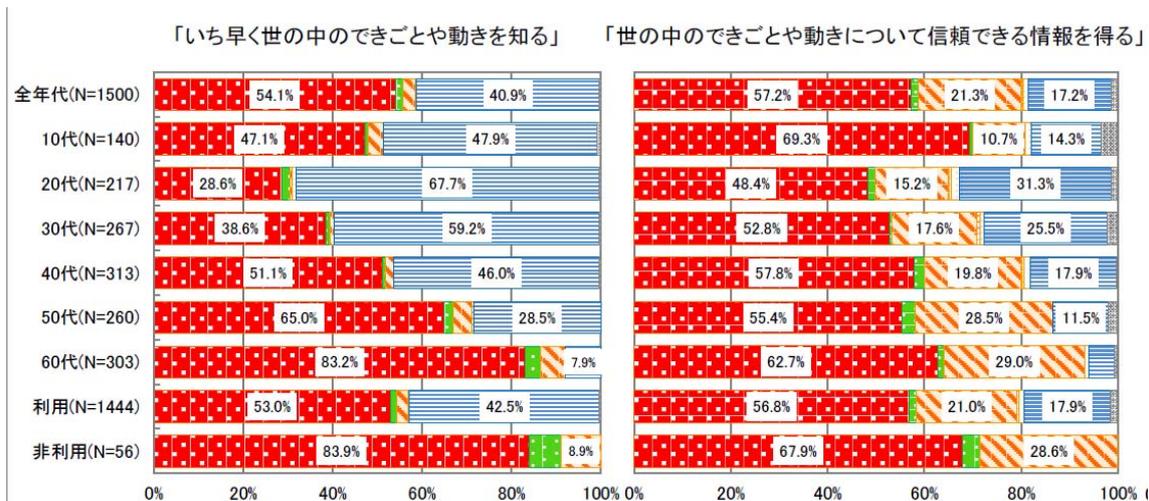
(2) 目的別の利用メディア

次に、主なメディアをどのような目的で利用し、その有用度等をどのように感じているか、また各メディアの重要度、信頼度についてどのように感じているかについて、アンケート調査の結果から概観する。

まず、目的別に見ると「いち早く世の中のできごとや動きを知る」及び「世の中のできごとや動きについて信頼できる情報を得る」ためには、全年代でテレビが最も高い割合で利用されている。一方で、「趣味や娯楽に関する情報を得る」ため等では、インターネットが最も高い割合で利用されている。この順位は平成24年調査から変わっていない。

中でも特に情報の取得に関して年代別で見ると、いずれの目的でも、20代が最もテレビの利用が少なく、概ね年代が上がるにつれてテレビの利用が多くなる結果となっている。

H28 目的別利用メディア(最も利用するメディア)(全年代・年代別・インターネット利用・非利用別)



(3)各メディア別 情報源としての重要度と信頼度

また、情報源としての重要度について、全年代では、テレビ 90.6%、インターネット 71.2%、新聞 63.5%、雑誌 25.3%の順に重要度が高くなっており、前回調査で順位が入れ替わったインターネットと新聞の差は一層開く結果となった。テレビの各年代における重要度は90%前後であり、新聞は若年層における重要度が低く年代が上がるにつれ重要度が高くなり、インターネットは逆に若年層における重要度が高く年代が上がるにつれ重要度が低くなっている。

H28 情報源としての重要度(全年代・年代別・インターネット利用・非利用別)

		テレビ	新聞	インターネット	雑誌
全年代	全年代(N=1500)	90.6%	63.5%	71.2%	25.3%
年代別	10代(N=140)	93.6%	37.9%	77.1%	24.3%
	20代(N=217)	85.7%	41.0%	89.9%	21.7%
	30代(N=267)	86.9%	49.8%	85.8%	25.8%
	40代(N=313)	92.3%	61.7%	79.6%	27.8%
	50代(N=260)	91.2%	81.5%	61.5%	24.2%
	60代(N=303)	93.7%	90.1%	41.9%	26.4%
インターネット	利用(N=1444)	90.4%	62.7%	73.8%	25.3%
	非利用(N=56)	94.6%	85.7%	5.4%	25.0%

最後に、テレビ、新聞、雑誌、インターネットという4つのメディアについて、それぞれのメディアに信頼できる情報がどの程度あると思うかについての回答を求めた。

全体で見ると、最も信頼度が高かったのは新聞であり、70.1%(前回平成27年調査68.6%)が信頼できるという評価をしていた。それにテレビ65.5%(同62.7%)、インターネット33.8%(同29.7%)、雑誌20.5%(同16.7%)が続いている。前回調査と比較すると、すべてのメディアで信頼度が増加したが、メディア間の傾向に大きな変化は見られなかった。

H28 各メディアの信頼度(全年代・年代別・インターネット利用・非利用別)

		テレビ	新聞	インターネット	雑誌
全年代	全年代(N=1500)	65.5%	70.1%	33.8%	20.5%
年代	10代(N=140)	66.4%	66.4%	30.7%	27.9%
	20代(N=217)	60.4%	64.5%	42.4%	20.7%
	30代(N=267)	58.4%	62.2%	35.2%	22.1%
	40代(N=313)	63.6%	70.0%	33.9%	23.3%
	50代(N=260)	70.0%	76.5%	37.3%	18.1%
	60代(N=303)	72.9%	77.2%	24.8%	14.9%
インターネット	利用(N=1444)	65.0%	69.7%	34.7%	20.6%
	非利用(N=56)	76.8%	78.6%	10.7%	17.9%

ここまで見てきたように、実際に日常的に利用されている情報メディアは、テレビとインターネットが上位を占め、その目的によってそれらの利用頻度は入れ替わる。また情報源としての重要度についても、テレビ、インターネット、新聞、雑誌の順に高くなっている。しかしその一方、得た情報の信頼度で見ると最も信頼度が高かったのは新聞であり、テレビ、インターネット、雑誌と続く。本調査結果は全国調査であるが、年齢構成比は調布市もこれに準じたものであるため、調布市民においても同様の傾向が当てはまると考えられる。これらの結果から、市民はメディアによって求めるものを変え使い分けており、年代によってもその利用に差異が出ることが分かった。

このことから、実際に情報活性化に向けたメディアへのアンケートを取る際には、市内各メディアに集めたい項目を確認した上で、目的を明確にすべきと推察される。

1-3

デジタルサイネージの現状と課題、調布駅前広場への設置の可能性について

調布地域情報化推進協議会ではデジタルサイネージについての知識を深めるため、一般社団法人デジタルサイネージコンソーシアムに勉強会の依頼をし、同法人で常務理事を務める江口靖二氏が講演を行った。当節はその講演の要点を抜粋したものである。

- ・ 講演開催日：2017年9月1日
- ・ 会場：調布市文化会館たづくり 303 会議室
- ・ 参加者数：15名

*一般社団法人デジタルサイネージコンソーシアム

「デジタルサイネージ産業が直面する課題の解決と新市場の創出」と「生活シーンにおけるサイネージ経験価値の向上」をミッションとする団体。現在、ハードウェアやシステム、広告代理店など100以上の大中小の関連企業が会員に名を連ねている。



(1)課題を残すデジタルサイネージの事例

1:S 市地下道サイネージの事例

- ・数年前に設置
- ・幅広い地下道に、小さなディスプレイが歩行者の進行方向（動線）とは並行に設置
 - >空間に対して小さなディスプレイ
 - >わざわざ近寄って観たいと思う情報が提供できていない

2:K 駅前の地下空間のサイネージの事例

- ・大きなモニターと情報検索端末
- ・検索端末ではニュースをクリックしても情報が表示されなかったり、利便性が高いと思われない情報が表示
- ・設置されている場所が人が通りにくい（通らない）場所にあり、サイネージに掲載されている情報が人をサイネージの前まで来させるような魅力のある情報でない
 - >利用している人はほとんどいない

3:F 市の事例

設置して2年以内に撤去。

デジタルで情報を提供するメリットを活かしきれていなかった。

4:M 駅の事例

情報を詰め込みすぎて、何を伝えたいサイネージかわからない。

>誰も触れようとせず、買い物客に自転車をたてかけて停められてしまう。

>多くの市民が利用する便利なサイネージなのであれば自転車は停められないだろう。

5:行政が設置しているサイネージの事例

「ただいま準備中」「調整中」との貼り紙が貼られ、使われていない。

>行政設置（3セク含む）のサイネージにはこういうケースが非常に多い。

>江口氏の呼称「墓石サイネージ」

「誰も見ていないだけでなく、むざんな姿を人目にさらすため、マイナスの連鎖を生み、市場に多大なる悪影響を与える」

その場所がもともと持っている特性は変わらない。デジタルサイネージはその特性に合わせてつけなければいけない。

(2) デジタルサイネージのメディア特性

	時間の特定	場所の特定
テレビ・Web	○	×
看板・ポスター	×	○
デジタルサイネージ	○	○

>この特性を活かすサイネージを目指すべき

(3) デジタルサイネージを検討する際に考えなければいけないこと

- ・ 誰が
 - >事業主体（調布市・市民団体・企業・学校？ 情熱と愛情を注げる事業主体であることが大事）
- ・ 誰のために
 - >対象（単に市民ではNG。もっと明確なペルソナの設定）
- ・ 何をしたいのか
 - （単に情報提供ではNG。もっと明確で具体的な情報の中身を設定）
- ・ それはデジタルサイネージでやるのが適切なのか
 - （観光案内所ではだめなのか？調布では必然性があまり感じられない・・・）
- ・ 事業モデルは何か
- ・ コンテンツは誰が作るのか
- ・ 運用は誰がやるのか

(4) 調布駅近隣に設置する場合のポイント（江口氏考察+執筆者補足）

- ・ 設置場所として成立するのは、駅出口の2箇所のみ。それ以外の場所では成立しないと思われる。
 - >駅前広場は広すぎるため。
 - （ビックカメラやパルコの壁面に巨大なディスプレイをつけることが可能なのであれば話は別）
 - >70インチ以上のLCDを縦に3面。または150インチのLED
- ・ 掲載する広告については、地域商店（飲食店）のタイムサービスや迷い犬（猫）などのローカルな地域情報に実は大きな掲載価値がある。
 - >本人の意思に関係なく、強制的に目に入れさせるサイネージの特性を活かせるため
 - >地域メディアへの掲載などとセットで広告のセールスを行うのが良い

- ・このロケーションでは朝は見ない。帰宅時がメイン。
＞気分的、設置状況的にも。

- ・市民投稿
＞スマートフォンで市民が投稿しても面白い。
ただし、仕組みさえ用意すれば市民が続々と投稿するわけではない。しかけが必要。

- ・深大寺情報
＞どうやって行くのか絶対に迷うため

- ・行政情報
＞どのようにしても市民が自ら興味をもってもらえるコンテンツにはならないため、
どうしても入れたければ上記のような興味のある情報に挟み込むしかない（テレビのCMと同じように考えるべき）

- ・緊急、災害情報
＞エリアメールシステムと連動。Lアラートも活用？
＞本当にクリティカルな情報はサイネージでは掲載できない。
⇒本当に最新の正しい情報が表示されているのかわからないため。

以上の通り、調布（駅近隣）での設置を検討する際には、事業主体や運営方法など、多数の項目について念入りに協議する必要がある。特にデジタルサイネージ自体に集客効果はなく、人が集まる場所にしかデジタルサイネージをつけるべきではない、という点は根本的な考え方であるほか、例えば人が集まる場所であったとしても、ディスプレイの向きやサイズ、コンテンツについても熟慮しなければ、冒頭に記載したような課題を残すデジタルサイネージになってしまうことに注意しなければいけないと思われる。

第2章 市民が求める情報の検討

まえがき

第1章の調査で明らかのように、スマートフォンがどこでも使えるネットワーク環境いきわたり、5Gと言われる第5世代携帯移動通信の開発が進展しており2020年に商用化される予定である。5Gは従来の通信の概念を越えて、遠隔のものともものが直接情報交換をするIoT (Internet of Things) 機能や極めて正確な位置情報機能などが備わることになる。また、市民や事業者が活用できる情報サービスは、従来のメールやWebに加えて地図情報を用いる各種のサービス、フェイスブック、ツイッター、インスタグラムなどのSNS (Social Network Service)、さらにユーチューブのような動画投稿・閲覧サービスや強力な音声認識・言語翻訳サーバによる通訳サービスなど多岐に及び、誰でも手軽にこれらの多様な情報環境を利用できる状況に発展している。さらに人工知能技術と相俟って情報サービスの高度化が進むことが見込まれる。

このようなICTの進化を考慮すると、地域情報化の検討においてもこれらの動向を念頭においた中長期的な視野で取り組む必要がある。具体的な取り組みにおいては、主役である市民や地域の事業者および市民等による地域活動におけるニーズを先取りした上で、要望の多いテーマを十分把握して進める必要がある。さらに、市民や地域の事業者の多様性から来るニーズの違いを正確に把握する必要がある。

これらをデータとして明らかにするためには、広範なアンケート調査やそれに基づくヒアリングなどを行うことが必要となる。さらに、アンケート調査の実効性や効果を高めるためには、中期的な見通しの下に想定されるテーマを例示して意見を求めることが望ましいと考える。そのため、地域情報化テーマの提示の仕方も重要であり、以下にその検討結果を示す。

2-1には市民一般に向けた「市民の手による地域情報化の必要性について」、2-2には以前実施した市民団体情報に関するアンケートをより深掘りすることについて、2-3以降は協議会で検討された、より具体的なテーマを例示として示す。

市民の手による地域情報化の必要性

1. 背景・必要性

東日本大震災、台風・豪雨などの自然災害や少子高齢化、経済社会などのめまぐるしい変化は、人々の生活に大きな影響を与えている。社会全体の不安感や孤立感が増す厳しい現状の中、現在では全国各地で多様な市民活動が活発におこなわれているが、地域社会においては、「家族」や「いのち」にかかわる問題や社会状況の中から生まれてくる様々な問題に関する解決が求められている。これらの解決のため、市民と行政とのパートナーシップの構築や市内で働く人や学ぶ学生が広く市政に参加できる環境づくりなどの「参加と協働のまちづくり」の推進が必要とされている。

東京都調布市は、推計人口 234,429 人（2017 年 8 月 1 日）、東京都の多摩地区の東端に位置し、区部と境界を接している隣接 5 市の内の一つであり、都心に近く（都心である新宿駅との距離は約 20km）住環境の整った住宅地である。近年、市内を東西に横断する京王線の地下化が行われ、駅前エリアの再開発が進んでいるが、反面、大手企業の移転も行われた。このように、自然の豊かさも残る住みやすい街ではあるが、街並みは大きく変わり、市民の生活環境も変化していく中においても市民交流の機会を重ねていく必要があるが、これらを推進する仕組みは十分であるとはいえないのが現状である。

こういった背景の中、市では市民のだれもが、IT の技術を活用して課題や困難を解決し、暮らしやすいコミュニティを創出することを目的として、「地域情報化」を推進している。

未来の調布に向けて、市民からの意見を参考に「必要な情報が、必要な人に、わかりやすく届く」環境づくりを推進することで、市民と行政とのパートナーシップの構築や市内で働く人や学ぶ学生が広く市政に参加できる環境づくりなどの「参加と協働のまちづくり」の推進につながると仮説を立てる中、この「市民の手による地域情報化」が必要とされているかについて発信者・受信者の市民からヒアリングを行い、可視化できるようにする必要がある。

2. テーマの内容

本テーマで調査を行うにあたり、場所としては市内の全域において、一般市民からの意見をキャッチしやすい、京王線各駅や公共施設、教育機関、商業施設や公園などの場所や、お祭りやスポーツイベントなどの機会を想定する。

対象者は有効性を高める意図で、在住、在勤、在学の一般市民 3,000 人を想定している。これは、調布市が実施する市民意識調査の対象者数と同等である。また実際の対象者については市内町別の人口分布と年齢構成を調査したうえでヒアリングを行うことで、市内全体の意見としての実効性を持たせることを想定している。

期間は、アンケート作成、予備調査を含めて、2018 年 10 月～2019 年 5 月までを想定しており、調査完了後、3 か月ほどで集計・分析を行うこととする。

3. 実施イメージ

本調査の運営主体は、調布市地域情報化推進協議会が行うが、個人情報の取り扱いや対象市民からの信頼を受けたうえでの調査が必須になることから、同協議会と調布市で特別協定などを締結し、協力として調布市が参画し、後援として社会福祉法人調布市社会福祉協議会、教育委員会、総務省などが後援で加わることが効果につながると想定する。

調査内容の大きな項目は次の3点である。

- ① 現状の把握
- ② 地域情報化推進の活用希望
- ③ 新しいアイデアの収集

この3点について、回答者が回答しやすいよう、設問は最大15問、方法としてWEBや紙でのアンケートを作成し、実施する。コストは合計で400万円ほどを見込むが、ヒアリング方法に人的コストをどれだけ確保するかによって、予算の変更が見込まれる。

4. 想定される効果

当該テーマを実施することにより、15年前に一般市民も含めた多くの分野の市民によってつくられた「地域情報化基本計画」が、現在の市民にとって、どのような効果をもたらしているのかを掴むことができる。また、流入人口も増加する中で、今後10年生活する市民がどのように情報化された町で生活したいのかについて想定をすることができ、今後の地域情報化についての指針となりえる。

この調査結果をもとに市民、市内の学生・勤務者は今後の調布市の地域情報化の方向性を知り、市内事業者、市内機関（公共施設、教育機関、企業等）はその方向性に沿った事業展開を行うか、方向性の変更を求めるかも検討することができる。

つまり、本調査では、

過去15年前からの地域情報化の取り組みを承認し、背景にして、

現在生活する市民が、調布の地域情報化を知り、活用することで、

今後10年間の地域情報化に向けた、指針や提言が有効性の高いものになる。

と想定される。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2018年10月 ～2019年5月 ・アンケート収集3か月 ・集計・追加収集2か月 ・分析・アウトプット3か月 	<p>だれが：主体 (who)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調布市地域情報化推進協議会 <p>協力：調布市（市と協定がより効果的）</p> <p>後援：調布市社会福祉協議会、調布市教育委員会、総務省など</p>	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調布市が推進する市民の手による「地域情報化」を、市民からの意見を参考に「必要な情報が、必要な人に、わかりやすく届く」ように推進する必要があるため。
<p>どこで (where)</p> <p>調布市内 (調査は京王線各駅、公共施設、各学校、商工会など商業者)</p>	<p>なにを (what)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 現状の把握 2. 地域情報化推進の希望 3. 新しいアイデアの収集 	<p>だれに：対象 (whom)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・在住、在勤、在学の一般市民
<p>どのように：方法 (how)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Web、紙でのアンケート及びイベントや公共施設でのヒアリング 	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3,000人 	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・400万円 <p>意見収集準備(Webサイト、SNS、郵送、印刷) →約100万円</p> <p>データ収集活動(Web、SNS管理、ヒアリング、発送) →200万円</p> <p>集計・分析・アウトプット →100万円</p>

[注] 6W3Hシートは、アンケート案作成にあたりアンケート実施に考慮すべき項目を整理するために作成したものである。

市民が必要とし、情報市民（団体）が市民に発信したい情報

2017年1月から3月にかけて、調布市では「市民の手による地域情報化」推進に向けた報告書を作成した。報告書の中で市民が必要としている情報についてもアンケートが行われ、現状の把握がなされた。アンケート件数は受信者・発信者を合計して40件程度にとどまったものの、回答内容の特徴や、自由記載部分にあげられた意見は今後活用できるものと考え、アンケート結果と集計を再掲する。

〔内容・概要〕 Web と団体への手渡しによる意見収集

〔時期・期間〕 2017年1月上旬から3月上旬まで

〔体制・役割〕 主管：調布市総務部情報管理課

調査受託：NPO 法人調布市地域情報化コンソーシアム

〔結果〕 アンケートの結果から、現在の地域情報の発信について、より充実を求める意見が多く、中でも情報の分野としては保険・医療・福祉の情報や子育てが多かったものの、基本的にはすべての分野にさらなる情報が必要であると考えられていることが分かった。

〔考察〕

今回の調査では対象において年代、環境、地域等のクロス調査まで至らなかったことから、今後、調布市のオープンデータなどを活用して、多様な市民に調査ができるように調査方法のレベルアップが必要と考えられる。しかしながら、自由記載に寄せられた市民意見としては参考になるものもあり、身近な問題から大きな問題まで、行政の情報を身近なものにしてほしいという要望や、定期的に届く受動的な情報収集の必要性、情報化についての安全性に対する不安など、改善についての取り組みが明確なものがあつたことは有意義だつたと考えられる。

また、情報媒体については定期発行の紙媒体、パソコン上、スマートフォンなどの受信者に合わせた情報発信が必要とされていることが読み取れる。ただし、現在の社会状況から今後PC利用者は減少し続け、スマートフォン、タブレットの利用者が増加していくことを考え、定期発行の紙媒体は残しつつ、スマートフォン、タブレットの対応を積極的に行うことが必要ということについて発信者は検討又は対応を進めていると考えられる。

また、単一分野の情報だけでなく、他の分野にも届くような、横断的なプラットフォームが求められているという意見もあつたことから、団体も活動の発展のために他分野との情報共有やコラボレーションの機会を求めているとも考えられる。

【ヒアリング導入文】

調布市では市民のだれもが、ITの技術を活用して、課題や困難を解決したり、暮らしやすいコミュニティを創出することを目的として、「地域情報化」を推進しています。未来の調布に向けて、皆さんからのご意見を参考にしてさらに「必要な情報が、必要な人に、わかりやすく届く」環境づくりを進めてまいります。皆さんのご協力をよろしくお願いいたします。

Q1.あなたは地域情報が今より充実することが必要だと思いますか？

(はい ・ いいえ ・ どちらでもいい)

Q2.Q1で「はい：地域情報が今より充実することが必要」と回答した方にお聞きします。具体的にどのような情報が、どのような媒体で発信されると機能すると思いますか？

情報の内容

- A. 保健・医療・福祉の情報
- B. 子育て・教育の情報
- C. まちづくりの情報
- D. 観光・文化・スポーツの情報
- E. 産業やしごとの情報
- F. 市政や手続きの情報

情報の媒体

- A. 定期発行の紙情報(市報・ニュースレターなど)
- B. 随時発行の紙情報(チラシ・ポスターなど)
- C. パソコンでのインターネット情報
- D. スマートフォン・タブレットなどでのインターネット情報
- E. 音声での情報(ラジオなど)
- F. 映像での情報(テレビなど)
- G. 口コミなど関わる人から聞く情報

Q3.現在、調布市や地域情報化にかかわる団体が発信している情報は十分だと思いますか？

(思う ・ 思わない ・ わからない)

Q4.あなたは地域情報化の推進のために、市民・行政・教育機関・事業者が協力していく必要があると思いますか？

(思う ・ 思わない ・ わからない)

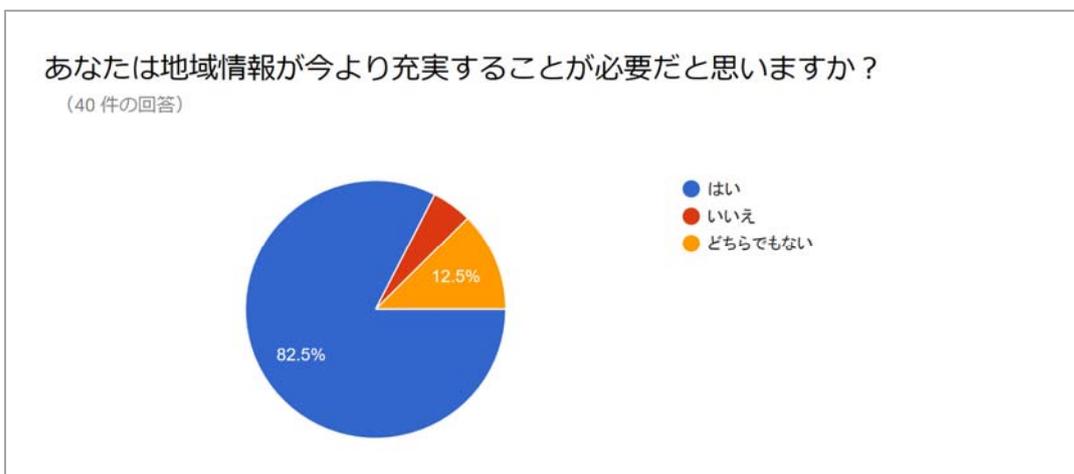
Q5.あなたは地域情報化の推進のために、市民・行政・教育機関・事業者が協力していく取り組みに、参加してみたいと思いますか？

(思う ・ 思わない ・ わからない)

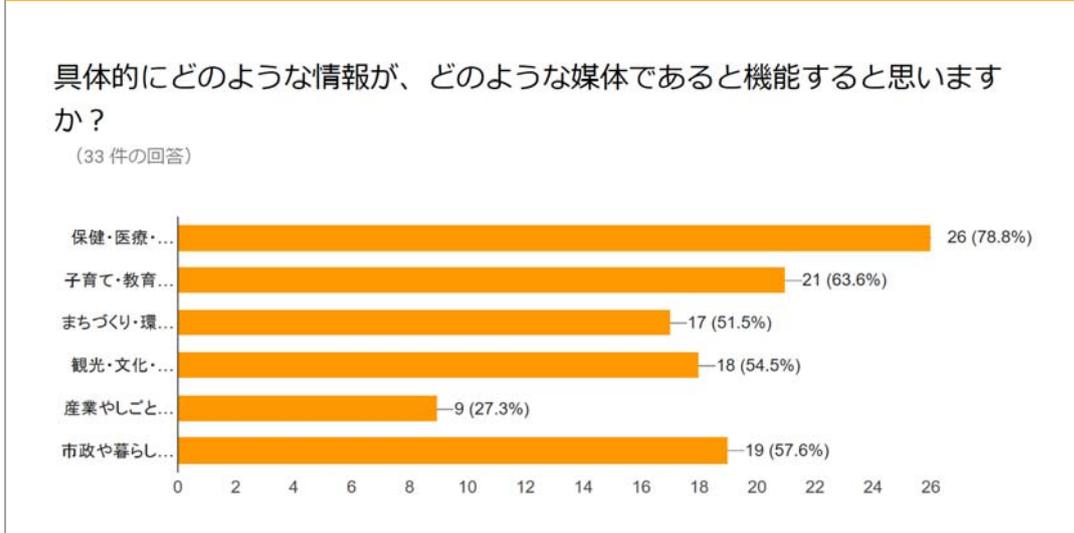
Q6.あなたが考える地域情報化や地域情報化の推進についてのお考えをお聞かせください。(最大 200 文字)

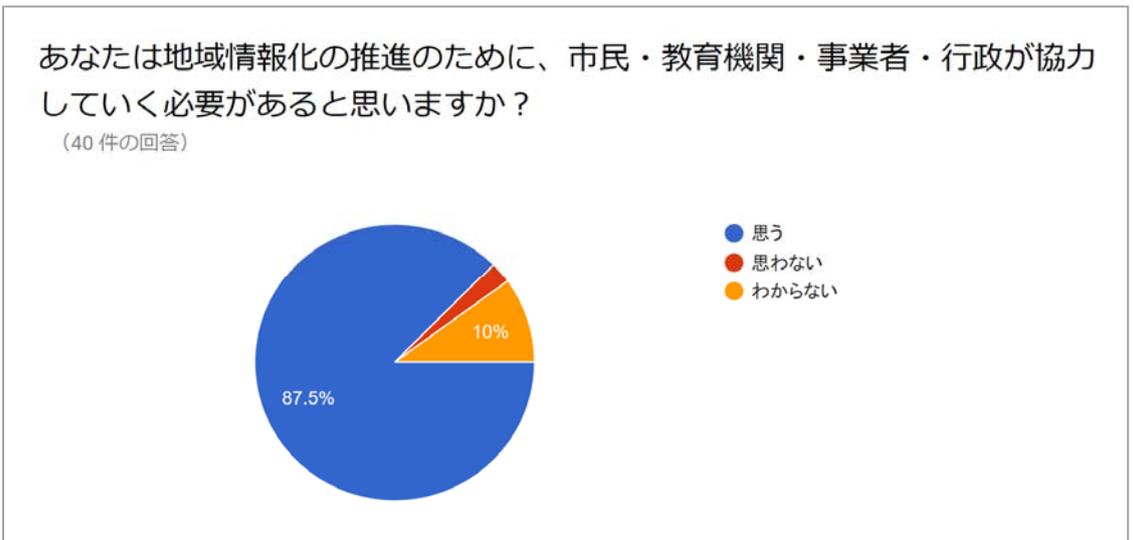
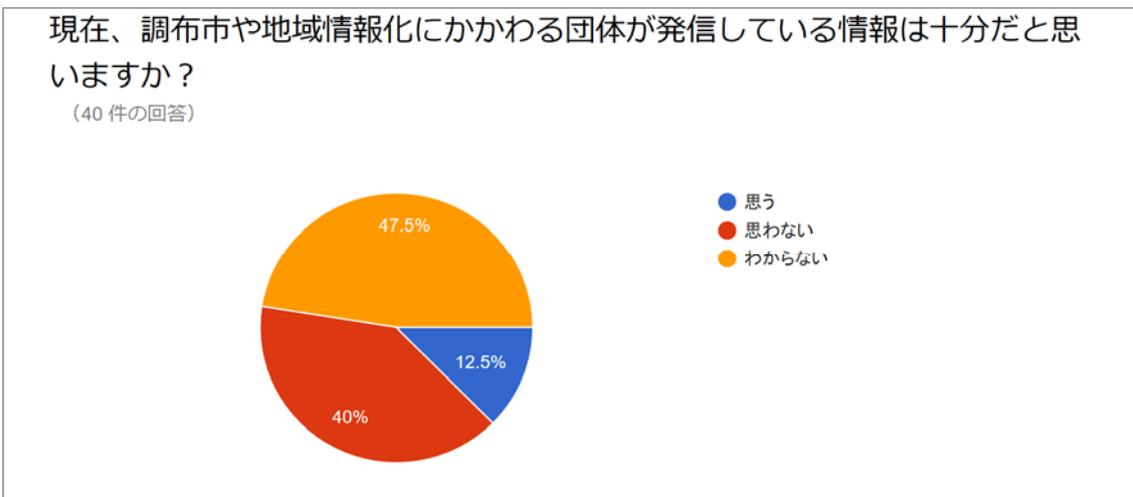
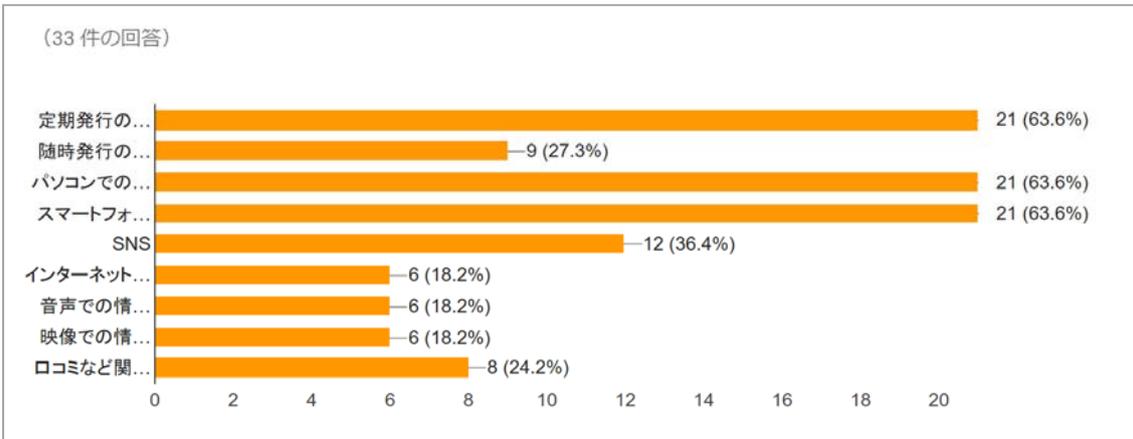
()

〔アンケート結果〕



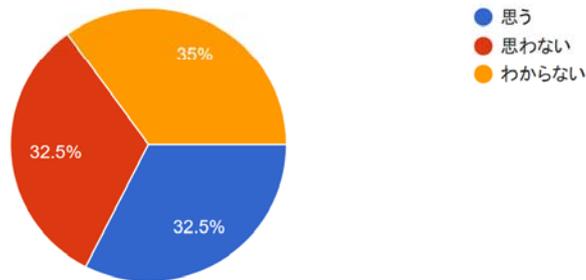
「はい：地域情報が今より充実することが必要」と回答した方にお聞きします。





あなたは地域情報化の推進のために、市民・教育機関・事業者・行政が協力していく取り組みに、参加してみたいと思いますか？

(40件の回答)



あなたが考える地域情報化や地域情報化の推進についてのお考えをお聞かせください。

〔受信者市民の意見〕

- 待機児童や年金などの身近な問題から、豊洲移転問題のような大きな問題まで、行政の情報を身近にすることが問題の定期や解決につながると感じる。
- 定期的なメールマガジンのような物で配信されると、こちらから能動的にサイトや媒体にアクセスしなくても情報が入手できて助かります。
- 地域情報化については賛成ですが、情報の悪用に対する対策をしっかりとやっていただきたいです。
- モバイル端末で地域情報がよりわかりやすく見られるようになると便利だと思う。
- SNSなどを活用して若い世代が使いやすい環境にしてほしいです。
- 調布に関して知りたかった情報をすぐに見つけられるようにしてほしい
- 他市に比べると調布市の情報量は多く、インターネットなどで調べるときに役立っている。様々な媒体を一つにまとめてみるとできれば市内外の人達に最適な情報発信ができるのではないかと思う
- 網羅されていて、常に更新された情報が欲しい

〔発信者市民団体の意見〕

- 市民にメリットのある情報が増えれば、相乗効果となって、関連ツールの活用もより増えていくと思う。
- あまり関心のない若年層にも伝わりやすいよう、ネットやSNSで積極的に情報を伝えることが必要だと思う。
- 地域情報を進める為には利用者側が十分に認知している必要がある。また、発信者側がどこまでの人に情報を知ってほしいのか、「情報」の内容などを照らし合わせ、発信方法を工夫する必要があると思う。

- モバイル端末で地域情報がより届きやすくすることが必要だと思う。
- SNS などの活用を若い世代を巻き込むためにやっていきたい。

大学から発信したい情報について

1. はじめに

調布市は、文化、教育、学術、スポーツなどの分野で援助、協力し相互発展を図ることを目的として、地域の大学（明治大学、桐朋学園、白百合女子大学、東京外国語大学、東京慈恵医科大学、ルーテル学院大学、電気通信大学）と相互友好協力協定を締結している。ここでは、一例として電気通信大学が社会に発信している情報を紹介するとともに、情報発信においての課題について述べる。

2. 大学が発信している情報

電気通信大学には、広報センターがあり、教育研究、産学官連携、社会連携、国際交流などの活動を Web サイトおよび広報誌等を通じて社会に広く紹介している。

- Web サイト
 - 電気通信大学 (<http://www.uec.ac.jp>)

- 広報誌（一部）
 - NAVI of UEC（大学広報誌、季刊）
 - UEC WOMAN（女子生徒向け広報誌、年1回程度発行）
 - 調布電通大どおり（大学広報誌、季刊*）

*：編集・発行：電気通信大学広報センター、調布市行政経営部広報課

3. 発信したい情報と課題

一般市民向けに公開講座、シンポジウムなどの各種イベントを開催しており、大学 Web サイトおよび市報にも情報を掲載している。しかし、市民参加率が十分に高いとは言い難い状況である。市民に向けて広く情報を発信し、参加者を増やすことが課題となっている。

発信したい情報（一例）

- 電気通信大学 100 周年記念イベント
- サイエンスカフェ Chofu
- 社会連携センターシンポジオン
- 公開講座
- 学園祭（調布祭）
- オープンキャンパス

お店（事業者）が市民に発信したい情報

この情報の収集にあたっては、調布市のお店・事業者情報を 2002 年から 15 年以上に渡りインターネットで発信している「ちょうふどっとこむ」（運営：NPO 法人調布市地域情報化コンソーシアム）の複数の担当者にヒアリングを行い、整理した。

発信したい情報は大きく分けて 2 つあり、めったに変わることのない「固定（基本）情報」と頻繁に新しいものが発生する「変動情報」があることがわかった。

〔固定（基本）情報の具体例〕

- ・ 店までの交通アクセスや問い合わせ窓口（連絡先）
- ・ 店舗の外観や内観写真
- ・ 営業内容
- ・ 営業時間や定休日
- ・ 自店の Web サイトやフェイスブックページ、ツイッターなどのアドレス（アカウント）
- ・ 経営理念、経営方針

〔変動情報の具体例〕

- ・ 新メニューや新サービス
- ・ イベント
- ・ 空席情報
- ・ 新規募集や求人

都心のベッドタウンである調布市においては、平日の昼間は都心で勤務し、夜遅くに帰宅、休日は遠くに出かけるかまたはインターネットなどを活用した娯楽などを自宅で楽しむ人も多いのではないかとと思われる。その中で、地域コミュニティが希薄になりつつある現代においては、上記のようなライフスタイルの市民には地域のお店の情報はなかなか届きにくいのが現状である。家から徒歩 5 分の場所で購入可能な商品でもオンラインショッピングで済ませてしまう人も少なからずいるであろう。ただし、そこで購入可能なことがわかっていれば外出をしたかもしれない。

そうした状況においてインターネットでの情報発信は今後益々その重要性を増してくると思われるが、まだまだ苦手意識を持っていたり、面倒に感じる地域の事業者が大多数なようである。固定情報は必須として、いかにして変動する情報、新しい情報を市民に届けられるか、またどのような情報であれば市民が反応してくれるか、個々の事業者の自助努力も

不可欠ではあるが、そうした事業者側からの情報発信をサポートする体制やシステム的な仕組み、市民に情報を届けるための、市民が見たいと思うメディア・媒体の確立が必要と思われる。

デジタルサイネージによる地域の情報提供

1. 背景・必要性

都心部ではデジタルサイネージによる広告映像の放映が駅前等の繁華街で行われている。調布市においては、調布駅地下化に伴い、京王電鉄により駅構内にサイネージの運用が始まったが、地域社会としては、宣伝広告だけではなく、地域情報など生活に関わる情報のやり取りを行える装置の設置普及が、暮らしやすい地域社会の実現のために望まれる。特に行政情報は、市報など印刷紙面の刊行物のポスティング配布や Web サイトでの情報提供がメインである。

住民への情報提供に加え、観光客や今後のスポーツイベントへの来訪客に向けて情報発信をいかに行き、調布の魅力を伝えることが出来るかが、市外からの来客を調布市内に滞留させ、消費行動につなげたり、再来訪につなげる重要なポイントとなる。

2. テーマの内容

サービス提供地域は、京王線各駅の駅前（改札口、ロータリー）、主要なバス停、公園、官公署、市民会館、病院、といった公共施設へのサイネージ設置を基本とする。また、インターネット上でも同様の表示を見れるようインターフェイスを提供する。調布市域内で生活する住民、スポーツ施設や観光地への来訪客に対して、人の性質に応じた情報発信を行う。パネルの場所、対象者の属性認識などにより、表示する内容のカテゴリに重み付けを持たせて、対象に合った情報を届ける。

3. 実施イメージ

サイネージシステムの開発（ハード面、ソフト面）に関して、市内の事業者、ソフトウェアベンダー、機器取扱業者、工事業者、大学などの教育機関、有識者などが連携して、仕様策定やソフトウェア開発、表示装置開発、保守点検や維持管理を市内で行える仕組みで、市内事業者が積極的に参加できるようにする。

また、設置場所の提供者として、行政関係の官公署、公共交通機関、福祉施設、医療機関、学校、などが集まる協議機関を結成し、なるべく設置場所提供者に費用負担を求めない形で効率的に市内にサイネージを普及出来るようにする。

発信する情報は、広告（掲載に広告料を徴収するもの）と、地域情報（無償で掲載するものと、従量料金で低廉な費用を徴収するもの）に大別される。

前者は商業広告を想定しており、表示の規模に合わせて広告料を設定する。地域情報の掲載についても、すべて無償で行う前提ではなく、維持費を確保し継続的な運営を行う観点から、低廉な料金を徴収する。

コンテンツ内容、発信対象に合わせて表示場所や時間帯を選択できるようにする。
また、サイネージにセンサー類（画像認識用カメラ等）を併設することで、各パネルの客層の情報収集を行えるようにする等の工夫を行う。
情報の入力、市内各関係団体がフォーラム形式のものに参加して、投稿を行う。
参加団体以外からの情報は、関係が深い分野の団体が仲介して受け付ける。

観光情報についても、関係諸団体がコンテンツを充実させ、多国語による表示にも対応させることで、外国人観光客に安心して市内回遊してもらえる仕組みを、外国語ガイドの常駐のようなランニングコストをかけずに実現する。

また、デジタルサイネージだけでなく、インターネット経由でのパソコンからの画面出力、地上デジタルテレビ等での表示など、設備コストや工事費をかけずにパネルの数を増やしたり、また、見たいと思った市民が見れるようなインターネット配信も、合わせて導入する。

4. 想定される効果

市内の商業事業者をはじめとして、各機関、団体が積極的に情報を外に出す土台作りを行うことで、地域の活度をアピールすることにつながる。商業ベースの広告でなくとも、地域情報の発信、広報に価値を認める土壌を作ることによって、これまで宣伝費をかけてアピールできていなかった活動にも注目をあつめることが出来るようになり、市民活動なども参加者が増えて活発になると考えられる。

市民にとっても、市報などの刊行物から得られなかった情報が受け取れるようになり、地域の利便性を感じるようになったり、市内での消費が増え経済循環が活発になる。来訪客に、商店情報や観光案内を提供することによって、市内滞留時間が増え、調布の魅力を知ってもらう機会を提供でき、再来訪に繋がる。

大手企業からの大口商業広告獲得によるサイネージの価値向上による話題作りのほか、ディスプレイという性質を活かしてイベントでの活用も期待できる。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p> <p>・2020年からパネル設置を順次着手し、2025年の完成形を目指す</p>	<p>だれが：主体 (who)</p> <p>・調布市地域情報化推進協議会 ・サイネージ開発コンソーシアム ・設置場所の協議機関 ・情報発信の参画団体</p>	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <p>現状では市民への地域情報の伝達手段が市報などの刊行物に限られている。市内主要箇所で情報発信することで、多くの市民・来訪客に届けることができる。</p>
<p>どこで (where)</p> <p>京王線各駅の駅前（改札口、ロータリー）、主要なバス停、公園、官公署、市民会館、病院、といった公共施設</p>	<p>なにを (what)</p> <p>商業広告 地域情報・生活情報・行政情報 観光案内</p>	<p>だれに：対象 (whom)</p> <p>市民（子供から大人まで） 来訪客（市外、外国人） 観光客 高齢者、病院患者といった施設によって特性のある客層</p>
<p>どのように：方法 (how)</p> <p>駅前など主要箇所でのデジタルサイネージによる情報発信</p>	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <p>設置のロケーション・数、情報発信の参画団体の数（出稿数）により左右される</p>	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <p>システム開発コストと、設置コスト（機器・工事と電気代維持費）がかかる。広告収入により運営される。掲載には費用負担を求めめる。</p>

スマートフォン、地域放送、サイネージ等の連携によるプッシュ型情報提供

1. 背景・必要性

パソコン、スマートフォン、タブレット型端末の普及によりインターネット利用率は83%に達している。これにともないインターネットによる情報収集をする機会も増え、あわせてインターネットによる情報発信（Web サイトやメール、等）も増えている。

従来の Web サイト等の情報は、ユーザ自らが目的とする情報を見つけるプル型であったが、近年では、ユーザが必要とする情報を企業側のタイミングで自動的に配信するプッシュ型も増えている。

情報過多の世の中において、プル型方式では必要な情報をユーザが見つかるまでには時間と労力がかかる。また、情報検索に慣れたユーザでなければ目的とする情報を発見することも難しい。よって、ユーザが必要とする情報（お祭り、子育て、地域情報、など）のキーワードを事前登録しておき、あるタイミングでユーザに届けるプル型の情報提供システムが必要であると考えられる。これにより、ユーザは、情報検索の時間と労力が削減されるとともに、必要な情報のみを獲得することができる。さらにイベント情報であれば、イベント直前にリマインド配信することで、参加忘れなども防げる。

2. テーマの内容

地域：調布市全域

対象者：調布市民、在勤、在学者、観光客

仕組み：調布市内のイベント、子育て、地域活動、学校、企業・商店からの情報（広告）等を一括登録し、ユーザにプッシュ配信する。ユーザは、事前に必要情報のキーワードを登録しておき、不必要な情報は受け取らないようにする。

規模：調布市民および調布市に訪れる人全員

実施時期：数年以内（「ちょうふ地域コミュニティサイト（ちょみっと）2017年4月より稼働しているので、プッシュ機能を追加すればよいと考えられる）

3. 実施イメージ

運営主体：NPO 法人 CLIC（ちょみっと運営組織）、調布市、商工会、学校、市民活動団体、市民

コスト：利用料は無料。

開発費は、補助金、調布市予算。

維持費は、広告費および市予算

年齢、性別、職業を問わず多種多様な人々から意見を募り、登録すべき情報や配信のタイミングなどについて検討する。

4. 想定される効果

必要とする人に必要とするタイミングで、情報が提供される。

これにより、イベントであれば興味関心のある人の参加率が上がり、企業広告（安売り、割引セール）であれば、客の誘い込みが可能となる。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p> <p>イベントが開催される前や イベント当日</p>	<p>だれが：主体 (who)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商店主 ・ イベント開催者 ・ 公共機関 ・ 地域活動をしている団体 	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <p>地域の情報を多くの市民および調布に来ている人に伝えるため</p>
<p>どこで (where)</p> <p>市内</p>	<p>なにを (what)</p> <p>イベント情報</p>	<p>だれに：対象 (whom)</p> <p>市民、在勤、在学者</p>
<p>どのように：方法 (how)</p> <p>プッシュ型広告（メール、 FB、ツイッターなどのWeb およびスマートフォンアプリ ケーション）</p>	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <p>スマートフォン、PC 利用者 全体</p>	<p>いくらかで：負担 (how much)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者には無料配信 ・ 運用費等は広告料でカバー

地域の情報紙、放送、イベント等の活用度向上

1. 背景・必要性

調布では現在、住民等を対象にした地域情報紙、地域放送、Web 情報などのメディアがある。また、お祭り、講演会、スポーツ大会などのイベントが開催されている。しかし、これらのメディアやイベントは多くの場合独立に企画されているため、それぞれの潜在性は高いものの、利用度はそれほど十分とは言えず、貴重な情報やイベントが効率的に利用されていないという問題点がある。それぞれのメディアやイベントの企画段階での相互の情報交換や、実施段階での相互の連携を図ることでそれらの周知度をたかめ、それぞれの効果を高め得る可能性がある。そこで、市内のメディアやイベントの関係者が相互に情報を交流し、また連携する環境を構築することによって地域情報やイベントの活用度を高める仕組みを作る。

2. テーマの内容

- ・想定している地域：調布市内を主とするが近隣地域も対象とする。
- ・対象者〔情報の受け手、イベントへの参加者〕：地域の住民、市内勤務者、教育機関の学生及び関係者、商工関係者、行政関係者、ほか
〔メディア、イベントの主催者〕：調布経済新聞、社会教育情報紙「コラボ」、等)、調布 FM、調布市民放送局、J:COM、お祭り、講演会、スポーツ大会、ほか
- ・仕組み：効率的に情報活用度を高める基本的な仕組みとして、①地域に知れ渡る地域ポータル構築と周知、②メディアやイベントの魅力度を相乗的に高めるための相互の連携体制の構築、③情報の受け手やイベント参加者の口コミ効果が生じるキャンペーン等の工夫、④地域の公的機関、教育機関、事業者等の協力によるそれぞれの組織内での周知活動の展開
- ・規模：構築する仕組みのポイントは、メディアやイベントの関係者の連携・協力体制を作ることにより、その関係者は比較的限られている。この協力体制の構築には協議会などの求心力のある場を設ける。
システムの構築としては地域ポータルの構築であるが、ポータル機能を持つ既存のシステムの活用を検討する（場合によっては新規の構築もあり得る）。

3. 実施イメージ

- ・ 運営体制：調布地域情報化推進協議会の下に、本件の実施体制として以下の2つの体制を作る。
 - ・ 地域メディア協力会：情報発信団体が参加
 - ・ 地域イベント協力会：イベント主催団体が参加
- ・ 取組方法：この取り組みに道筋をつけるために調布地域情報化推進協議会において、協力会や地域ポータルの仕組みについて検討する。

4. 想定される効果

この取り組みにより、地域情報の効果的な活用が進むと共にイベントへの参加者が増すことでそれぞれの付加価値が高まり、地域情報や地域活動への関心が高まる相乗効果が期待できる。

また、地域活動の活発な都市として全国的なモデルとなり、調布市の知名度向上に資すること出来る。

6W3H シート [情報の受け手、イベントへの参加者]

<p>いつごろ (when)</p> <p>年度末 (年度計画を立てる前)</p>	<p>だれが：主体 (who)</p> <p>市民活動支援センター、地区協議会、青年会議所、商店街、市役所、社会福祉協議会、ロータリークラブ、ソロプチミストなどの団体や企業</p>	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <p>ラグビーW杯、東京オリパラ等に関連するスポーツイベント、福祉イベントや地域のお祭りなど色々な団体が実施しており、広報も集客にも労力がかかる</p>
<p>どこで (where)</p> <p>市内全域</p>	<p>なにを (what)</p> <p>各団体が実施計画中のイベントやアイデア</p>	<p>だれに：対象 (whom)</p> <p>他の団体や企業</p>
<p>どのように：方法 (how)</p> <p>情報共有できる Web システム等を利用</p>	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <p>市内全域</p>	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <p>運用費は加入団体からの寄付や広告費</p>

6W3H シート [地域の情報誌・放送等]

<p>いつごろ (when)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出来る範囲でなるべく早急に 	<p>だれが：主体 (who)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調布経済新聞、J:COM、調布 FM、調布市民放送局、等 	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の出来事、催し、住民情報、商店情報等の活用による質の高い地域社会の実現
<p>どこで (where)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内全域 	<p>なにを (what)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日々提供されている地域メディアのコンテンツ 	<p>だれに：対象 (whom)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内および近隣の住民、学生・就労者
<p>どのように：方法 (how)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・提供されている地域メディアの広報・普及 ・各メディアの相互連携による相乗効果の発揮 	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内および近隣地域 	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最小限：連携・調整のためのコスト ・キャンペーンのコスト ・利用者は無償

共生社会（市民総活躍）に向けた仕組みの構築

1. 背景・必要性

将来にわたり活力ある都市であり続けるために、だれもがより安心して快適に暮らせるユニバーサルデザインにより、人口構造の変化に対応するまちづくりを総合的に推進することにより、市民総活躍と共生社会を実現していくことが望まれる。

2. テーマの内容

地域：調布市全域

対象者：様々な障がいのある方、高齢の方、子育て・養育中の方々、外国人の方々など、何らかのサポートが必要な方々、さらにサポートする側の方々、調布市内で学ぶ児童・生徒・学生。

仕組み：各種学校（初等、中等、高等）が生涯学習拠点として、特に社会人の再教育を含む地域人材の育成、地域課題の解決に向けた取り組み、地域文化の継承など、地域の知の拠点として地域の活性化に向けた取り組みにおいて、オピニオンリーダー／シンクタンク／コーディネーターとしての機能を十分に発揮するとともに、地域を日本に発信する役割を果たすことに努める。

規模：市内全域の各種学校（初等、中等、高等）

実施時期：2020年オリパラの機運が盛り上がっている機会を活かし、早急を実施する。

目標：将来にわたり活力ある都市であり続けるために、だれもがより安心して快適に暮らせるユニバーサルデザインにより、人口構造の変化に対応するまちづくりを総合的に推進していくこと。さらに、障がい学生を含めた、障がい者支援を実践すること。また、高齢者・単身化による医療・介護ニーズの拡大への対応、住民主体の地域防災の充実などにより、市民生活支援を基調とした安全で安心な暮らしを確保する。

3. 実施イメージ

運営主体：各種学校（初等、中等、高等）、調布市、商工会、市民活動団体、など

4. 想定される効果

少子高齢化の進行と総人口の減少は、まちの活力の低下につながり、特に、生産年齢人口の減少による地域経済の縮小や、老年人口の増加による社会保障関係経費の増加などが懸念される。共生社会（市民総活躍）についてのテーマでの活動は、調布市等と一体となり、このような人口動向を踏まえ、調布市との協働により、『2020年に向けた調布市アクション&レガシープラン2017』『調布市基本計画(まちづくりの基本目標)』『調布市人口ビジョン、

まち・ひと・しごと創生総合戦略』等の視点も取り込み、地域の課題の解決を実践する。

ビジョン実現のため、調布地域情報化推進協議会がリーダーシップを取り、いままでの活動で培われた調布市や各専門分野における多彩な事業連携の基盤を発展させ、その専門性をさらに高め、多くの個人、多様な団体・企業と協働し、ネットワークをさらに広げながら、地域における共生社会（市民総活躍）実現へのセンター機能を充実していく。調布市基本構想（2013～2022年）の「まちの将来像」＝「みんなが笑顔でつながる・ぬくもりと輝きのまち調布」の推進力として機能するための活動を通じて、調布市が日本でもいち早く共生社会（市民総活躍）実現のフロントランナーとなる。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p> <p>・2020年東京オリパラ大会に向けて</p>	<p>だれが：主体 (who)</p> <p>・調布市地域情報化推進協議会 ・調布市相互友好協力協定締結大学 ・各種学校（初等、中等、高等） ・調布市、教育委員会、調布社会福祉協議会、調布市商工会</p>	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <p>将来にわたり活力ある都市であり続けるために、だれもがより安心して快適に暮らせる共生社会の実現、さらにユニバーサルデザインにより、人口構造の変化に対応するまちづくりを総合的に推進していくことが重要である。</p>
<p>どこで (where)</p> <p>市内全域、各種学校（初等、中等、高等）</p>	<p>なにを (what)</p> <p>共生社会の概念、実現へのプロセスを各種学校（初等、中等、高等）が生涯学習拠点として、特に社会人の再教育を含む地域人材の育成、地域課題の解決に向けた取り組み、地域文化の継承などを実施しながら取り組む。</p>	<p>だれに：対象 (whom)</p> <p>・様々な障がいのある方、高齢の方、子育て・養育中の方々、外国人の方々など、何らかのサポートが必要な方々 ・さらに、サポートする側の方々 ・児童、生徒、学生</p>
<p>どのように：方法 (how)</p> <p>各種学校（初等、中等、高等）が生涯学習拠点として、共生社会実現（地域の活性化）に向けた取り組みにおいて、オピニオンリーダー／シンクタンク／コーディネーターとしての機能を十分に発揮するとともに、地域を日本に発信する役割を果たすことに務める。</p>	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <p>・市内全域の各種学校（初等、中等、高等）</p>	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <p>未定（補助金）</p>

市民の情報機器リテラシー支援

1. 背景・必要性

市民が日常生活で関わる情報機器の加速的進歩は、90年代のパソコン普及期から始まり、インターネット時代の到来、そして今日のスマートフォンに代表されるモバイル情報機器の爆発的な普及に至る。そして技術の進歩は今後も加速する。5G通信技術、ARやウェアラブル端末、機械学習による言語インターフェースの進化などが具現化され、今後普及することが予想される。

今日のスマートフォンもうまく使いこなせれば、日常の生活を便利にするが、効率よい活用方法の習得や、故障やトラブル、フィッシングへの対応など、最新情報機器の利用者としてのリテラシーを市民に育てていくことは豊かな地域社会を支える基盤となる。

新しい情報機器への適応は、個人差もあるが、一般的に市民の年齢が高くなればなるほど新しいコンセプトに順応することは難しくなると考えられる。したがって支援方法は、身近に信頼できるアドバイザーの育成など、市民向け講座以外にも様々なアプローチが必要である。

また、すでにニーズに適合した営利ビジネスの展開（例：調布駅前真光書店 B1「パソコン市民 IT 講座」）や、市民活動が運営する教室（例：調布パソコンサークル）もある。既存の情報機器リテラシー支援ビジネスや市民活動との連携により、情報機器リテラシーの体系化を図り、アップデートを定期的に進める体制を整える。また、情報機器リテラシーアドバイザーの育成事業につなげることで、市民全体の情報機器リテラシー度を向上していくことが求められる。

2. テーマの内容

地域：調布市全域

対象者：市民全体

仕組み：各種パソコン学校やパソコンクラブ、締結大学が連携することにより、第1フェーズは最新情報機器リテラシーのカリキュラムを体系化、第2フェーズでアドバイザー人材の育成事業を展開する。

規模：市内全域の各種パソコン学校やパソコンクラブ、中学校、高校、大学と連携。

実施時期：第1フェーズに2年、第2フェーズに3年。

目標：だれもが安心して最新の情報機器を使いこなして快適に暮らせるまちづくりにつなげる。

3. 実施イメージ

運営主体：パソコン学校、パソコンクラブ、教育機関（中等、高等、大学）、調布市、市民活動団体、など

4. 想定される効果

高齢者を含み、情報機器を安心して使いこなす市民が増える。結果、調布全体の情報化活用が促進される。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1フェーズを2年 ・第2フェーズを3年 	<p>だれが：主体 (who)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域情報化推進協議会 ・パソコン学校、パソコンクラブ ・調布市相互友好協力協定締結大学 ・各種学校 (中等、高等) ・調布市、教育委員会 ・総務省 	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <p>今日のスマートフォンもうまく使いこなせれば、日常の生活を便利にするが、効率よい活用方法の習得や、故障やトラブル、フィッシングへの対応など、最新情報機器の利用者としてのリテラシーを市民に育てていくことは豊かな地域社会を支える基盤となる。</p>
<p>どこで (where)</p> <p>市内全域、パソコン学校、パソコンクラブ、教育機関 (中等、高等)、協定締結大学</p>	<p>なにを (what)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存のリテラシー支援ビジネスや市民活動との連携により、情報機器リテラシーの体系化を図り、アップデートを定期的に進める体制を整える。 ・情報機器リテラシーアドバイザーの育成事業 (育成講座＋認定試験) 	<p>だれに：対象 (whom)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パソコン学校、パソコンクラブ、教育機関 (中等、高等) 協定締結大学による情報機器リテラシー協議会。 ・意欲のある社会人、生涯教育の一環として高齢者が情報機器リテラシーアドバイザーとなる。 ・市民全体
<p>どのように：方法 (how)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報機器リテラシー協議会を主体に体系化する。 ・情報機器リテラシーアドバイザー育成講座および認定試験を既存のパソコン学校、パソコンクラブ、協定締結大学を中心に展開。 ・市民全体への情報機器リテラシー講座の展開 	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内全域 ・2年間でリテラシーアドバイザーを200人育成。 	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助金により体系化作業を主導する情報機器リテラシー協議会を運営。 ・受講者負担＋補助金でリテラシーアドバイザー育成講座と認定試験を運営。

商店街の情報化支援

1. 背景・必要性

昨今、商店街の衰退が社会的な課題となっている。店主の高齢化による、商店街組合の役員となりて不足などが直接的な要因である。高齢者が多く、IT化が遅れているのが特徴である。結果、コミュニケーションのために直接店舗を回らなくてはならないため、非効率で役員負担が多くなり、新しい活性化企画等の実現の阻害要因となっている。簡単にアンケートを配り、回収して結果を共有することが出来ない。また、インバウンド需要の対応のため、トリップアドバイザーなどのSNS上でのレビュー・マネジメントの実践も商店街として求められている

2. テーマの内容

地域：調布市の商店街・商工会

対象者：商店街・商工会加入している事業者・店主

仕組み：グループメール、グループFAX、スマートディスプレイを活用したコミュニケーションの効率化、活性化、トリップアドバイザー対応の勉強会

実現時期：5年後位、初期の2年はパイロット事業として1～3の商店街で実施、成果測定。

3. 実施イメージ

運営主体：協議会メンバー、商店街組合、商工会

コスト：利用料：商店街の会費＋補助金

開発：補助金、クラウドファンディング等

維持費：情報提供企業や店舗からの広告費用、補助金等

店主、商店街役員、家族、学識経験者、専門技術者、商工会等により各方面から意見を出し合い、効率よいコミュニケーションの確立、さらに、幅広い技術を統合し、商店街コミュニケーションの取り組みとして、各地域へ広めていく。

4. 想定される効果

店主：今まで以上に商店街としての活動の理解が深まり、協働が増える。インバウンド対応力も高められる。

商店街役員：店主とのコミュニケーションに費やす時間が減り、効率化される。

家族：店主と同じく、商店街の動きが理解でき、方向性のあった活動が増える。

商工会：調布市内で統一されたコミュニケーション基盤があるため、商工会からの発信も店主に届きやすくなる。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p>	<p>だれが：主体 (who) 当事者：商店街の役員とコア会員 受益者：一般会員</p>	<p>なぜ：背景・ニーズ (why) 繋がりが大切な商店街だが、なかなか役員が毎月の集金時に話をして頼み事をするサイクルでは動きが遅く、必要なコミュニケーションが必要な時に取れていない。 インバウンド需要を取り込むためには、旅行 SNS 上のレピュテーション・マネジメントのスキル向上が求められる。</p>
<p>どこで (where) 上布田商栄会 (会員 110 店舗)</p>	<p>なにを (what) 回覧板を部分的に IT 化してみる。 トリップアドバイザー対応の勉強会を開催。</p>	<p>だれに：対象 (whom) 役員とコア会員が活用して、一般会員とコミュニケーションする。</p>
<p>どのように：方法 (how) 1) スマホを使っている会員の数を把握する 2) スマホを使っていない会員には商店街サイトのみ繋がるタブレットを支給する</p>	<p>どのくらい：規模 (how many) 最大 110 店舗にタブレット</p>	<p>いくらで：負担 (how much)</p>

仮想現実 (VR)・拡張現実 (AR) を活用する情報支援

1. 背景・必要性

昨今、各個人が情報を収集する方法は、新聞や広告、雑誌という紙媒体ではなく、インターネット上で収集することが増えている。また、携帯電話は、従来の携帯端末からスマートフォンへ移行したことでパソコンを利用する人も減り、情報を収集する方法として「スマートフォン」を使いインターネットで行うことが主流となっている。

また、SNS 等では、相手の画像がその場に居ても携帯を傾げるだけで 360 度見ることが出来る「360 度カメラ」も普及し始め、個人でも幅広い視点で相手に情報を伝える手段が増えつつある。

さらに、ゲームのみならず、VR 技術を使い、その場にいながら観光が出来るアプリケーションまで出来るほど「その場」にいて多くの情報を得ようとするが増えてきている。

現在、実際に行く前に「事前を知る」「知ってもらう」ことを望む人が増えているように感じている。

今後、よりリアリティーを持った情報提供が利用者のニーズに沿った方法として必要となる。

2. テーマの内容

地域：調布市内全域

対象者：市民、観光客、学生、企業、店舗、等

仕組み：AR や VR を利用した「宣伝」を各企業や店舗にお願いをすることで、顧客を取り入れるための「店舗の内部映像」や「企業 CM」を作成してもらい、スマートフォンや VR グラスの貸出を通して、市内の情報を提供する。

規模：市民、訪れる人全員

実現時期：5 年後位

3. 実施イメージ

運営主体：協議会メンバー、学校関係者、企業、商店会、市民

コスト：利用料：無料

開発：補助金、クラウドファンディング等

維持費：情報提供企業や店舗からの広告費用、補助金等

市民、学生、学識経験者、企業、専門技術者、映像制作会社、商店会等により各方面から意見を出し合い、受信側と発信側のマッチング、さらに、幅広い技術を統合し、調布発信の取り組みとして、各地域へ広めていく。

4. 想定される効果

市民：老人ホームや寝たきりの高齢者の方にとっては、その場で散歩に行けているような気分になれ、気分転換になる。

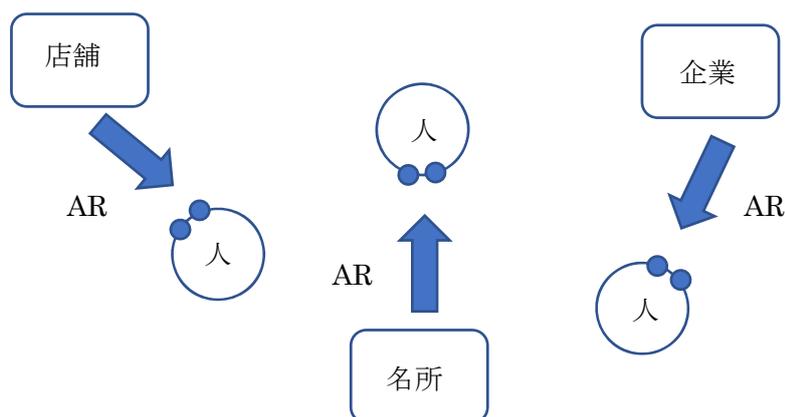
市内の学生：市内企業の情報を知ることができ、市内で働くことを希望する学生が増える

勤務者：休日に参加できるイベント情報の取得、家族で出かける場所を事前に知ることが出来ることで、市内で過ごす家族が増える。

市内事業者：リアリティーをもった事業内用、店舗内の魅力発信、求職者へ広告等による「お客の取り込み」「社員の取り込み」

市内機関：リアリティーを持った情報提供、震災時の避難経路の事前確認、調布市の広報

例示題材：10_【調布市内全域 AR】



深大寺エリアでは、「深大寺歴史文化」をより深く知ってもらうために「深大寺 AR」アプリケーションを使って、スマートフォンをかざすことで、深大寺周辺の季節の変化や、地点ごとの説明が画像や文章で見ることができる。

上記の AR アプリケーションを利用して、名所、店舗、企業 等が、観光客や市民、お客等に知ってもらいたい情報（店舗情報やセールスの情報、等）を発信することができれば、知りたい人へ適切な情報がリアルタイムで伝わるようになる。また、入ってみたいけどビルの中にあり入ることを躊躇してしまう人にとっては、お店の前まで行かなくても、情報を得られることで、目的がある時にお店を選ぶ選択肢が増えるようになる。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p> <p>オリンピック前</p>	<p>だれが：主体 (who)</p> <p>協議会メンバー 若者 市内企業 商店 市内団体 行政</p>	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <p>ビルに入っているお店や気になるけどあまり知らない企業などを知ることができれば、若者の地元企業への就職や、企業にとっても地元の若者を雇用できるチャンスが出来る。</p> <p>また、観光客や市民にとっても、飲食店等の店選びもし易くなると同時に、お店も広報しやすくなる。</p>
<p>どこで (where)</p> <p>調布市内全域</p>	<p>なにを (what)</p> <p>企業の情報収集 AR のカスタマイズ</p>	<p>だれに：対象 (whom)</p> <p>市民 (学生～主婦・会社員層) 観光客</p>
<p>どのように：方法 (how)</p> <p>AR アプリ</p>	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <p>調布駅前から始まり、市内全域に広げていく</p>	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <p>9,000,000 程度</p>

地域の防災・減災・防犯情報の伝達

1. 背景・必要性

防災・減災・防犯情報の伝達は行政の基本的業務の一つであり、地域に対しては各市町村の責任で行われ、広域に対しては国や都道府県の責任で行われている。しかし、地域の防災・減災・防犯情報の伝達は、即時性情報は防災行政無線、調布 FM が担い、即時性を必要としない情報は市報や町内会回覧板などで行われているが、これら既存のメディアでは十分な情報伝達が行われているとは言えない。例えば、防災行政無線は屋外スピーカに頼っているため、密閉された建物内や、風雨の激しい時にはアナウンス音の聞き取りが困難である。また、スピーカに近い住民には音害を与えているという問題もある。調布 FM の視聴率は高くない。市報や回覧板も十分機能しているとは言えない。

そのため、既存のメディアに加えて新技術を用いることで、重要な情報が市内の全員に伝達される総合的な情報伝達システムを検討し実現する必要がある。また、その運用において継続的に効用を高める方法の検討や防災訓練の充実を図るために、住民の協力体制を構築する必要がある。

2. テーマの内容

- ・想定している地域：調布市内
- ・対象者〔情報の受け手〕：市内の住民、市内を職場とする勤務者、市内の教育機関で学ぶ学生、および市内への一時的滞在者を含む全員
〔情報伝達システムの構築・運用〕：調布市役所、警察、消防等の市内の防災・減災・防犯の関係者
- ・対象者〔情報収集・伝達の協力者〕：市内の町内会、商店会、および市内の防災・減災・防犯情報に関わりを持つ団体の関係者
- ・仕組み：以下のそれぞれを実現し、それらの仕組みを連携させることによって、総合的な効果を発揮させる。
 - ① 防災行政無線のデジタル化を契機に、その運用を調布 FM と連携させると共に、これらを全ての住民が受信可能となるよう、防災行政無線の個別受信と FM ラジオを組み合わせた受信環境を整える。
 - ② 災害時に対策本部と町内の避難所などの拠点間の通信を確保するために、普及が進んでいるデジタル簡易無線などを活用する。
 - ③ 防災・減災・防犯に関わる即時性を必要としない情報の伝達手段として、普及が進んでいるメール、Web および SNS の活用を図る。
 - ④ 日常的に防犯や危険個所の除去などに必要な情報や、災害時に市内の被害状況などを伝達する市民の協力体制を構築する。

- ・規模： 防災・減災・防犯情報の伝達は最も重要な社会機能であることから、市内全域を対象とし、全ての世帯・拠点および全ての住民・滞在者を対象とする。その規模は次の通りである。

防災・減災・防犯情報の伝達対象とその規模

2018年1月1日現在

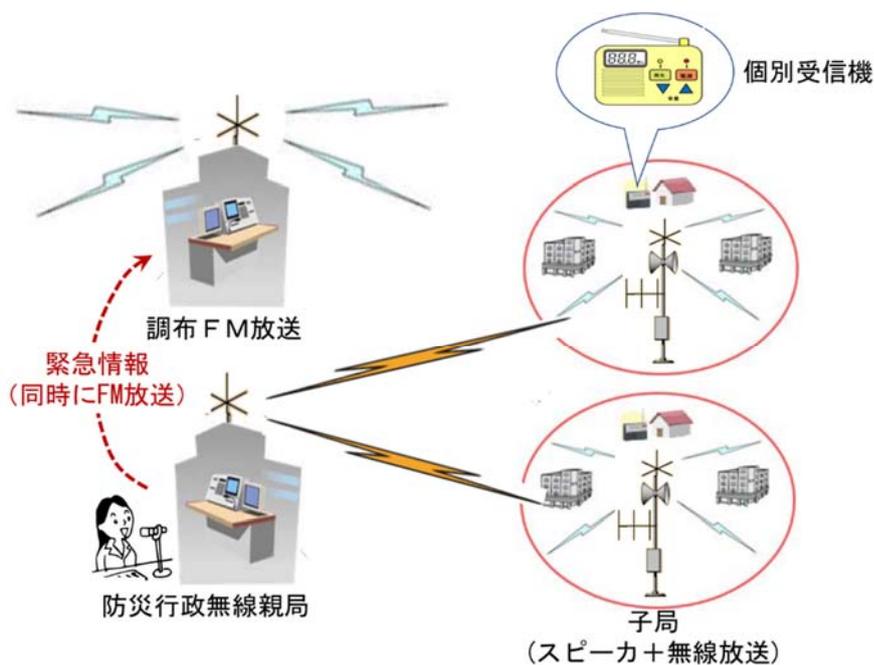
		対象世帯・拠点数	対象人口
住宅世帯		117,099	232,473
事業所		約 6,800	約 30,000 *
教育機関	大学 4 高等学校 5 中学校 10 小学校 22 幼稚園・保育所等 98 特別支援学校 1	140	約 30,000 *
病院・診療所		126	
公共施設	事務所 9 文化施設 3 社会教育施設 44 社会福祉施設 12 老人福祉施設 12 体育施設 25 防災施設 18 コミュニティ施設 27	150	
合 計		約 124,300	約 300,000 *

*印は推定値

3. 実施イメージ

防災行政無線のデジタル化を契機に構築する全世帯・全員への緊急情報を伝達するシステムのイメージを以下に示す。各世帯・事業所等は個別受信機によって確実に受信できるようにすると共に、重要な緊急情報については調布FMでも同時に放送することによりFMラジオでも受信可能とする。屋外の歩行者等へは既存のスピーカによる情報伝達となるが、これらにより情報伝達の信頼性を高める。

総合的な緊急情報伝達システム



これらのシステムの構築経費については、総務省等に提案して国の先進的システムの開発プロジェクトあるいは実証実験に採用されるよう働きかける。

日頃の地域の防犯や危険箇所除去のための情報伝達は、既存の防犯パトロールに加えて一般市民が気が付いた地域情報をメール・SNS等によりワンストップで収集するシステムを稼働させる。そのようにして収集した情報は、Web等により広く見える化する。

4. 想定される波及効果

市内の全ての住民・滞在者に緊急情報が確実に伝達される環境が出来上がると、日常的にはそれを各種の地域情報を伝えることに活用できることから、町内会や商店会などのコミュニティ内メディアとなることから、コミュニティの情報共有に有効な手段となる。

6W3H シート

<p>いつごろ (when)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出来る範囲でなるべく早急に 	<p>だれが：主体 (who)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一義的には行政 ・ボトムアップ情報は、住民、地域の学生・就労者 	<p>なぜ：背景・ニーズ (why)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災環境は地域の最重要課題 ・防災無線は古くて不十分 ・町内会経由は不完全
<p>どこで (where)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内全域 	<p>なにを (what)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・避難指示・勧告・準備 ・風雨水害火災等の情報 ・防犯情報 ・地域の危険・不審情報 	<p>だれに：対象 (whom)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一義的には行政から市民へ ・市民通報は行政へ
<p>どのように：方法 (how)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災無線に代わる新システム (TV・ラジオ・スマートフォン) ・防災用 Web システム ・電話・メール ・見守り (カメラ・ビークン) 	<p>どのくらい：規模 (how many)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全市民 	<p>いくらで：負担 (how much)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民へは無償 ・行政の導入・運用コストは導入システムに依存

第3章 調布地域情報化推進協議会の在り方

3-1

これまでの経緯

調布地域情報化推進協議会は、「調布市における市民・市民団体・事業者・教育機関・公共機関等が連携・協力して情報通信技術を活用する地域活動の活性化・高度化を図り、「みんなが笑顔でつながる・ぬくもりと輝きのまち調布」の発展に寄与すること」を目的とし、情報に関わる市民等の交流や地域活動を通して調布地域の発展を図る団体である。

2013年3月に調布市が発行した「調布市の地域情報化 これまでとこれから」で「地域情報化を推進するための仕組 ～誰もが参加できる議論の『場』の設置～」として紹介されている通り、調布地域情報化推進協議会は、市民、事業者、教育機関等が今後の地域情報化について自由に議論する「場」として情報提供、意見交換を行う場として存在し、数回の市民参加型で協議会を実施した後、現在は幹事会として今後の活動をより機能させるための「協議会の在り方」を明確に、現実に即したものとするための取り組みを行っている。

本章では、この「調布地域情報化推進協議会の在り方」について、設立の背景・経緯から明確にすることで今後、より多くの市民が参加できる「議論の場」とすることを目的とする。

3-2

今後の調布地域情報化推進協議会の運営の方向性

2004年3月の地域情報化基本計画策定後、進められてきた「市民の手による」地域情報化は進められる中、地域情報化をより多くの市民や、多様なセクターと共に進めるために行政と地域情報化に関連する団体をつなぐ役割として誰もが自由に参加し、今後の地域情報化について議論できる「場」として調布地域情報化推進協議会が必要とされ、2016年3月に設立され、数回の市民向けの事業後、幹事会を行っている。

現在、調布市役所内では、地域情報化推進連絡会議を設置し、地域情報化推進のために、関係各課と情報交換を行う場を設けているが、この推進会議の市民側のパートナーとしてもこの協議会が認められている。

この調布地域情報化推進協議会の原案である「議論の『場』」は、「これからの『まちおこし』を担う若者と地域と団体の『人おこし』をITの力を活用して行うことで『みんなでつくる調布の未来』の実現に寄与する。」を設立趣旨としている。

活動のイメージとしては、市内の在学・在住・在勤の活動者がITを活用した企画を議論

の場において提案し、実現方法について検討を行う。議論の場での検討結果を受けて参加するメンバーは、関係・所属する団体の協力を調整・実行することで実施に貢献する。

この協議会が地域で機能するために重要なのが、協議会は「教える」「評価する」「審判する」場ではなく、「一緒に挑戦する」「互いに認め合う」「受益者の満足で測る」場であると考える。

「教える」の場合、協議会のメンバー又は招聘講師が知っていること以外は伝えられないこと、変化の激しい現代社会の中で、教えたことがその時点で正しかったとしても、未来においてそれが有効かどうかは不明である。

それに対し、「一緒に挑戦する」場合は、互いの強みを出し合いながら、チャレンジし続けるということであり、それぞれの分野で入手した情報を活用しながら新しいものを創り出すことができる。

「評価」の場合は上下関係が生じ、評価されることが目的になったり、評価する側の観点が「評価できる分野」に絞られてしまう可能性がある。

「互いに認め合う」場合は上下関係ではなく、互いをフォローしあって活動を進める対等な関係性が生じ、上下関係や依存関係は生まれにくい。

「審判(ジャッジ)する」場合は、相手を「合っている、間違っている」「良い、悪い」や「方針に沿っている、それている」など、上下関係から評価することになり、相手に自主性や創造性は生まれにくい。「受益者の満足で測る」場合は、一番重要なことはその活動による受益者に対する結果と影響であることから、協議会と提案者は上下、評価、審判をされる関係でなくチャレンジを共にするパートナーの位置づけとなる。

この協議会が機能する「市民の手による地域情報化」は全国の中でも稀有なものであり、さらに今後、各団体の自発的な拡大・発展を見込めるものだと考えられる。そしてこの流れを停滞させないためにも、オープンデータの活用や、他地域の事例の積極的な吸収が必要である。

地域情報化についての議論の「場」イメージ

【設立趣旨】

これからの街おこしを担う若者と地域と団体の人おこしをITの力を活用して行うことで「みんなで作る調布の未来」の実現に寄与する。



そして「情報化」という観点から、距離や時間・共有といった ICT が解決できる要素を障害とせず、むしろさらにブレイクスルーやイノベーションを生むきっかけとして市民・教育機関・事業者・行政が取り組むことで、「必要な情報が、必要な人に、わかりやすく届く」人に優しい地域社会の実現に寄与するものと考えられる。

今後は、今までの市民の手による地域情報化を、より多様な市民とともに進めていくために、「調布地域情報化推進協議会」の活動をより発展させ、行政のパートナーとして市内の NPO や地域団体も協力しながら「必要な情報が、必要な人に、わかりやすく届く」ための活動を続けていくことが重要である。

調布における「市民の手による地域情報化」推進に向け、今までに述べた状況を踏まえ、日本全国で進んでいる「総働・共創」を進め、調布市に最適な解決方法を民学産官で生み出すことができる「コレクティブインパクト」を生み出す礎となることを、調布地域情報化推進協議会の在り方として位置付けることも必要である。

発行：特定非営利活動法人調布市地域情報化コンソーシアム(CLIC)

調査・執筆：調布地域情報化推進協議会

編集・校正：非営利型株式会社 Polaris（一部執筆）

調布地域情報化推進協議会 執筆者（五十音順）

荒川 克成

南條 勉

平澤 和哉

三木 哲也

水戸 和幸

峯水 延浩

横山 泰治

事務局：大前勝巳