

# 令和元年度 地域情報化推進調査報告書

～ 市民団体がもっとうまく情報発信できるようになるには ～

「ソーシャルメディア」と「調布の地域メディア」の

有効活用に向けた考察

特定非営利活動法人

調布市地域情報化コンソーシアム

令和2年3月

## 目 次

まえがき	1
第1章 市民団体の情報発信の現状と課題	
1-1 アンケート結果	2
1-2 アンケート結果についての考察と今後のテーマ	5
第2章 「情報通信白書」から見る、SNSの可能性について	
2-1 年齢階層別インターネット利用の目的・用途とSNSの利用時間	6
2-2 主なSNS系サービスの利用率	9
2-3 市民団体における情報発信ツールとしてのSNS系サービスの利用法	11
第3章 地域メディアについて	
3-1 協議の経緯	13
3-2 「地域メディア」について	14
3-3 「地域メディアのあるべき関係性」について	14
3-4 市民団体にとって必要な「影響力のある地域メディア」を作るには	15
第4章 市民団体がもっとうまく情報発信できるようになるには	
4-1 市民が必要とし、市民（団体）が市民に発信したい情報	16
第5章 付録1:佐久間智之氏 講演会概要	18
付録2:来場者アンケート	21
付録3:今年度開催した意見交換会	24

## まえがき

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」を目的としています。具体的には、ICTと地域情報を有効に活用して市民生活の利便性向上や市民活動・地域活動の発展を促進し、調布市を一層住み良い街とすることを目指しています。

当協議会は発足以来この目標に向けた試みとして、2016年度はオリンピック・パラリンピックに向けた活動を盛り上げるねらいで「調布アイディアソン・ハッカソン（2016年11月12～13日）」、および調布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）」を開催しました。2017年度には、地域情報化の基礎的な動向調査を行い社会の情報化の実態を明らかにすると共に、デジタルサイネージの現状と課題を調査し、ICTの発展・普及が急速に進んでいることを考慮して市民の地域情報化への関心を把握するアンケートを検討し、2018年度にアンケート調査を実施して回答を分析しました。

このアンケート調査の結果、防災・医療・介護、子育てなどの情報に高い関心と要求があること、次いで地域のイベントや生活環境に関する情報、さらに教育・スポーツやNPOやサークルなどの地域活動に関する情報への関心が高いことが分かりました。そのため、2019年度はこれらの地域情報が有効に活用されるための問題点や課題を検討し、情報の効果的な発信方法やユーザを十分意識したメディアの在り方の課題をまず取り上げる必要があるとの結論に至りました。特に効果的な情報発信の課題は、多くの地域に共通する課題であり、その解決の参考になる事例も少なからずあることが分かりました。そのような好事例の全国的なモデルとなっている、埼玉県三芳町の広報誌作成を長年手掛けてきた佐久間智之氏を講師とする講演会を企画し、2020年1月30日に実施しました。

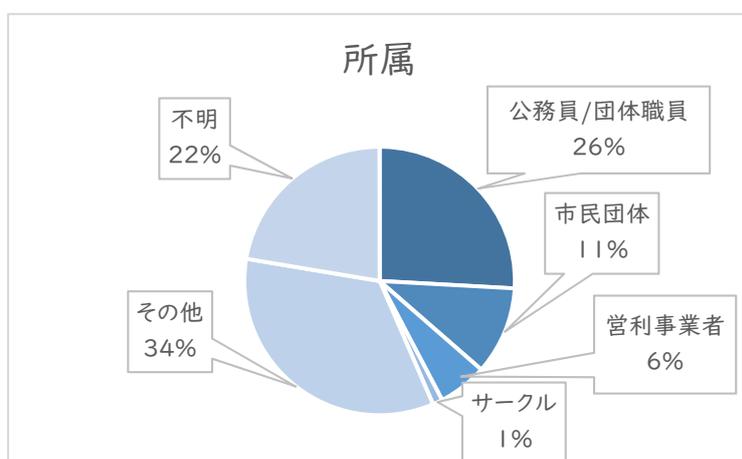
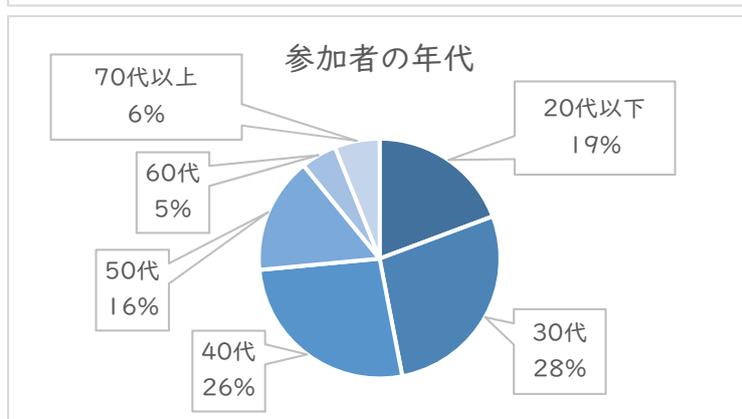
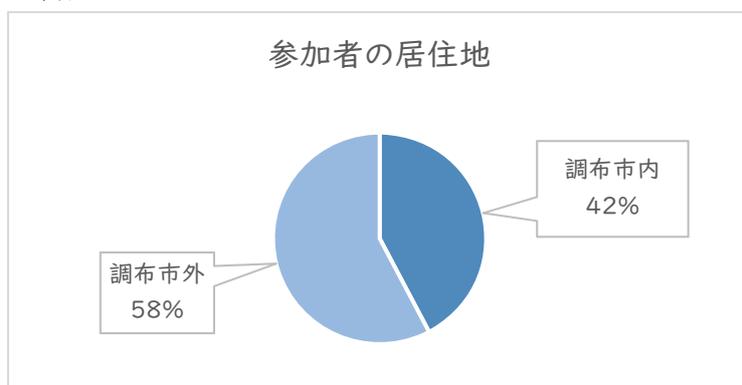
これらの課題検討と講演会の要約とアンケート分析、および次年度に行うべき活動を検討した内容を、市民側の実行団体として設立されたNPO法人調布市地域情報化コンソーシアムが事務局となり報告書として取りまとめました。

## 第1章 市民団体の情報発信の現状と課題

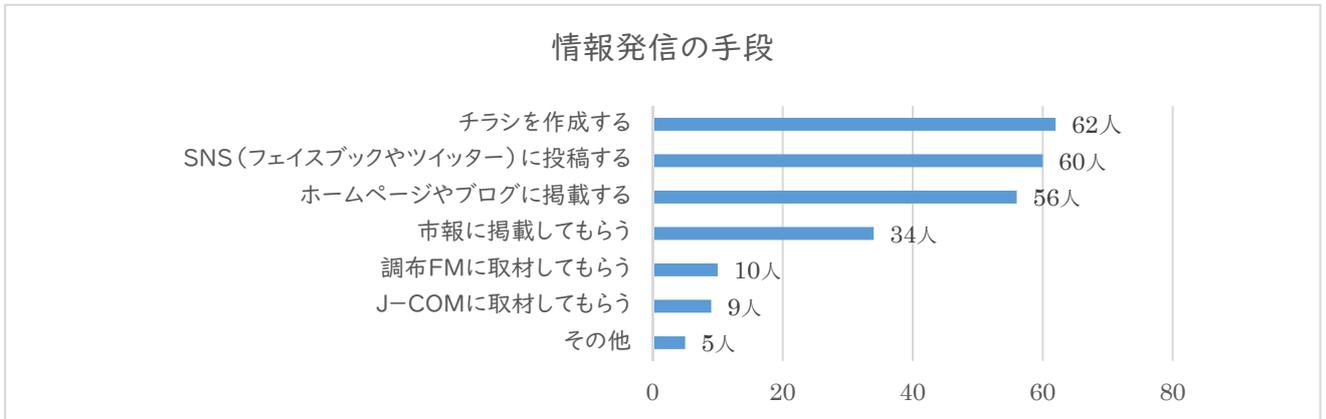
この章では2020年1月30日に開催した「佐久間智之氏講演会 伝わるデザインと情報発信の極意」に参加された方に対して行ったアンケートの結果を掲載するとともにその結果から、情報発信についての課題とその改善策として考えられているものをまとめ、当協議会としてどのようなことができるかを考察します。

### 1-1 アンケート結果

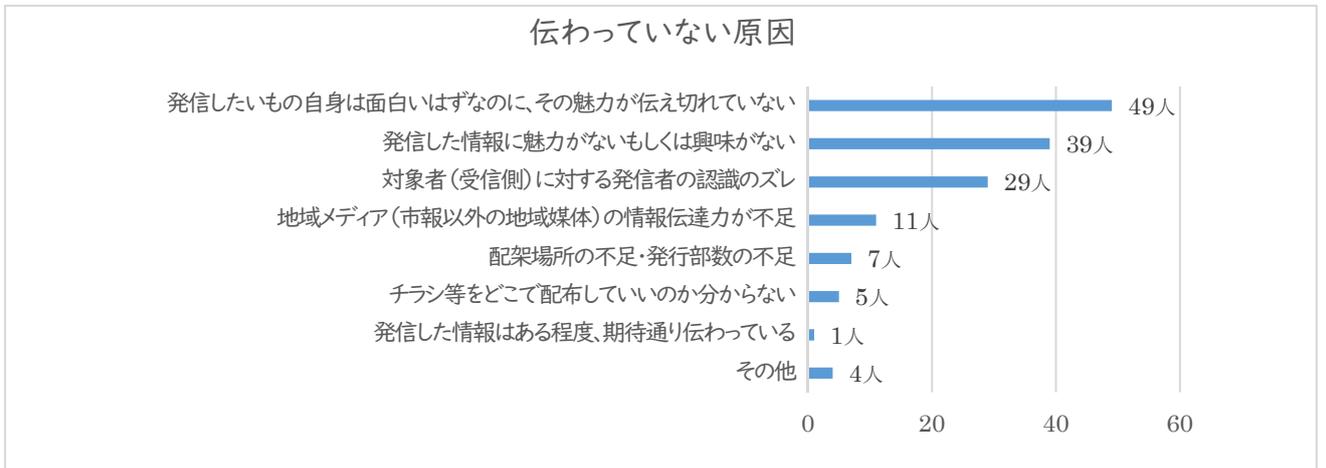
<属性>



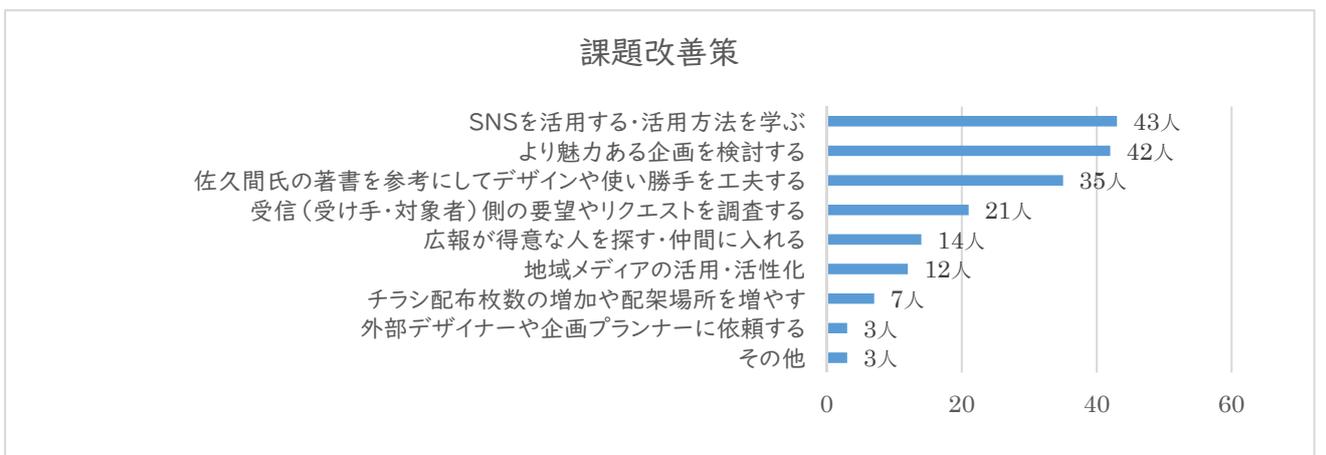
<情報発信の手段> ※複数回答



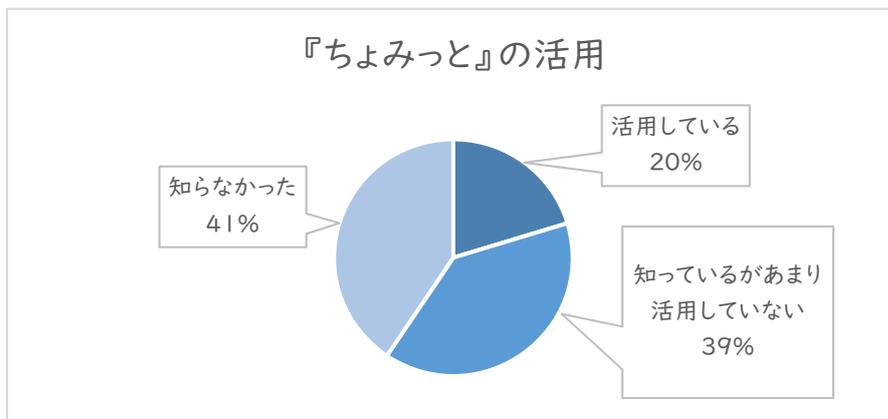
<伝わっていない原因> ※複数回答



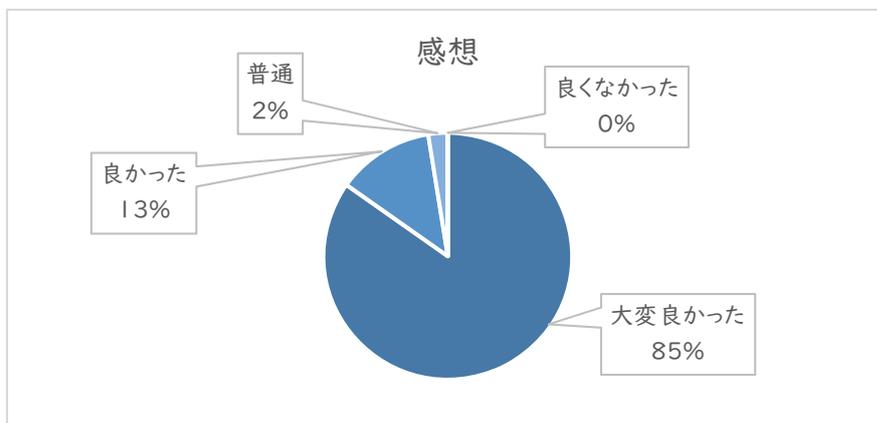
<課題に対する改善策> ※複数回答



<ちょうふ地域コミュニティーサイト『ちょみっと』の活用>



<イベントの感想>



## 1-2 アンケート結果についての考察と今後のテーマ

1-1 のアンケート結果から、情報が伝わらない原因に対する解決策として考えられていること、および、そのために当協議会で実施できそうな施策を3点にまとめてみました。

	情報が伝わらない課題への解決策としてアンケートで多くあがったもの	協議会で実施できそうなアクション
1	魅力ある企画立案	魅力のある企画を立てるための考え方として、菅野夕霧様セミナー（「ヤフトピックスを狙え」の著者）
2	より伝わる、紙媒体作成	佐久間様セミナーを再度開催 →もっと長時間のもの。
3	ソーシャルメディアの活用	専門家によるセミナー

一方、「地域メディア」は情報伝達力が弱いことも指摘されており、課題の解決策として大きくは期待されていないこともわかりました。それを受けて、地域メディアに関しての市民調査をする必要性も考えられます。

4	（調布の）地域メディアはどうすれば市民から期待されるメディアになれるか	調布の地域メディアの認知度・活用度などに関する実態調査
---	-------------------------------------	-----------------------------

## 第2章 「情報通信白書」から見る、ソーシャルメディアの可能性について

この章では、第1章のアンケート結果で、情報伝達の改善策の1つとしてあげられた「ソーシャルメディア」に注目し、令和元年度版「情報通信白書」から、その利用実態などを調査し、市民団体が情報発信ツールとしてソーシャルメディアなどを活用する際の課題などをまとめてみました。

### 2-1 年齢階層別インターネット利用の目的・用途とソーシャルメディアの利用時間

図2-①を見ると、市民団体の情報発信に活用可能と思われるサービスでは、「電子メールの送受信」が各年代において、高い数値を示しているほか、「50～59歳」以下の各年代において「ソーシャルネットワーキングサービスの利用」と「動画投稿・共有サイトの利用」が多くなっているのがわかります。また、「13歳～19歳」を除く、すべての年代で「ニュースサイトの利用」が多いのも読み取れます。図2-②では、「80歳以上」を除く、すべての年代でSNSの利用率が増えていることもわかります。

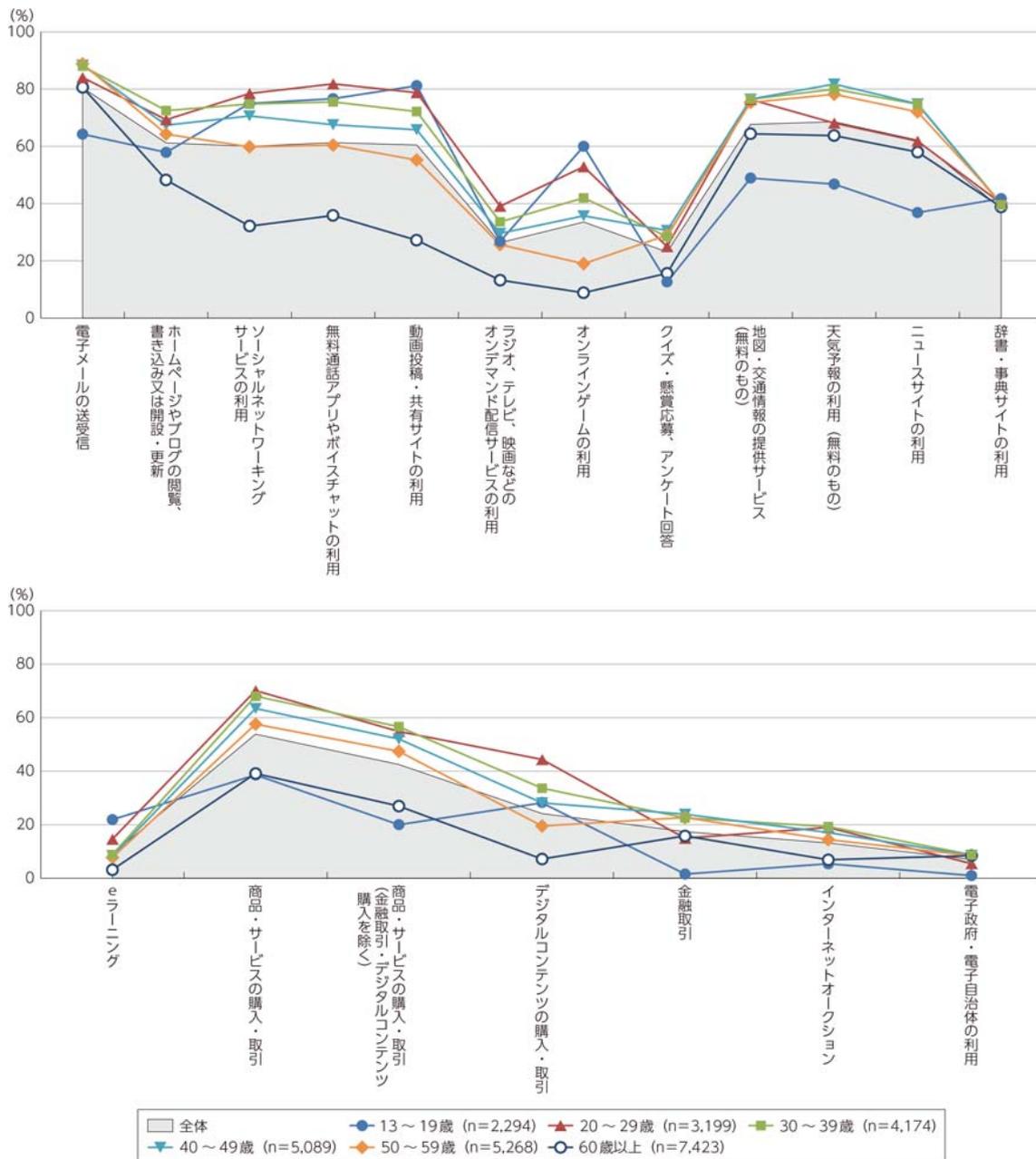


図 2-① 年齢階層別インターネット利用目的・用途 (令和元年度情報通信白書)

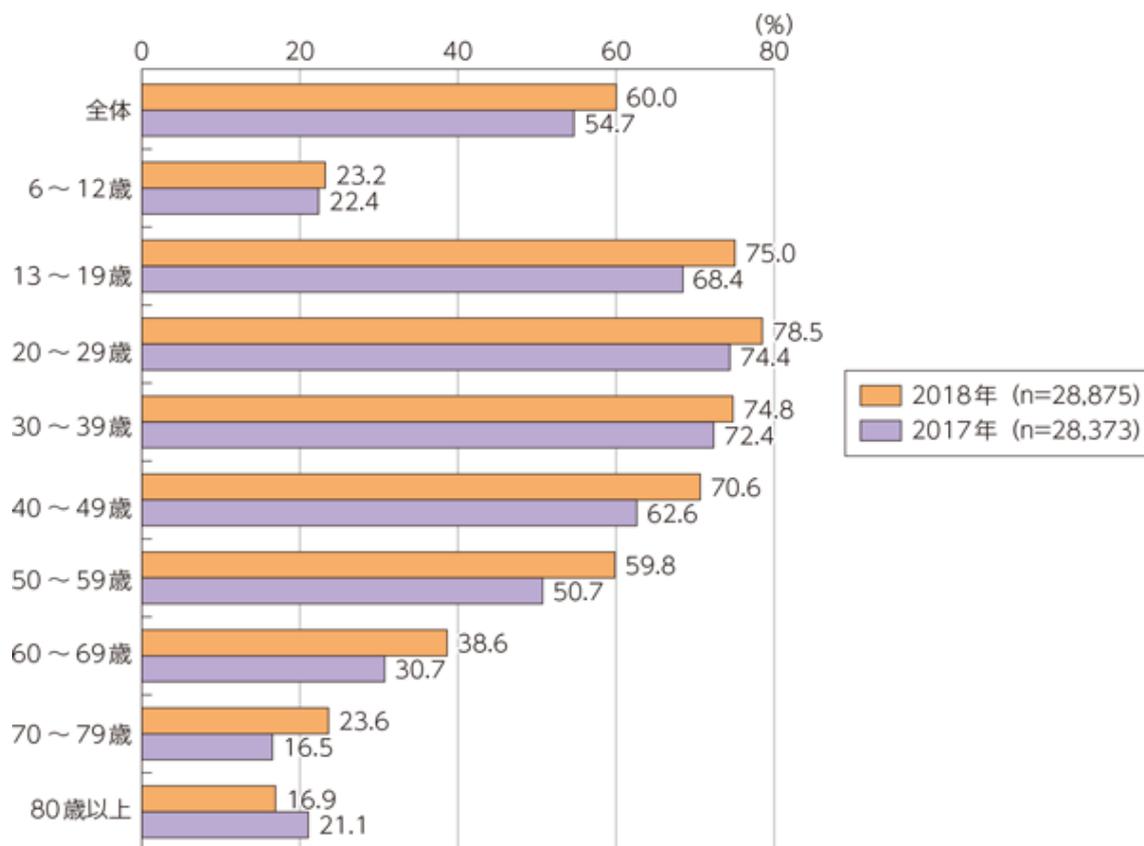


図 2-② 年齢階層別 SNS の利用状況（令和元年度情報通信白書）

また、図 2-③からは、10 代のソーシャルメディアの行為者率が減少、20 代では行為者率だけでなく利用時間もそれまでの増加傾向から減少に転じていることがわかります。30 代以降の各年代においては休日では利用時間、行為者率も概ね一貫して増加傾向にあります。

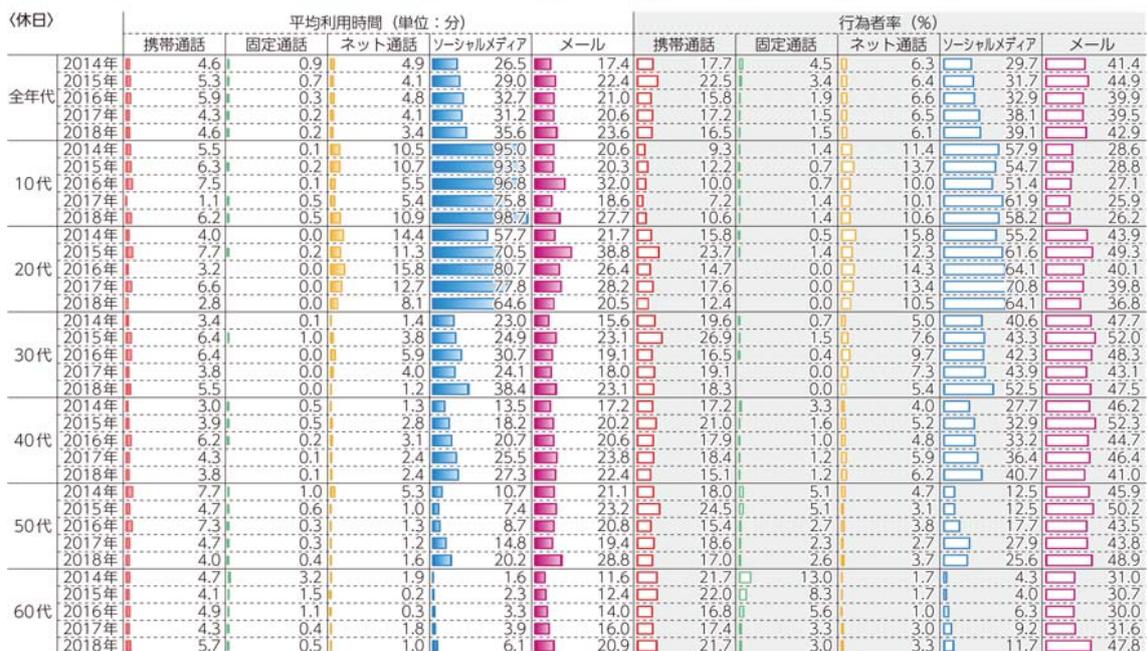
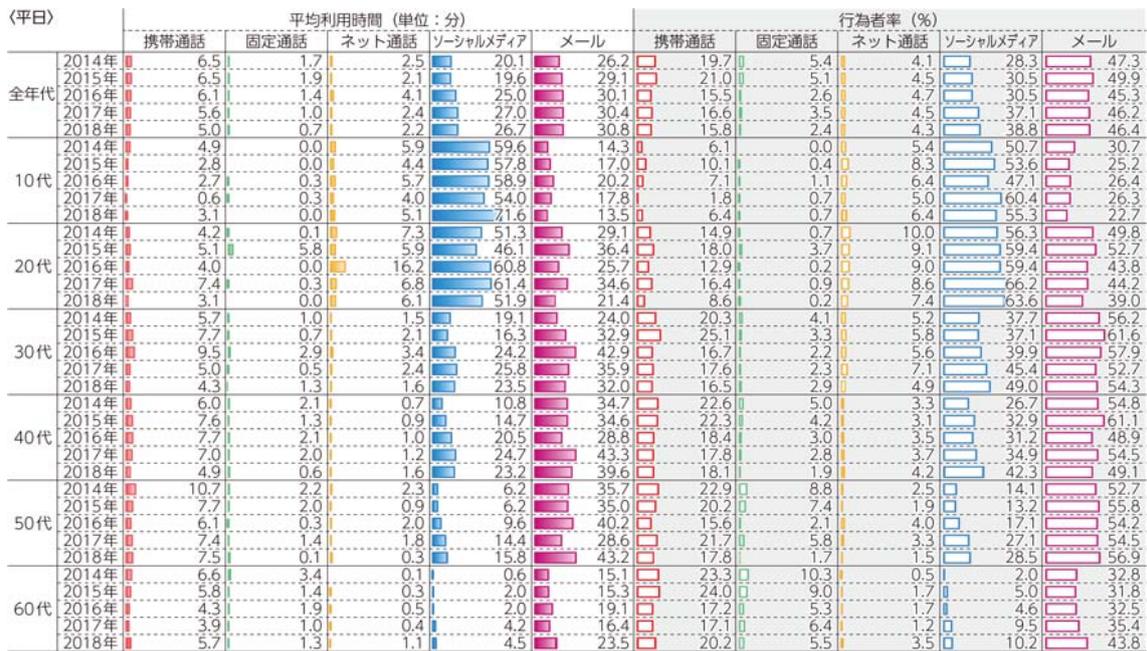


図 2-③ 主なコミュニケーション手段の利用時間と行為者率 (令和元年度情報通信白書)

## 2-2 主なソーシャルメディア系サービスの利用率

図 2-④では、すべての年代でLINE の利用率が最も高いのがわかります。また、図 2-⑤と ⑥では、年代が上がるほど新聞の利用率が高い傾向にありますが、利用率は減少傾向にあ

ります。一方、ポータルサイトによるニュース配信（Yahoo!ニュース、Google ニュース等）の利用率は10代～40代で紙の新聞を上回っており、全体平均においても男女ともに最も利用率が高いことが読み取れます。また男女別に見ると、ソーシャルメディアによるニュース配信（LINE NEWS等）のみ、女性の利用率が男性より高くなっています。

	全年代(N=1500)	10代(N=141)	20代(N=209)	30代(N=257)	40代(N=324)	50代(N=270)	60代(N=299)	男性(N=757)	女性(N=743)
LINE	82.3%	88.7%	98.1%	93.4%	87.7%	82.6%	52.8%	79.0%	85.7%
Twitter	37.3%	66.7%	76.1%	41.6%	34.0%	23.0%	9.0%	37.5%	37.0%
Facebook	32.8%	17.0%	47.4%	49.8%	36.7%	29.3%	14.4%	32.8%	32.8%
Instagram	35.5%	58.2%	63.2%	44.0%	35.8%	24.4%	8.0%	28.4%	42.8%
mixi	4.5%	2.8%	9.1%	5.4%	5.6%	2.6%	1.7%	5.2%	3.8%
GREE	2.0%	3.5%	4.3%	2.7%	1.5%	1.5%	0.0%	2.4%	1.6%
Mobage	4.0%	7.8%	7.2%	4.3%	3.7%	3.7%	0.3%	6.2%	1.7%
Snapchat	2.0%	5.7%	7.7%	0.8%	0.3%	0.7%	0.3%	1.8%	2.2%
TikTok	10.3%	39.0%	21.1%	7.8%	6.5%	4.8%	0.3%	9.0%	11.6%
YouTube	75.7%	91.5%	92.8%	88.7%	81.8%	73.3%	40.5%	77.0%	74.3%
ニコニコ動画	16.7%	31.2%	35.4%	16.0%	13.6%	11.1%	6.0%	20.3%	13.1%

図2-④ 平成30年度 主なソーシャルメディア系サービス等の利用率  
(平成30年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査)

	紙の新聞	新聞社の有料 ニュースサイト	新聞社の無料 ニュースサイト	ポータルサイト によるニュース配信	ソーシャルメディア によるニュース配信	キュレーション サービス	いずれの方法でも 読んでいない
全年代(N=1500)	50.7%	2.5%	12.4%	66.3%	38.7%	16.0%	7.2%
10代(N=141)	16.3%	1.4%	7.1%	43.3%	56.0%	12.1%	25.5%
20代(N=209)	23.0%	2.4%	9.6%	64.1%	56.9%	13.4%	10.0%
30代(N=257)	31.9%	2.3%	11.3%	78.6%	47.1%	17.9%	5.8%
40代(N=324)	50.9%	2.5%	16.4%	78.7%	42.3%	18.8%	4.0%
50代(N=270)	73.3%	4.1%	15.6%	73.7%	30.0%	18.5%	2.2%
60代(N=299)	81.9%	2.0%	10.7%	47.8%	14.7%	12.7%	5.7%
男性(N=757)	52.3%	3.4%	14.9%	67.4%	29.6%	18.2%	7.7%
女性(N=743)	49.1%	1.6%	9.8%	65.1%	48.0%	13.7%	6.7%

図2-⑤平成30年度 利用しているテキスト系ニュースサービス

	紙の新聞	新聞社の有料 ニュースサイト	新聞社の無料 ニュースサイト	ポータルサイト によるニュース配信	ソーシャルメディア によるニュース配信	キュレーション サービス	いずれの方法でも 読んでいない
全年代(N=1500)	53.8%	3.2%	9.9%	62.3%	33.9%	9.7%	8.1%
10代(N=139)	17.3%	0.7%	7.9%	53.2%	43.2%	7.2%	23.0%
20代(N=216)	26.4%	3.7%	11.6%	69.4%	50.5%	16.7%	7.4%
30代(N=262)	34.7%	4.2%	8.4%	70.6%	46.9%	9.9%	7.6%
40代(N=321)	56.1%	4.4%	10.9%	74.1%	41.7%	9.7%	6.2%
50代(N=258)	73.3%	5.0%	14.3%	63.2%	23.6%	9.7%	5.8%
60代(N=304)	87.5%	0.3%	5.9%	40.8%	6.9%	5.9%	5.9%
男性(N=757)	55.7%	4.8%	11.1%	64.5%	26.7%	10.2%	7.7%
女性(N=743)	51.8%	1.6%	8.6%	60.0%	41.2%	9.3%	8.5%

図2-⑥ 平成29年度 利用しているテキスト系ニュースサービス  
(平成30年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査)

## 2-3 市民団体における情報発信ツールとしてのソーシャルメディア系サービスの利用法

ソーシャルメディア系サービスは年代ごとに利用媒体とその利用率に大きな差があり、伝えたい相手の年齢層や性別によって媒体を選ぶ必要があることがわかりました。2-1、2-2 に掲載したデータなどをもとに、伝えたい相手の年代別にどの媒体を活用するのが、効果が高い可能性があるかを下の図にまとめました。

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	男性	女性
全体の傾向 休日利用時間 利用率	169.6分 58.2% 利用時間は増、 利用者は減	100.8分 64.1% 利用時間、利用 者率ともに現	73分 52.5%	67.1分 41%	79.1分 25.6%	52.1分 11.7%		
LINE	◎	◎	◎	◎	◎	○	◎	◎
ツイッター	○	◎	○	△	△	×	△	△
Facebook	×	○	○	△	△	×	△	△
インスタグラム	○	○	○	△	△	×	△	○
Youtube	◎	◎	◎	◎	◎	○	◎	◎
TikTok	△	△	×	×	×	×	△	×
ポータルサイトによる ニュース配信	○	○	◎	◎	◎	○	○	○
ソーシャルメディア によるニュース配信	○	○	○	○	△	×	△	○

利用率 70%以上：◎、40%以上：○、20%以上：△、20%未満：

図表 2-⑦ 主なソーシャルメディア系サービスの年齢階層別活用可能性

LINE が圧倒的に利用されていますが、LINE は基本的にまずは友達を増やし、その友達向けに情報を発信。内容に興味があれば、その友達が情報をシェアする、というステップを踏む必要があるため、LINE を活用するには、継続的に魅力的な情報発信をし、友達を増やしていく必要があります。また、10代～30代に人気のインスタグラムではリンクが投稿できないため、より詳細な情報が掲載されたページに誘導するといった以外での使い方

で PR する必要があります。

YouTube においては、動画が簡単に作成できるアプリが多数配信されており制作環境は整ってきていますが、まだ一般的にはハードルが高く（利用率が 75.7%に対し、投稿者率は 2.7%（平成 30 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査））、さらに動画が制作できたとしても多くの方に見ていただくには、他の複数のソーシャルメディアを活用したり、多くの動画を制作し、チャンネル登録してもらう（ファンを増やす）などの施策が必要です。

ニュース媒体を活用した PR という点においては、新聞の利用率が減少する一方でインターネットのニュースサービスの利用率は増加しており、こうしたニュース媒体に掲載してもらえるような話題性のある企画の立案や情報発信方法を検討する必要があります。

このようなことから、市民団体がソーシャルメディアなどを情報発信に活用するには、まずは「詳細な内容がわかるページがインターネット上にあること（「ちょみっと」などを活用）」を前提として、そのページに誘導する形で、

- 1：市民団体の各メンバーが各媒体で友達を増やし情報を友達に流す（各媒体共通）
- 2：Facebook については、誰もが閲覧可能な Facebook ページを作成
- 3：既に多くの友達やフォロワーがいるアカウント（地域メディアなど）に拡散を依頼
- 4：インターネットニュース媒体に取り上げてもらう

などの方法が考えられますが、より効果的に実施するには試行錯誤が必要です。

## 第3章 地域メディアについて

この章では、2019年5月から継続して協議をしている「地域メディア」に関する内容を整理します。

### 3-1 協議の経緯

「市民団体がもっとうまく情報発信できるようになるには」

⇒（市民に）聞いてもらえる、知ってもらえるメディアが必要

なぜ行政からの情報発信だけではNGで、地域メディアが大切なのか？

1：行政広報はあてにしにくいメディア

⇒市報は市役所が発行しているものなので、市の事業の広報が最優先

地域で情報を出す側にとってはあてにできない・・・

→あてにするには、三芳町の佐久間さんのような人材が必要か？

【具体例】地域デビュー歓迎会 参加者のアンケート

> 「市報を見た」が最多だった

> ただし、掲載位置と枠の大きさと内容次第で反響は異なる

⇒市報は絶対（オールマイティ）でもない。企画内容も大事。

2：行政は情報発信の取り扱いに強弱がつけにくい

⇒公平公正では面白くない、多様性が必要

\*まずは、地域メディアの方々を集めて、意見を聞くという場が必要では？

### 3-2 「地域メディア」について

- ・市報は地域メディアか？  
市報は有力な地域メディア。市報を民間メディアが担うことで、行政が作る市報のデメリットを補える。ただし、採算に合わない・・・？
- ・地域メディアは伝えるのが商売  
(ためになるか、役に立つか、面白いか)
- ・人（口コミ）も地域メディア
- ・「伝える」と「伝わる」は違う。伝わる地域メディアになるためには  
「愛着」 + 「ためになる・役に立つ・面白い」
- ・(市民団体が) 企画を自分たちだけで考えていてもループにはまる。  
第三者の意見や感想で気づくことがある。刺激が得られる  
(第三者＝地域メディアなのでは?)  
地域メディアはお互いにとって刺激になる

### 3-3 地域メディアのあるべき関係性について

「地域メディアとの意見交換会」を開催するには

- ・協議会として方向性を示し、それについて意見をもらう

という形が良いのでは？

\*方向性とは

⇒地域メディアと市民、市民団体、行政及びメディア同士の関係性

\*地域メディアのあるべき関係性とは

- 1：市民が地域メディアを知っていて、うまく活用できている
- 2：メディアが市民情報を活用できている

- 3 : (一番影響力があり情報をつかんでいる) 行政広報が地域メディアと役割分担や協力関係ができています。活用できています。
- 4 : 地域メディアが地域 (の人や企画) と刺激を与え合う。
- 5 : 地域メディアが人と人をつなげる (イベントも重要)。

★どうしたら、このような関係性をもった地域メディアになれるか？

⇒市民が「影響力のあるメディア」をつくる・育てるなど、の目標設定が必要

上記の「あるべき関係性」について、地域メディアの意見を聞く場を持つ必要があるのでは？

### 3-4 市民団体にとって必要な「(地域に) 影響力のある地域メディア」を作るには

・地域に影響力のある地域メディアの実現の方法の1つとして、地域のプラットフォームになる、という考え方がある。

⇒GAFAsの研究事例について協議したが、現実的になかなか難しい・・・

・調布がブランド化されることが必要では。例) 埼玉は「翔んで埼玉」でブランド化

・調布以外のところから目が向くような、突き抜けることが必要では。(一点突破)  
外側からの刺激が必要。(外から注目されるような情報発信)

⇒調布の魅力が何なのか？ 絞らないと、PR力が弱い。

・地域メディアのあるべき姿が実現できれば、ブランド化や外向きの発信がもっとできるのでは？

・その場合、メディアプロデューサー的な役割が必要。

どういった人をメディアプロデューサーとして立てるか？

・調布は「映画のまち」として、シニア映画塾を検討中の市民団体あり。シニアの活躍の場。

・ブランド化

>市民団体の情報発信でもっと活用できる、影響力のあるメディアの設立。

★ブランド化することで、「(地域に) 影響力のある地域メディア」が設立できるのでは？

## 第4章 市民団体がもっとうまく情報発信できるようになるには

### 4-1 市民が必要とし、市民（団体）が市民に発信したい情報

第1章で記したアンケート結果により、市民団体が抱える「情報発信」についての課題がわかり、そのために実施できそうなことを記しました。

第2章で記した協議により、市民団体がもっとうまく情報発信できるようになるには、

- ・「影響力のある地域メディア」が必要

⇒「影響力のある地域メディア」をつくるには

- 1：ブランド化
- 2：ヒーロー（プロデューサー）

が必要という意見でまとまりました。

これらの結果をまとめると、「市民団体がもっとうまく情報発信ができるようになる」には

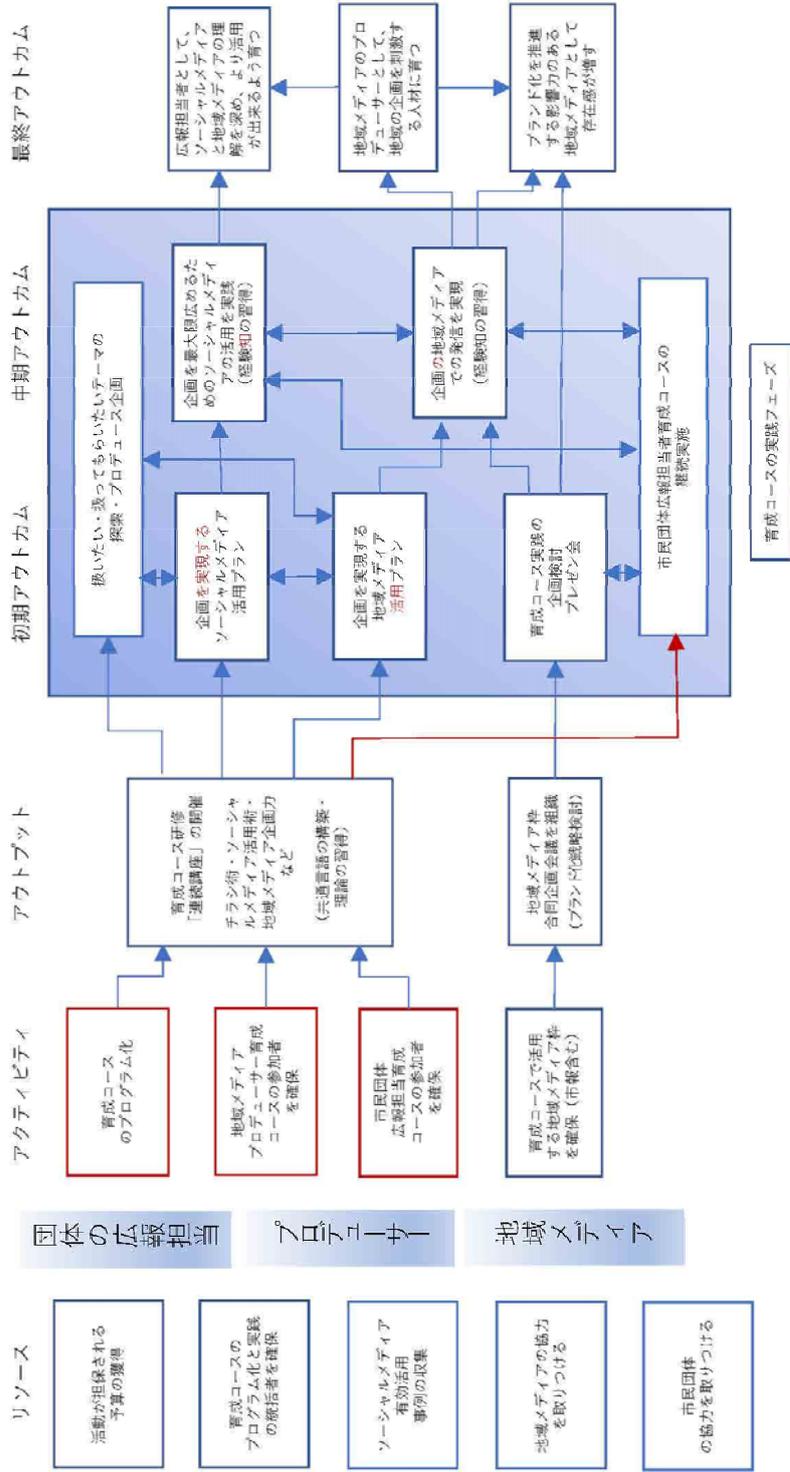
- 1：市民団体自体の情報発信力の強化育成
- 2：（ブランド化などを通じた）地域メディアの育成と、地域メディアを最大限活かすヒーロー（プロデューサー）の育成

が必要であり、それは「プロデューサー（発信する側）」と「メディア（伝える側）」の両輪の強化が大切という結論となりました。

それらを「ロジックモデル」に当てはめたものを掲載します。

当協議会では、このロジックモデルの検証も行いながら、調布市の地域情報化推進に向けて引き続き検討してまいります。

# ロジックモデル：地域メディアプロデューサーと市民団体広報担当の育成プログラム（案）



## 付録 1: 佐久間智之氏 講演会概要

### ■ 実施概要

- ・ 実施日程：2020年1月30日（木） 19:00-20:45
- ・ 実施場所：調布市文化会館たづくり 8F 映像シアター
- ・ 参加人数：85人（申込数 117人）
- ・ 講師：佐久間 智之氏（埼玉県三芳町 秘書広報室）

### ■ セミナー概要

1. 自己紹介
2. デザインの基礎
3. 嘘のようなフォントの話～組版や余白
4. テクニック～脱ワードアート～
5. Office で作るチラシ・ポスター編
6. まとめ

### ■ セミナー内容のポイント

- ・ デザインとは、「伝わる≠伝える」。コミュニケーションデザインである。
- ・ コミュニケーションの基本は、①最短距離を考える ②ターゲットを絞る ③付加価値をつける
- ・ 目的が、「告知」「集客」「啓発」によって、素材の集め方を変える
- ・ 情報を整理するためには、優先順位と引き算が大切である
- ・ 誰にでも情報を伝える必要がある。社会的配慮としてのフォント「UDフォント」の活用
- ・ フォントごとに、伝わるイメージがある
- ・ Office で作るチラシやポスターのポイントは、「テキストボックスを使う」「色に気を付ける」「フォントに気を付ける」「装飾はしない」
- ・ チラシも通知書も Office で作り出す前に必ず行うことは「下書き」。デザインコンセプトを可視化させ、どのようにしたら分かりやすいのか、手に取ってもらえるのか、何を一番伝えたいのかを書き出しながら、レイアウトを決めていく。
- ・ 大事なことは、伝えるのではなく「伝わる」を意識すること

■ 会場の様子



三木代表の挨拶



講師の佐久間氏



会場全体

# 伝わる デザインと 情報発信の 極意



こんな人におすすめの講座です

市民団体  
サークル  
公務員

情報発信の方法に悩んでいる

もっとチラシを良くしたい

組織や団体の広報担当など

情報発信力をつけるためにはどうしたら良いの  
だろう？集客できるチラシを作りたい！そんな悩み  
ありませんか？自治体広報日本一に導いたノンデ  
ザイナーの職員が、デザインとは何か、ワンラン  
ク上のチラシの作り方などをギュッと詰め込んだ  
講座を開催します。

参加  
無料

事前予約制 定員 先着80名

2020.1.30 Thu 19:00-20:45

場所 調布市文化会館たづくり8F 映像シアター

受付18:30

埼玉県三芳町 広報担当&メディアユニバーサルデザインアドバイザー

GUEST 佐久間 智之

2002年埼玉県三芳町入庁。独学で印刷以外全て一人で広報紙「広報みよし」  
を作り、全国広報コンクールで日本一の内閣総理大臣賞受賞。予算ゼロ円でプ  
ロモーションも担当し、ハロプロとのコラボを仕掛ける。Yahoo!トップニュース  
になるなど、パブリシティ戦略の評価も高い。講演多数。著書に「公務員の速効  
ライフハック」「パッと伝わる公務員のデザイン術」「公務員のデザイン大全」。

申込方法 11月29日※からホームページで申込受付開始。QRコードで簡単申込。

問い合わせ 調布地域情報化推進協議会 事務局 (NPO法人CLIC・クリック内) ☎ 042-487-4282



主催：調布地域情報化推進協議会  
後援：調布市・社福）調布市社会福祉協議会

## 付録2: 来場者アンケート

### 調布の情報化推進に関するアンケート

調布の地域情報化を推進するために、参加者の皆さんと一緒に考えていくためのアンケートを実施します。恐れ入りますが、以下の設問についてチェックマークでご記入ください。

・お住まい  調布市内  調布市外

その2 イベント等、情報発信したい場合に現在どのような手段を使っていますか？（複数回答可）

- チラシを作成する  ホームページやブログに掲載する  
 SNS（フェイスブックやツイッター）に投稿する  市報に掲載してもらう  
 J-COMに取材してもらう  調布FMに取材してもらう  
 その他（ ）

その3 発信した情報が伝わっていないとしたら、その原因は何だとお考えですか（2つまで回答可）

- 発信した情報はある程度、期待通り伝わっている。  
↓伝わっていないと思われる方  
 発信した情報に魅力がないもしくは興味がない（読まずに捨てられているのでは）  
 発信したいもの自身は面白いはずなのに、その魅力が伝え切れていない。  
 対象者（受信側）に対する発信者の認識のズレ（PC・スマホ等使用していない世代へのネットでの発信等）  
 チラシ等をどこで配布しているのか分からない  
 配架場所の不足・発行部数の不足  
 地域メディア（FM・タウン誌・地域サイトなど、市報以外の地域媒体）の情報伝達力が不足  
 その他（ ）

その4 その3の課題をどのように解決しようとお考えですか？（2つまで回答可）

- チラシ配布枚数の増加や配架場所を増やす  
 自分達で佐久間氏の著書（公務員のデザイン大全等）を参考にしてデザインや使い勝手を工夫する  
 より魅力ある企画を検討する  
 SNSを活用する・活用方法を学ぶ  
 受信（受け手・対象者）側の要望やリクエストを調査する  
 外部デザイナーや企画プランナーに依頼する  
 広報が得意な人を探す・仲間に入れる  
 地域メディアの活用・活性化  
 その他（ ）

その5 【サークル・市民団体の方へ】

調布市では、サークルや市民団体のみなさまが、自身の団体の紹介やイベント情報などを掲載できる「ちょうふ地域コミュニティサイト『ちょみっと』」というホームページを運営しています。このホームページについて、お答えください。

活用している  知っているがあまり活用していない  知らなかった

本日の講座はいかがでしたか？

大変良かった  良かった  普通  良くなかった

あなたの年代をお答えください

20代以下  30代  40代  50代  60代  70代以上

\*アンケートへのご協力大変ありがとうございました。

調布地域情報化推進協議会 一同

今後協議会の活動についてのメールでのご連絡を希望されますか  する  しない

◆裏面に自由コメント欄があります。本日の感想や地域の情報化に関して、今後期待するセミナーなどを自由にご記入ください

<自由コメント>

<p>短時間に内容の濃い講演でした。思いは同じ、技術が伴わないという印象でした。</p>
<p>普段チラシ、ポスターを作成してます。調布の観光協会の発信として作成していますので、今回の講演をきいてみて、同じ様な考えも沢山ありました。私はグラフィックを学んでいますので、なるべく見やすく作成しているつもりですが、質問にもあった様な上の方々の指示をくつがえすことがむずかしいことが多く、ストレスになっています。</p> <p>イラレ・フォトショで作っています。ワードで作成することが私にはできないので、今回お聞きし、作成できることにびっくりしました。ただ、どう考えてもイラレの方がかんたんに作成できると思っています。作成はとても楽しく、仕事も楽しいので、これからも参考にしていきたいと思います。ありがとうございました。</p>
<p>チラシや掲示物を作る事が多いのですが、何をどの様に伝えたら良いか、どんな情報が必要なのか、詰め込みすぎてしまう事がよくあり、困っていました。今回聞いた内容を参考に、伝わるチラシ・掲示物を作れるようになりたいと思います。</p>
<p>非常に実践的な内容で大変参考になりました。なにより佐久間さんの情熱がビシビシ感じられて、同じ公務員として刺激を受けました。間もなく公務員はご卒業とのことですが、日本を変えるべく活躍されることを願っております。また調布市にお越しいただき、お話を伺えれば幸いです。（今日は調布市広報課全員で参加しました）</p>
<p>2回目の質問</p> <p>本当に私も不安があってやらないことにしていました。（7：3のルール）</p> <p>根拠の示し方、やってみます！スネずに頑張ります。楽しかった！！</p>
<p>究極に「引き算」したエッセンスがぎゅっとつまった講演でした。ありがとうございました。</p>
<p>本日はありがとうございました。</p>
<p>また佐久間さんのセミナーに参加したいです。</p>
<p>とてもよかったです！本読みます（笑）</p>
<p>大変興味深い内容でしたが、時間が遅く、短かった。会場が暑く、また飲食禁止だったのがつらかった。</p>
<p>ライティングの仕事をしていますが、文章を書いて、読者に読んでもらうのはすごく時間も労力もかかります。写真、アイコン、フォント、行間などビジュアルでのコミュニケーションの意味、効果的なやり方を知れて大変勉強になりました。ありがとうございました。</p>
<p>「極意」、見事でした。とても参考になりました。今回の資料大切に活用させていただきます。</p>
<p>とても参考になりました。割愛してしまった所、出来れば是非お聞きしたいです。また機会があること楽しみにしています。</p>

<p>今まで伝える（情報を入れる）・わかりやすくを考えて、チラシ・ポスターを作っていました。「相手に伝わる」を考えて、今日お聴きした内容を実践していきたい。もっとお話を伺いたいと思いました。本日はありがとうございました。</p>
<p>大変有意義な時間でした。ありがとうございました。</p>
<p>具体的な手法も含めてどうやれば伝わるかという考え方を話しされていて、わかりやすかったです。仕事にも生かせると思います。ありがとうございました。</p>
<p>とても参考になりました。7：3、プラスアルファを意識してチラシ作成をしていきたいです。</p>
<p>勉強になりました。お時間がたくさんあればよかったです。元々が多大なものを収穫しているのではないですね。チラシを作成しているので大変参考になりました。</p>
<p>本日はありがとうございました。”伝わる”デザインの話、興味深かったです。この伝わるという部分での「コミュニケーションデザイン」の話をもうちょっと聞いてみたかったなと思いました。企画をする際に何を伝えたいかしぼりこみの方法、コミュニケーションデザインの実例 etc…</p> <p>”ドクラブ”というコミュニティーの広報のアイデアを得たく参加したので、SNSにおける文章校正の使い分けとかしているかも聞いてみたかったです。</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マネをしようとしても、難しいと思いましたが、これから自分で出来ること・学ばなければいけないことなどヒント・エッセンスが詰まったお話でした。</li> <li>・来てよかったです。ありがとうございました！</li> </ul>
<p>佐久間さんのセミナーを伺いたくて参加させていただきましたが、他の自治体の方の状況とかが分かりとても勉強になりました。「ちょみっと」も拝見させていただきます。</p>
<p>大変勉強になりました。ありがとうございました。さっそく本日の内容をとり入れ制作にとりかかります。「プラスαの仕事」を意識し、きちんと伝わるように心がけます。</p>
<p>広報と今は少しはなれた業務をしていますが、お話を聞いて広報にたずさわりの、市民のみなさまの心にひびくようなものを作れるような業務をしたいと思いました。佐久間さんの”人の心にひびくように。町をよくしたい”その強い思いがすばらしいと思いました。自分でも、できる事があるなら小さくても学びながら業務に生かしていきたいです。大切なお話ありがとうございました。</p>
<p>佐久間くん すてきな講演をありがとうございました！</p>

### 付録 3:今年度開催した市民との意見交換会について

下記の日程で意見交換会を開催しました

	開催日	概要
第 1 回	12 月 4 日 (2018 年)	2018 年 8 月に実施したアンケートの集計結果の最終報告並びに地域情報化に関する今後の協議テーマなどについて (昨年度報告書に掲載)
第 2 回	3 月 1 日	・地域情報化に関して興味のあることについて
第 3 回	4 月 5 日	・「どんなコミュニティーに人が集まるのか」について
幹事会	4 月 18 日	・意見交換会の今後の進め方について協議
第 4 回	5 月 21 日	・調布やその他地域における情報発信メディア、事例などについて
第 5 回	6 月 20 日	・調布のインフルエンサーについて ・佐久間様講演会を開催する事業計画決定
第 6 回	8 月 2 日	・佐久間様講演会のテーマ、タイトルについて
第 7 回	9 月 13 日	・佐久間様講演会の事業内容について (チラシ等) ・講演会後のアクションについて ⇒地域メディアについて深掘りしていくことに。
第 8 回	10 月 15 日	・佐久間様講演会の事業内容について ・地域メディアと市民や市民団体と行政との関わり・関係性、あるべき姿についてなど
第 9 回	11 月 12 日	・佐久間様講演会の事業内容について ・地域メディアの意見交換会について
第 10 回	12 月 13 日	・佐久間様講演会の事業内容について ・影響力のある地域メディアを作るには？ ・調布のブランド化について
第 11 回	1 月 15 日	・佐久間様講演会の事業内容について ・調布のブランド化と地域メディアについて
第 12 回	2 月 14 日	・佐久間様講演会アンケート結果のレビュー ・「影響力のある地域メディア」をつくるための「ロジックモデル」
第 13 回	3 月 12 日	今年度の地域情報化調査報告書の確認と今後のアクションについて





### ■第3回意見交換会（4月5日）

前回の意見交換会では、今後どのようなテーマについて深掘りしていくかについてグループに分かれて意見を出し合いましたが、なかなかまとまらない状況でした。最後に、この協議会の「あり方」について話し合った方が良いのでは、ということで意見がまとまり、今回はこの「あり方」を検討する会となりました。

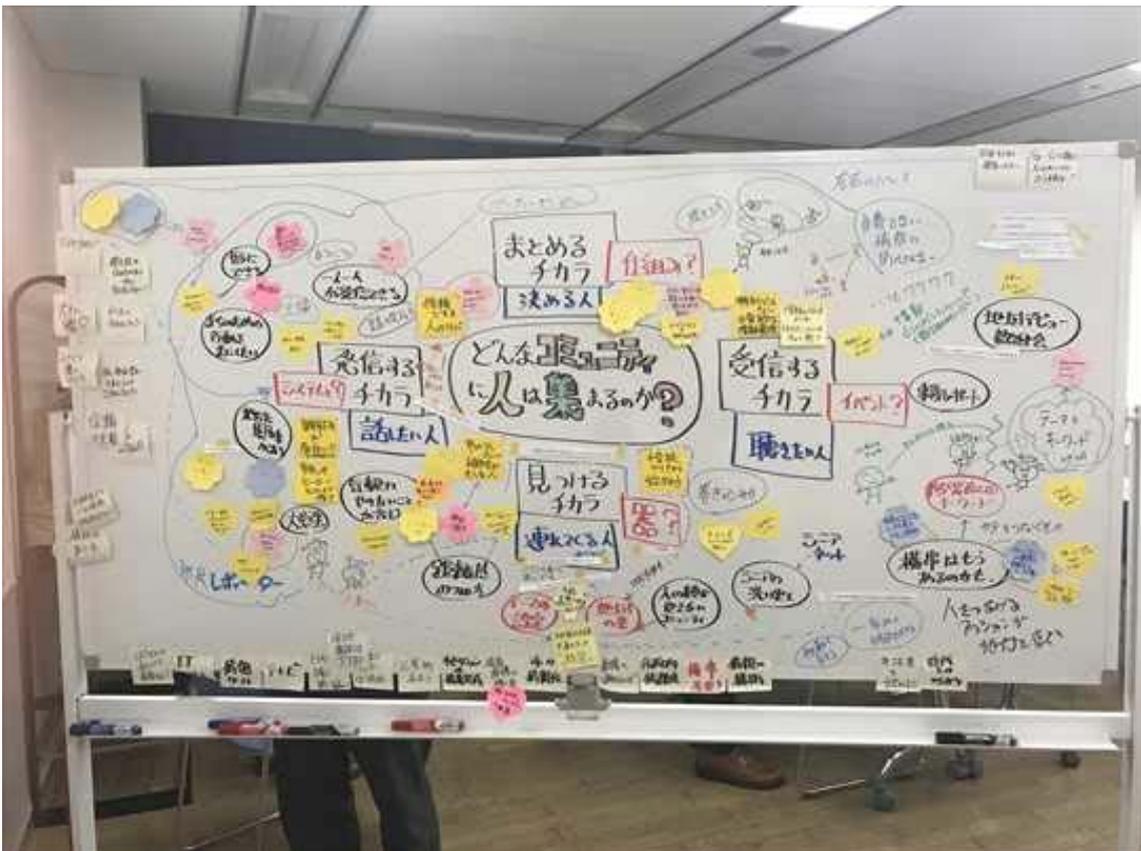
「あり方」を検討するにあたり、まずは、この意見交換会に参加した理由について自由に話していただきながら、

- ・「ジブンゴトとして関わることができる会」

であったり

- ・「(楽しそうで) 様々な人が集まってくる会」

のようなコミュニティに「協議会」になるにはどうしたら良いかについて意見を自由に出し合いました。⇒みんなで自由にホワイトボードに書くことになりました。



#### ■ 第4回意見交換会（5月21日）

- ・今年度はテーマを絞り、その専門家を講師としてお招きして深掘していこう  
ということで意見交換会を進めてきました

⇒参加者の関心が多種多様：特定のテーマに絞っていくことが難しい状況に。

- ・ただワールドカフェを重ねる中で  
「地域情報化」によって改善したい課題=ざっくり「コミュニティーの活性化」  
ということが見えてきました。

- ・意見交換会での意見を「情報」を軸に前回のホワイトボードの内容を整理すると  
「情報を発信する力」に付箋や意見がやや集中。

⇒今後のアクションとして、まずは情報を発信したい人として「市民団体」に注目

⇒地域の情報発信を担っているものの1つが「地域メディア」

この地域メディアを招待し、

- ・(SNSなどの個人的な情報発信手段とは別に)どのような情報発信手段が地域にはあるか？

⇒地域メディアの紹介

- ・掲載してもらう手順や、どういった情報なら掲載しやすいか、取り上げやすいか、

また、地域メディアが困っていることやネタの情報源は何かなどの意見交換を市民団体に聞いて頂くことで、情報発信の参考になるのでは。

このような会を開くことで

（市民団体同士が）つながるきっかけをつくるとともに、（市民団体の）情報発信力を高めることで、つながった人（団体）が自発的に動き出し、活動の活性化の一助となるのでは  
ないか、と考えました。

上記の内容をもとにいろいろと協議した中で、三芳町の市報や世田谷FMの事例、  
シニア層は紙が優位、などの意見がありました。また、地域での情報発信にはインフルエンサー（ヒーロー・ヒロイン）が必要との意見もあがりました。（調布にはいるか？）

調布のインフルエンサー（現在・または予備軍、またはこれから育てる）についての検討を  
宿題としました。



## ■第5回意見交換会（6月20日）

- ・調布のインフルエンサーについて

⇒長友市長

⇒調布出身の有名人

＞中畑清：調布市宣伝本部長

- ・今いる人だけでなく、育てることも重要。  
⇒CAPSの卒業生にすごいYOUTUBERがいる。  
サッカーで有名人もいる。

- ・手紙社 インスタフォロワー数：19万人
- ・cococoro youtube フォロワー数：16万人

次回以降、継続検討・・・

- ・もともとの協議の原点

★市民団体がうまく情報発信ができれば、同団体の活性化+団体同士及び市民とのコミュニティの活性化、自発的な活動につながる。

⇒地域での情報発信と言えば・・・地域メディア  
地域メディアにどうしたらとりあげてもらえるか、  
を市民団体の方に知ってもらおう。

⇒市民団体と地域メディアの方々に声かけして集まってもらうような会を開いては。  
ということでした。

★地域メディアの影響力やチャンネルを調査・分析する必要あり。  
(推薦するシステムがあると良い?)

- ・市民団体の活動とインフルエンサーの関わり方、接点は??

人寄せパンダ的なインフルエンサーも必要。  
ただし、その人が市民団体の活動・分野に関心をもっている人でないとダメ。

⇒関心をもつインフルエンサーを探すには市民団体のジャンルを絞る必要がある

=====

- ・市民団体にとってインフルエンサーとは  
その活動に参加してもらうことで、参加した人が発信してくれる。  
⇒活動に参加してくれる人を集めるためのPR  
(情報発信)が結局必要・・・

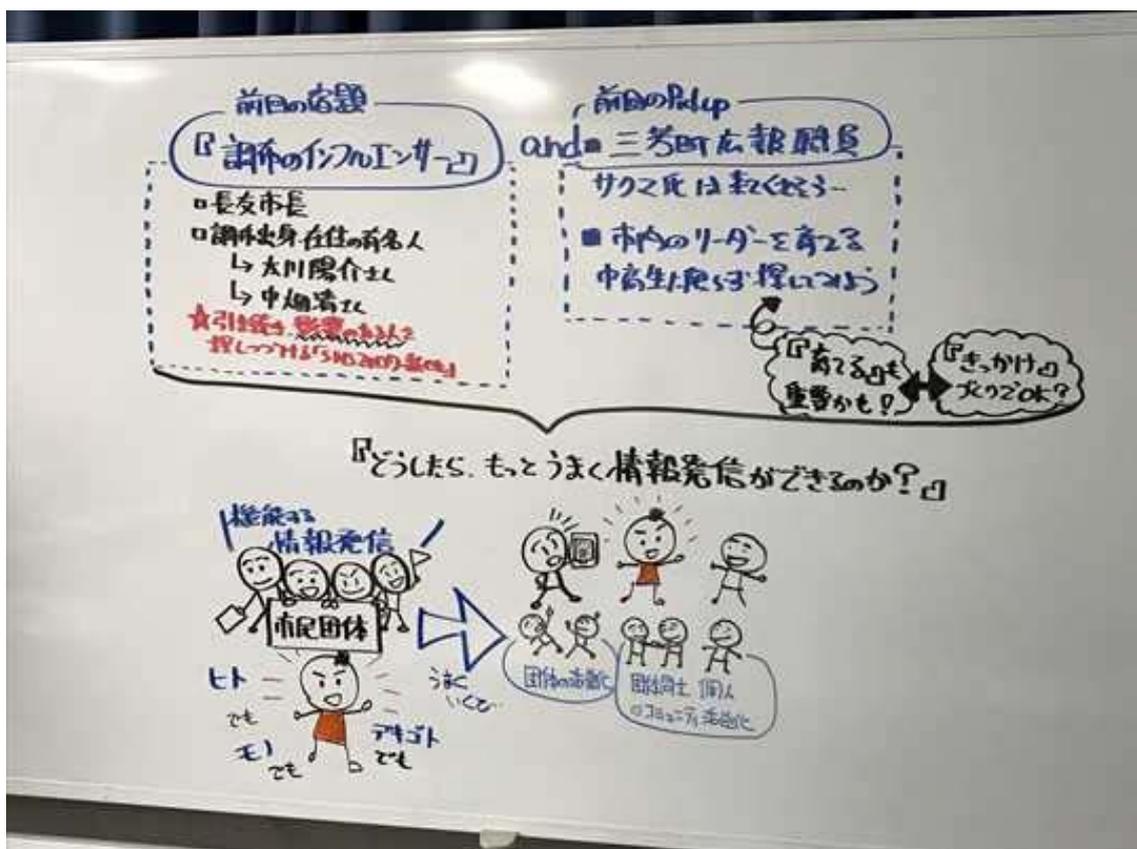
\*\*\*\*\*

(あらためて・・・今後の協議のテーマは)市民団体がどうしたらうまく情報発信ができるか?

\*\*\*\*\*

■■■■ 今回の結論 ■■■■

- ・上記の目的を明確にした上で、埼玉県三芳町の佐久間さんに調布にきていただく



## ■第6回意見交換会（8月2日）

- ・市民団体の活動の活性化には情報発信力をつけることが重要。
- ・「市民団体がもっと情報発信力をつけるためにはどうしたら良いか」  
「もっと情報発信力をつけたい市民団体で学習グループが生まれること」  
（案：FBグループを作る。

「伝わるデザインのつくりかた勉強会」

を趣旨として、

埼玉県三芳町職員で、自治体広報のトップランナーといわれる  
佐久間智之様をお招きし、講演いただくことに。

（開催日時：2020年1月30日の夜間で決定）

また、市民団体がどうしたらうまく情報発信ができるか？について、引き続き協議を進めることに。

■ 第7回意見交換会（9月13日）

・講演会を聞いて、わかりやすいチラシができました。

⇒その後はどうしたら・・・？

・コンテストを行う？

・（市民に）聞いてもらえる、知ってもらえるメディアが必要。

⇒市内メディアが大切

＞調布FM、聞かれてる？

＞聞いてもらえるにはヒーロー、ヒロインが必要

⇒情報元と地域メディアの間に協議会の役割があるのでは？

⇒この人が出す情報は素晴らしい、みたいなことが必要。

⇒地域メディアの方々を集めて、意見を聞くという場が必要では？

★方向性を示す資料を協議会で作成し、

それについての意見を地域メディアからいただく。

■第8回意見交換会（10月15日）

・方向性とは？

- \*地域メディアと市民や市民団体と行政との関わり・関係性、あるべき姿
- \*メディア同士の関係性のあるべき姿

・あるべき姿とは

>市民が地域メディアを知っている、うまく活用できている

⇒地域メディアに習慣的に触れるようにする

⇒小さな頃（小学生）から必要性を感じてもらうことが必要では？

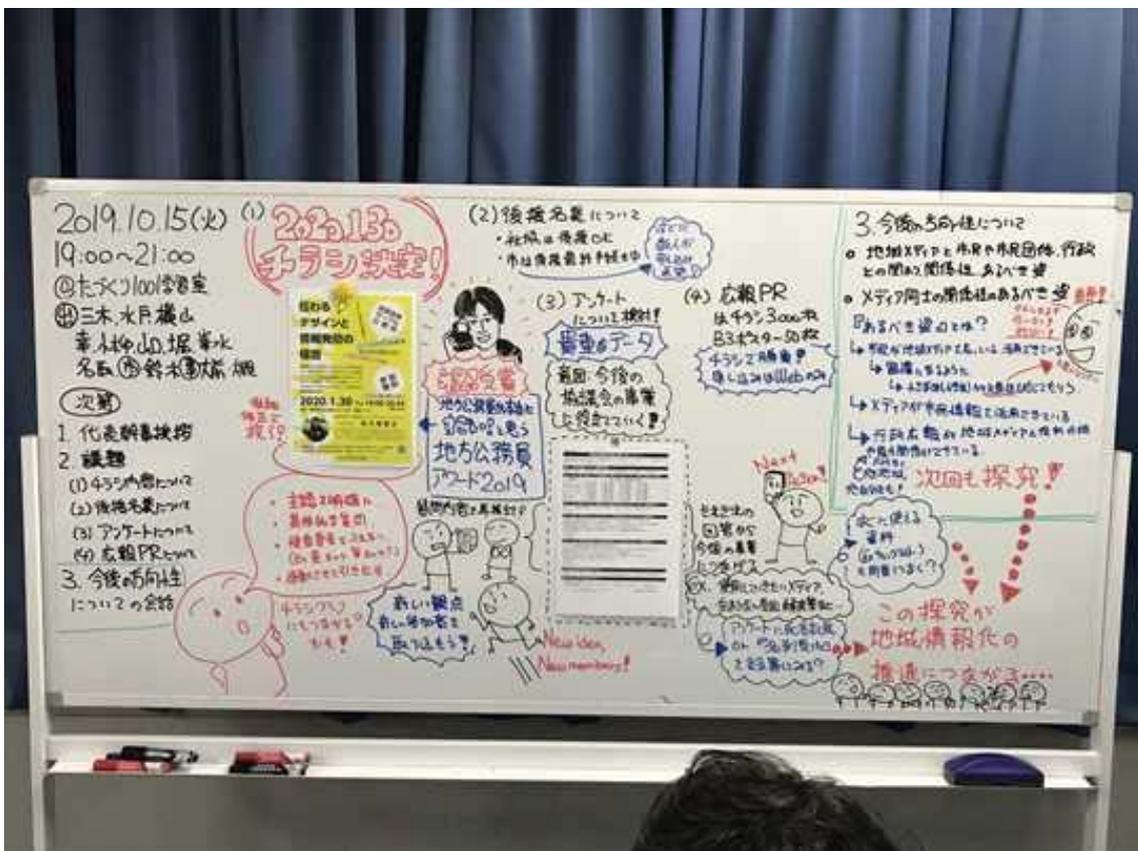
⇒「伝える」ことについて、学ぶべきでは？放送委員とか

（ためになるか、役にたつか、面白いかな）

>メディアが市民情報を活用できている

>行政広報が地域メディアと役割分担や協力関係ができている。活用できている

・他自治体の情報もFMで



## ■ 第9回意見交換会（11月12日）

### ・地域メディアの意見交換会について

- ＞なぜ地域メディアが大切（必要？）なのか？
- ＞行政広報はあてにされていないメディア？
- ＞地域メディア＞愛着

⇒行政が行うものは強弱がつけにくい

- ＞公平公正では面白くない、合わない、多様性

⇒市報は市役所の出しているものなので、市の（主催？）事業の広報が最優先

- ＞地域で情報を出す側にとってはあてにできない・・・

⇒地域メディアは伝えるのが商売

- （ためになるか、役に立つか、面白いかな）

⇒行政は地域メディア??

- 市報の役割を民間が担うこともできるはず。ただし、採算に合わない・・・?

⇒市報だって、あてにできる・・・?（三芳町）

⇒人（口コミ）もメディア

⇒「伝える」と「伝わる」は違う。

- 伝わるメディアになるためには「愛着」

- + （ためになるか、役に立つか、面白いかな）

⇒現在の市報

- ⇒載れば伝わる。ただ、まだ改善の余地があるかも。受け取る人の意見も聞いては?

⇒市報の市民評議員会が必要?

⇒市報を読んでいるか、のアンケートをとっては?

⇒調布にも佐久間さんのような方（ヒーロー）がたくさんいたらいい。

⇒市報にも小学生コーナー？（地域メディア横断型で）

=====

⇒地域デビュー歓迎会 参加者のアンケート

>「市報を見て参加」が最多

>ただし、どこにどれくらいのスペースで掲載されるか、と内容次第  
市報は絶対（オールマイティ）でもない。企画内容も大事。

⇒企画を自分たちだけで考えていてもループにはまる。

第三者の意見や感想で気づくことがある。刺激が得られる  
（第三者＝メディア）

⇒メディアは刺激になる

**★地域メディアのあるべき関係性、あるべき姿、こうなったらいい。**

- 1：市民が地域メディアを知っていて、うまく活用できている
- 2：メディアが市民情報を活用できている
- 3：（一番影響力があり情報をつかんでいる）行政広報が地域メディアと  
役割分担や協力関係ができている。活用できている。
- 4：地域メディアが地域（の人や企画）と刺激を与え合う。
- 5：地域メディアが人と人をつなげる。（イベントも重要）

\*地域メディアは何を目指しているのか？何になりたいのか？

・どうしたら、このような関係性（姿）になれるか？

⇒市民が影響力のあるメディアをつくるなど、の一点突破が必要？

\*市民団体>一緒にやってくれる仲間が欲しい

>伝え方

>仲間がいないと企画ができない

>地域メディアの成功事例（単体ではなく連携）は？

## ■ 第 10 回意見交換会（12 月 13 日）

- ・ 調査研究報告書について
- ・ 地域メディア意見交換会について  
（事務局よりプラットフォームについての説明。日経ビジネスの記事参考）  
⇒プラットフォームを調布で作るのは難しい・・・

- ・ 調布がブランド化されることが必要では。

例) 埼玉＊翔んで埼玉でブランド化

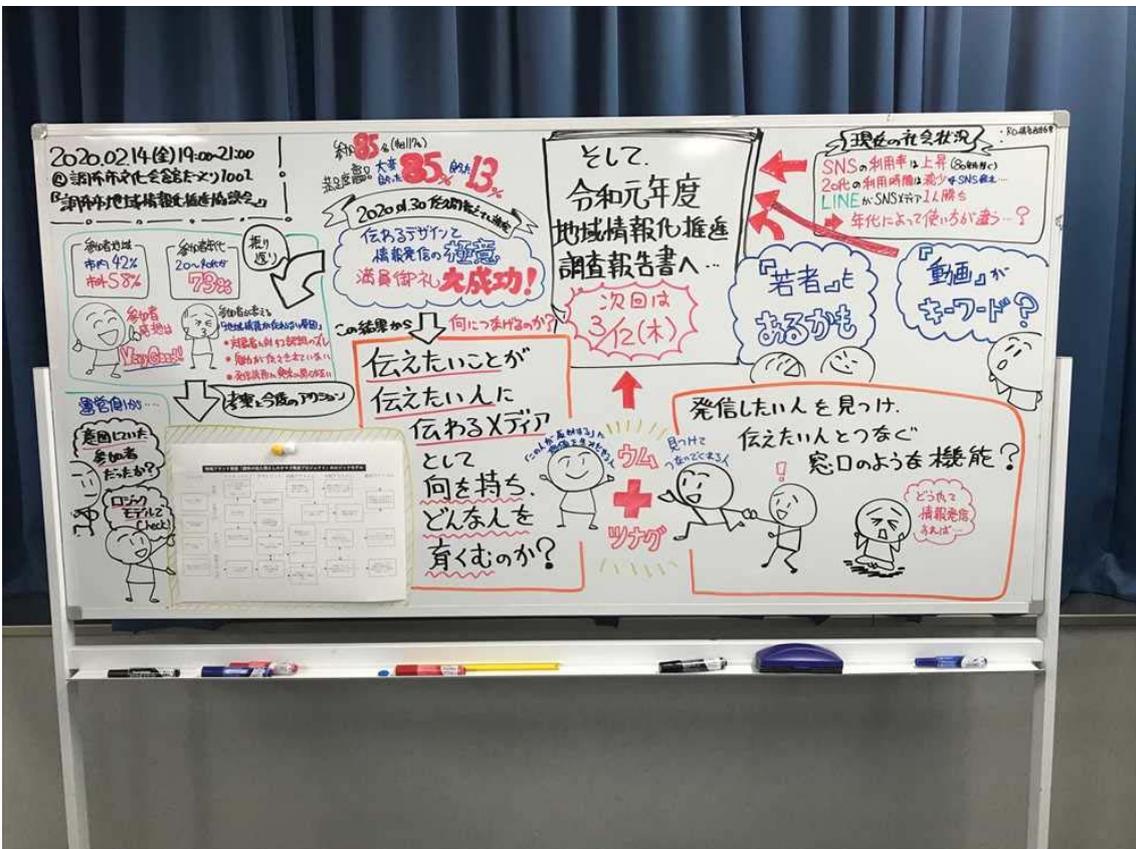
- ・ 調布以外のところから目が向くような、突き抜けることが必要では。（一点突破）
- ・ 内よりも外側からの刺激が必要。（外から注目されるような情報発信）  
====
- ・ 地域メディアのあるべき姿が実現できれば、ブランド化や外向きの発信がもっとできるのでは？
- ・ 市報を何回かに 1 回、1 ページくらい、地域メディアに使わせては？
- ・ 調布の魅力って何なの？ 絞らないと、PR力が弱い。
- ・ どういう人をメディアプロデューサーとして立てるか？
- ・ 調布は「映画のまち」として、シニア映画大学を検討中（名取さん）  
シニアの活躍の場。
- ・ ブランド化からどのようにして、影響力のあるメディアを作るか？

■ 第 11 回意見交換会（1 月 15 日）

- ・ 調査研究報告書の役割分担、制作スケジュールについて協議・確認
- ・ 1/30 の佐久間様講演会、アンケート内容、当日の次第などの協議・確認
- ・ ブランド化からどのようにして、影響力のあるメディアを作るか（ロジックモデル：たたき台）

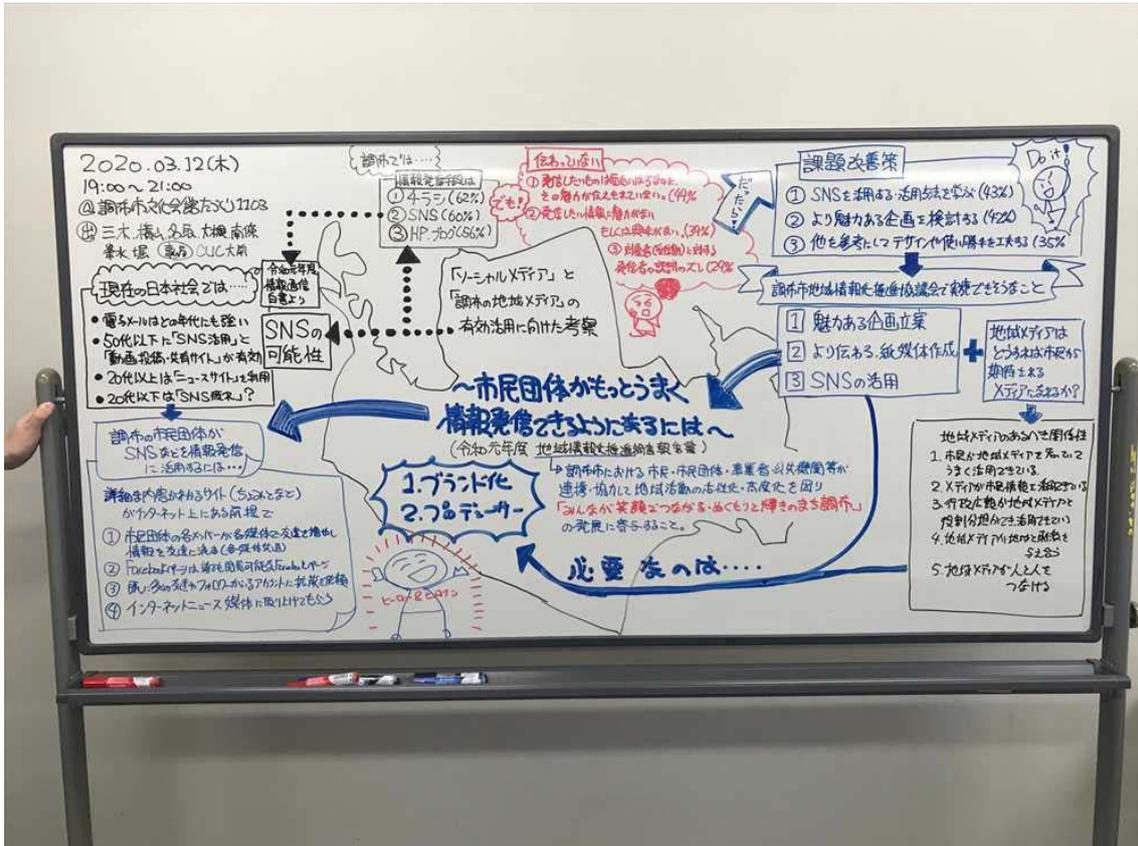
■ 第12回意見交換会 (2月14日)

- ・ 佐久間様講演会アンケート結果のレビュー
- ・ 「影響力のある地域メディア」をつくるための「ロジックモデル」
- ・ セミナーをやるのは良いが、  
市内市民団体に来てもらえるようにしなければならない。
- ・ 佐久間様のタマゴを育てることにつなげたい。  
⇒ロジックモデル
- ・ 連続講座にする
- ・ タマゴは市民団体であっても良い
- ・ 協議会は新しく起きる様々な活動をアーカイブしたり、キュレーションを行うような役割。
- ・ 市民団体の良しあしではなく、  
伝わるのが目的。  
伝わるメディアを持つことが大切。  
そのために、メディアを育てる。
- ・ 佐久間様が取材すること自体が「伝わる」こと。



■ 第13回意見交換会 (3月12日)

・ 2019年度 報告書の確認



■報告書作成協力者（五十音順）

・調布地域情報化推進協議会 幹事

大槻 昌美

南條 勉

平澤 和哉

三木 哲也

水戸 和幸

峯水 延浩

横山 泰治

・市民参加者

小柳 久江 様

幸 智道 様

名取 訓 様

堀 英樹 様

山口 英樹 様

事務局：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） 大前勝巳

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・執筆協力：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