

令和2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 ～

地域メディア活用に関する専門家の知見と

「調布地域メディア協議会（仮）」設立に向けた協議

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3年3月

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、発展の著しい ICT（情報通信技術）をうまく活用し地域の活性化・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。

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」を実施（2016 年 11 月 12～13 日）、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」を開催しました（2017 年 2 月 19 日）。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の調査、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度合を把握するためのアンケートの方法を検討し、それに基づき 2018 年度にアンケート調査を実施し、回答を分析しました。

このアンケート調査の結果、市民の関心が高く情報への要求度が高い分野は防災、医療・介護、子育てなどであること、次いで関心が高く情報が要求されている分野は地域イベントや生活環境に関することであること、また教育・スポーツや NPO やサークルなどの地域活動に関する情報についても関心が高いことが分かりました。

これを踏まえて 2019 年度には、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た結果として、地域における効果的な情報発信方法やユーザーを十分意識した地域メディアの在り方を追求していく必要があるとの結論を出しました。効果的な情報発信方法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モデルとなっている埼玉県三芳町の広報誌を手掛けてこられた佐久間智之氏による講演会を実施し、その編集方針や手法を学びました（2020 年 1 月 30 日）。

これらの活動を踏まえ 2020 年度は、まず地域メディアの活用に関する専門家の知見を学ぶこととし、河井孝仁氏（東海大学文学部広報メディア学科教授）の指導を受けました。河井氏の指導により、地域メディアとして検討すべき種々の側面（フェーズ）が明らかになり、検討のベースとなる調布地域のメディアの実態と連携・協力の可能性を把握するため、各地域メディアのヒアリングと意見交換を実施しました。連携・協力については、新型コロナウイルス感染拡大予防に向けた調布市医師会会長による市報掲載の緊急メッセージを各地域メディアも連携して情報発信する試みを行いました。また、ワクチン接種に関する情報発信も同様の連携を行いました。

本報告は、2020 年度の調布地域情報化推進協議会の活動内容および次年度に行うべき活動について、市民による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。

目 次

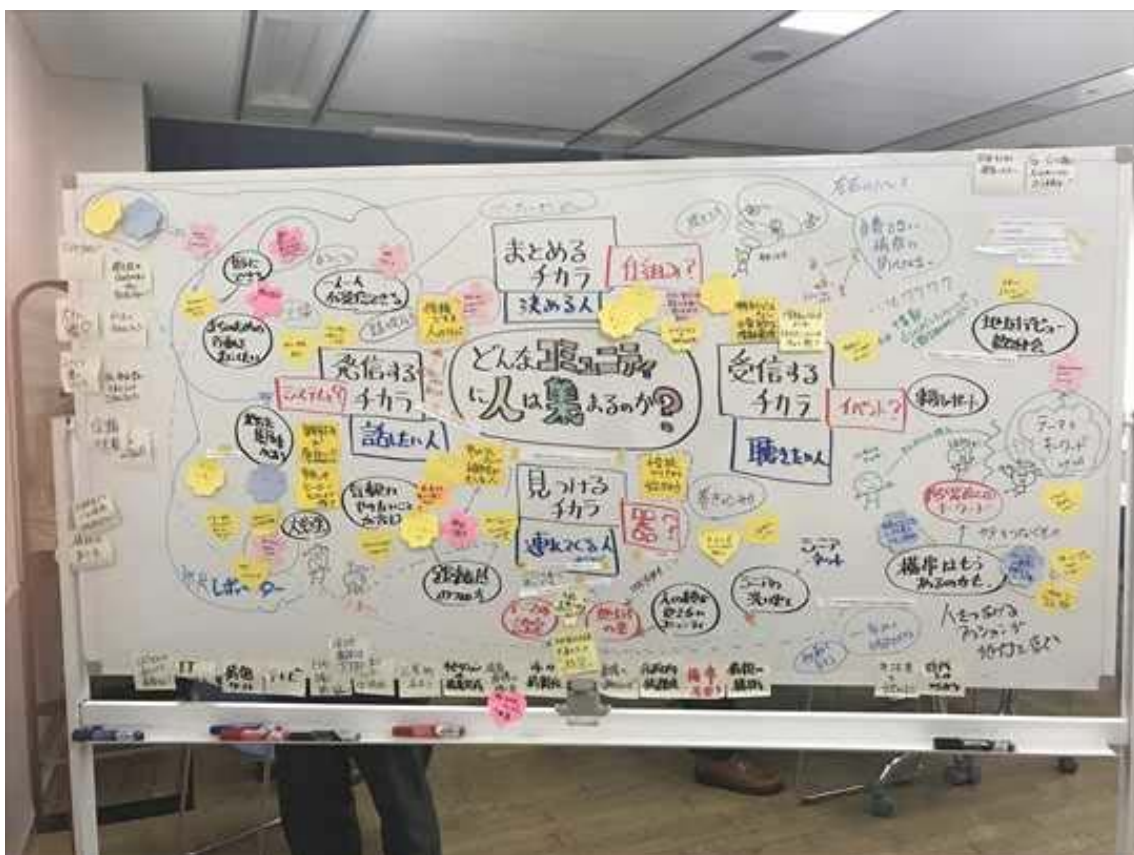
まえがき	1
第 1 章 市民団体の情報発信力向上の目的と協議の経緯	
1-1 テーマの目的と今年度までの経緯.....	3
1-2 地域メディアの活用に関する専門家の知見.....	4
第 2 章 地域メディア調査	
2-1 地域メディアへのヒアリング.....	9
2-2 地域メディア協議会（仮）の設立に向けて.....	15
2-3 地域メディア連携による地域情報の発信の試み.....	16
第 3 章 今後の活動について	21
付録 1：市民との意見交換会の開催日程について	22

第1章 市民団体の情報発信力向上の目的と協議の経緯

この章では前年度に設定したテーマ「市民団体がもっとうまく情報発信できるようにするには」の目的を改めて振り返るとともに、今年度同テーマに関して調布地域情報化推進協議会で行った協議の経緯を記載します。

1-1 テーマの目的と今年度までの経緯

同協議会では、一昨年度より「地域情報化推進」に関する具体的なテーマを協議会幹事メンバーと市民で話し合いを進めてきました。ワールドカフェなどの手法を使い、参加した市民から関心のあるテーマを出していただきましたが、出されたテーマはさまざまであり特定のテーマに絞ることができませんでした。しかしながら、各自が出したテーマで目指すところを探っていくと「地域コミュニティの活性化」という1つの目的にほぼ集約されました。そこで「地域コミュニティの活性化」について、議論を深めるために「活性化＝人が集まること」と仮定し「どんなコミュニティに人が集まるのか」について、参加者の意見を聞きました。



<「どんなコミュニティに人が集まるのか」 (2019年4月5日意見交換会)>

その結果「情報を発信する力があるコミュニティ」に人が集まるという意見が多数を占めました。そこから、地域コミュニティにおいて重要な構成員である「市民団体」にターゲットを絞ることとし、

地域コミュニティを活性化するためには

⇒市民団体が活性化する必要がある

⇒市民団体が活性化するには、市民団体に人が集まる必要がある

⇒市民団体に人が集まるようにするには、市民団体の情報発信力を向上させる必要がある

と考えるに至りました。市民団体の情報発信力を向上させるため、2020年1月には、自治体広報の専門家で、当時埼玉県三芳町で広報を担当していた佐久間智之氏を調布にお招きし、市民団体やサークル、公務員を対象に「伝わるデザインと情報発信の極意」というテーマで講演をいただきました。

1-2 地域メディアの活用に関する専門家の知見

同協議会では「市民団体の情報発信力向上」において「地域メディアの活用」が重要だと考えています。そこで、総務省情報流通行政局地域通信振興課が所管する「地域情報化アドバイザー派遣制度」を利用し、地域メディアや地域活性化の専門家の知見を学ぶことにしました。200人以上いる専門家の中から、東海大学文学部広報メディア学科教授の河井孝仁先生に決定し、当協議会での議論の経緯などを説明、計4回8時間、講義やアドバイスを受けました。

河井孝仁氏プロフィール



東海大学文化社会学部広報メディア学科教授。

博士(情報科学・名古屋大学)。静岡県職員を経て現職。

専門は、行政広報論、シティプロモーション、地域情報論。

公共コミュニケーション学会会長理事、日本広報学会常任理事などを務める。著書に『シティプロモーションでまちを変える』(彩流社、2016年)、『「失敗」からひも解くシティプロモーションなにが「成否」をわけたのか』(第一法規株式会社、2017年)など多数。

- 協議会の今までの経緯説明に関する河井先生からの課題提起
 - ・ どうしたら地域コミュニティが活性化した、と考えているのか？
⇒連携が深まれば、コミュニティの活性化、と考えてよいのか？
 - ・ 「活性化」は良くないワード
⇒市民団体の活性化とはどういう意味？
 - ・ 「市民団体がうまく情報を伝えられるようになる」
⇒認知を獲得する、と理解
⇒認知を獲得できれば、活性化したことになるのか？
 - ・ 市民団体はコミュニティと異なりミッションがある
このミッションを実現するために、市民の参加を促すよう広く呼び掛けたいのか？
⇒そうであれば「行動変容」を促す必要あり
⇒多様な人々の行動変容を促すことができれば、市民団体の活性化は達成されたことになるのか？
 - ・ この「コミュニティの活性化」と「市民団体の活性化」がよくわからないので、地域メディアをどう使うのかがわからない
 - ・ 「影響力があるメディア」との言葉があったが、何に対して、どのように影響力があると考えているのか？
⇒これが（協議会メンバー内で）共有されていないのでは？
 - ・ 「うまく情報発信」という言葉があったが、これは認知の獲得までの話なのか、その後の行動変容まで促すような形の情報発信を考えているのか？
 - ・ ブランド化という話があったが、何をブランド化するのか？調布市というものの差別的優位性を獲得したいのか？各市民団体や地域メディアのブランド化をしたいのか？
⇒メディアを「地域情報発信媒体」と考えてはいけない
 - ・ メディアはフェーズによって働き方が異なる
⇒認知をとるフェーズ
⇒セグメント化したターゲットに関心を引き起こすフェーズ
 - 1：ひっぱりこんで信頼を獲得するフェーズ（プルメディアになる）
 - 2：共感を形成するためのフェーズ

⇒行動変容を促すフェーズ

それぞれ異なるはず

- 各地域メディアがそれぞれのフェーズを実現できているのか？
- (認知獲得や関心惹起などをするために、対象を) セグメンテーションをした時に、このセグメントではこのメディアは弱い、といった認識があるか？
- 現在、ざっくりしすぎていて、(協議会は) 何をしていいかわからない状態になっているのでは？
- この状態でヒアリングをしても、頑張っています、とか、視聴者〇〇人とかの返答で成功しているかどうかかわからないのでは？
(〇万部発行していると言っても、それが成功なのか？〇万部発行しているというのは、中間アウトカムなのか、印刷していますというアウトプットなのか？)
- どうなると活性化なのか、定量的な指標が必要なのでは？

●課題提起後に受講した河井教授の講義概要

- メディア活用戦略モデル

0: 前の傾聴

(マーケティングリサーチ: できる力はあるか、聞き取る力はあるか?)

1: 認知獲得: 誘発ポイント

(プッシュメディア: 特にアールドメディア: 主に SNS を活用)

※アールドメディアを機能させるには誘発ポイントが必要

- ドミナント、トレンド、ギャップ、(+強い共感: 押し付けでない正しさ) が重要 (話題性)

2: 関心惹起: (プッシュメディア)

⇒重要ポイントはセグメント・ターゲティング (市民というのは NG)

そのターゲットに「刺さる」かどうか大切 (伝わるでは弱い)

ターゲティング

- デモグラフィック: 女性・30代 (これだけでは NG)

- ・ジオグラフィック：地理学的（調布）
- ・サイコグラフィック：大事にしていること、趣味、価値観など

インフルエンサーの活用

- ・インフルエンサーのフォロワーはかなりターゲットされている
どのようなインフルエンサーを使うかが大切

3：探索誘導（検索）

- ⇒QR コード
- ⇒検索キーワード など

4：着地点整備（プルメディア）

- ・信頼確保：行政サイトなど
- ・共感形成：ソーシャル・社会的な、社交的な：コミュニティメディアが有効
コミュニティメディアとは
https://diamond.jp/category/s-community_media
調布の地域（プル）メディアは信頼か共感のどちらか？
- ・信頼だけではNG。共感も必要。共感はソーシャルメディアだけでなく、オフ会でも獲得できる。
- ・インスタはプッシュだけでなく、プルメディアとして機能。特定の#で投稿してもらおう。検索してもらおう。

5：行動促進

- ・イベントにたくさん来て欲しい場合
⇒誰に来て欲しいのか
⇒その人に刺さるメディアは何なのか？を考えること
- ・ナッジ
ハードルを下げて、インセンティブを用意すると人が動く

例) 生駒のバスツアー

- ・ハードルを下げる⇒無料
- ・インセンティブ⇒先輩ママとの交流・クーポンがもらえる

⇒STEPPS という考え方が有効

Social Currency

- ・情報共有すると褒められる、いい気分になる
- ・インサイダー気分になれる（希少価値、限定価値）

Trigger

日常の中で思い出すようなきっかけ

Emotion

高揚感をあおる

Public

みんなが行っている（の可視化）

Practical Value

モノ・カネなどの実用的な価値を用意する

Stories

語りたくなる物語

⇒クラウドファンディングがこの STEPPS をよく使う

ラオスやミャンマーに絵本を届ける 120 万円がすぐに集まった。

Social Currency:いいことをした

Emotion:目標額に届かないと企画はなし

Stories や Public も盛り込まれている

6：成果指標分析

それぞれのフェーズが成功したかどうか定量的に判断

・活用できるメディアとは

1：オウンドメディア（自社メディア）

2：アードメディア

・マスメディア（大規模メディア）

・シェアメディア（共感メディア）

3：ペイドメディア（購入メディア）

第2章 地域メディア調査

この章では、「市民団体の情報発信力向上」のためには「地域メディアの活用」が重要と考えたことから、地域メディアへのヒアリング結果（今年度実施分：2メディア）と地域メディア協議会（仮）の設立に向けて、同協議会で行った議論や取り組みについて記します。

2-1 地域メディアへのヒアリング

まず前年度、同協議会では「地域メディアのあるべき姿」として以下の内容を提起しました。

*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）

この目標を念頭におきながら、今年度は2つのメディアにヒアリングを実施しました。

●メディア名：調布市民放送局

運営組織：特定非営利活動法人調布市民放送局

ヒアリング日：2020年8月25日

Q.なぜ、ネットの時代にJCOMやFMなの？

A. ネット上（通信）で情報を発信することは、技術的には比較的簡単でしたが、調布市民放送局が情報を発信し始めた頃は、まだネット上では情報への信頼性が担保できる状態ではありませんでした。情報化社会を見据えて新たな試みとして情報を地域に発信しようとした時、発信する情報と発信する組織の信頼性を得る事が重要でした。放送法が適用されるJ:COMやFMという既存の放送媒体を使用する事で信頼を得たいと考えました。いずれ人類が手に入れた情報技術は高度化しネットが放送媒体を凌駕するであろうが、情報を発信するためには、何が重要かと考えた時、どの時代でも情報への信頼性ではないかと考えます。その為、情報発信を始めた時より放送媒体と通信媒体と平行して

取り組んでいます。

最近では調布市民放送局の組織・コンテンツ共に一定の信頼を得られてきました。今まで放送した後でネット上にコンテンツを公開してきましたが、コロナ禍で、放送前にネット上で配信しても良いという放送事業者の考え方の変化があったため、ネットだけの配信にも着手しています。

Q. 市民団体の紹介などを貴媒体でとりあげていただくにはどうすれば良いか

A. 先ずは、直接ご連絡いただければと思います。

調布市民放送局の活動は、下記定款（運営目的）で書かれているように、地域（調布市）の情報に限られているので、調布市に関係していることが必要です。

また、NPO 法人としての定款や放送媒体を使用して発信しているため、

- ・ 特定の政治・宗教には関わらない
- ・ 特定の団体・個人の営利を目的とすることは行わない
- ・ 法令を遵守し、公共の福祉に寄与することを目的とし、公序良俗に反することは行わない

という活動方針を掲げております。しかし、直接的宣伝活動はしませんが、個人に焦点を当てたりして紹介することで取り上げる事は可能です。是非お問合せ・ご相談ください。

Q. 運営目的

A. この法人は、調布市のさまざまな伝統・文化・歴史・自然・地域情報並びに地域で活躍する人々を紹介するために、地域のために設置されているケーブルテレビ局やFM放送局のコミュニティチャンネル、インターネットなどを活用して、市民放送局として番組を制作し放送する。また、番組情報と地域情報を載せた機関紙を発行する。

更に、ビデオ講座等を行い、生涯学習の一助を担い、また地域のイベントに協力することによって、人と人とのつながり、交流の輪を拡げ、地域コミュニティの活性化、市民生活の向上、地域社会の発展に寄与することを目的とする。

（NPO 法人調布市民放送局定款より）

Q. 運営状況

A. 会の運営は、

1. 活動は原則として、市民のボランティアで行っています。
2. 活動は活動目的の趣旨に賛同する個人・団体との協働で行っています。
3. 運営経費は主に、会費（正会員、賛助会員、法人正会員、法人賛助会員）と、有料の記録制作・イベントの事務局委託等の委託事業で賄っています。

上記のように、原則、市民のボランティアで行っているため、人件費がかかっていませ

ん。年間の経費は最小に抑えられています。

本来、非常に難しくお金がかかるメディア活動です。急速な情報社会の発展の中で、新たな情報技術を使用して、地域という極小エリアでどこまで精度の高いメディア活動ができるか、トライアルの要素が強い活動です。正直、まだまだ試行錯誤は続いています。

Q. どのような情報を発信していきたいと考えているか？

- A. この活動を始めたきっかけは、毎日、世界中の情報や日本の社会・経済・芸能・スポーツ情報がマスメディアを中心に配信されていますが、生活をしている地域に必要な情報が流通しているのだろうか？との疑問からでした。そのため、広域メディアでは焦点があまり当たらないようなところの活動や地域で活躍している人を紹介していきたいと考えています。

地域には、目立たない小さな団体でも地道に何十年も続けている団体があります。そのような団体の〇〇周年行事などを取り上げ、記録として残すことも大切と考えております。（記録映像を提供することもあります）地域の活動を取材していて、そういう活動が地域社会を支えているのだという事がよくわかります。

Q. その情報を誰に届けたいのか？

- A. まず、活動目的である調布市内の人。この情報をきっかけに地域が活性化することを願っています。特に、年齢を重ねると、行動できる範囲が狭くなり、情報が得にくくなります。そのような方々に身近な情報を届けたいです。

また、調布市は、都会のベットタウンという特徴がある地域です。生産年齢の方は、調布市以外で働いている方が多く、特に現役の父親は地域との繋がりが薄い方が多いです。その方々がリタイアした時、地域との繋がりを持つ機会が乏しいと思います。人生100年時代、リタイアした後の時間が思ったより長くあります。そんな父親にも是非地域の事を知っていただき、リタイアした後の時間を地域・社会貢献しながら豊かに過ごしてほしいので情報をお届けしたいです。

Q. 女性メインでスタートしたが、今は男性も多い。なぜ？

- A. 一般的に女性の方が、子どもの関係で地域に馴染みが深く知人も多く、子育て情報を含め、居住している地域での身近な生活情報に興味があります。地域での情報活動をする上で、関わりやすかったと思われます。

しかし、情報を発信するメディア活動をするには、取材が必須で、コミュニケーション能力や社会性が求められます。また、基本的知識（放送法や著作権などの知的財産権など）も必要となり、長年社会で働いていた男性の培った力が発揮される場面が多くあります。要するに、メディア活動をするためには、社会の構成要員である、男性・女性す

べての人の意見と能力が必要になります。

一方、会社などの組織で仕事をしてきた方は、長年、人間関係において、役職や階級などの上下の序列が重視される縦社会で生きてきましたが、地域社会は、平等でフラットな人間関係が求められるコミュニティです。地域社会に馴染むためには、この違いを理解する事が必要になってきます。いわゆる地域デビューです。メディア活動だけでなく、すべての地域活動に共通した意識ですが、これを乗り越えると、今までと違った生き方が生まれてきます。最近、理解できる男性が増えてきたので、大変期待しております。

Q. 情報の発信頻度

A.

1. 「調布 CATCH」

J:COM 111ch にて 5分枠毎日 2回放送 月 2回更新

5分枠：通常、企画番組 3分、情報番組 or 告知番組 1分×2本で制作

2. 「調布わくわくステーション」

調布 FM 83.8MHz

毎週月曜日 21時45分～22時にて放送

現在は、調布市民放送局公式 HP で映像でも配信

3. 「調布市民放送局ニュース」

紙媒体 月 1回 2200部発行

番組表や市内のホットな話題を掲載

4. 調布市民放送局ホームページ（アーカイブサイト、公式サイト）

公式サイトから上記 1・2・3 の最新番組を配信 随時更新

特別番組（Web用）随時配信

5. 調布市民放送局 YouTubeチャンネル 全ての映像を配信 随時更新

6. 調布市民放送局 Facebook 支局 随時更新

7. ハルナビジョン（調布駅前のサイネージ）より映像番組放映 月 2回更新

8. ふう太ネット（姉妹都市木島平村のケーブル TV）より映像番組放送 月 2回更新

Q. 情報をどのように入手しているか？持ち込みの割合・頻度、どのようにして採用が決定されますか？

A. 持ち込み情報は 1割程度

主な情報源

- ・以前番組に出演頂いた方からの情報提供
- ・調布市民放送局の会員の情報提供
- ・取材で得た情報（役所や公的機関のプレスリリース等を含む）

採用決定方法

月 4 回企画会議を開き協議し、どの媒体で取り上げるか、いつ配信するか決定します。
常時メーリングリストを活用して、情報の共有に務めています。

コロナ禍の現在は、テレビ会議システムの Zoom を利用して会議を行っています。
放送媒体を使用する場合、調布市民放送局は、事業者に完パケで納品しているため、
ライブでは放送できません。その為、情報は早めにいただくと、タイムリーに放送
可能になります。

Q. 視聴率は？

A. ケーブル TV、調布 FM とも計測ができないため、わかりません。数字でわかるのは、HP
等のアクセス数のみです。

Q. 運営課題は？

- A. ・活動メンバーの高齢化
- ・情報化の進歩が速いため、常に情報技術の学習が必要
 - ・新規参加者の確保
- ⇒現在の無償のボランティア活動では生活できないため、若い人の参加が難しい
- ・運営資金の確保
- ⇒地域における公共的メディア活動を実現する場合、公平性を保つためにはスポン
サーをお願いしたり、補助金を得たりする事が必ずしも簡単ではない



会員・活動メンバー・寄付は常時募集しております。
市民のための情報は、市民自ら発信するという考えのもと、市民の皆様のできる
ご協力をお願いいたします。

●メディア名：タウン誌「182ch」

運営組織：株式会社ウィード

ヒアリング日：2020 年 10 月 29 日

発行部数(2020 年 10 月現在)：30,000 部

発行頻度：隔月、偶数月

発行開始：2003 年から

⇒一番多い時で 50 ページ、90,000 部発行していた。現在は 16 ページ

Q. コストは？

A. 以前はポスティング代がかなりかかっていました。製作は内製なので、外注は印刷代くらいです。

Q. 読者層はどのようにして把握しているか？

A. プレゼント企画で集計しています。

Q. 紙だけと、アプリも入ってからの読者層の変化は？

A. アプリを入れても、読者層は紙とあまり変わっていません。

Q. ターゲット層は？

A. 調布で消費してくれる層をターゲットとして考えていたが、今は特にターゲットは設定していません。

Q. 情報入手について、外部との接点が少ないとのことだが、どうして？

A. スタッフ個々の繋がりはあるが、全体として受け身になりがち。少人数のため、どうしても情報収集に限りが出てしまいます。

Q. 今後の可能性として、市民団体をアプリで紹介する枠を作るのは可能か？

A. 可能ですが、編集部内部で検討必要。スクールなどのクライアントがおり、サークルや団体を紹介するとバッティングしてしまう場合もあります。

Q. 子育てママが地域情報を投稿するコーナーができたとのこと、ボランティアは何名？

A. こうした層に使っていただければと思って作ったコーナー。はじめは投稿してくれていても、続かないです。

Q. 地域メディアセンターを作ることに、どうか？

A. 設立されたら、ぜひ参加したいです。

Q. 子育てママ以外のコーナーの開始予定は？

A. 面白ければ、ぜひ立ち上げたいです。提案いただければ。

Q. 読者層を増やすための企画などはあるか？

A. 以前は冊子もボリュームがあったが、今は内容をほぼ決めているので新しい企画を入れられません。アプリは記事などをどんどん追加できます。

Q. 広告主は何にメリットを感じて契約？

A. 現在はほとんど営業をしていません。調布全域、特に公共の場所にも置いてあることが強みです。市内 300 か所。

Q. ジモデリはすごい。これによってアプリ利用が増える？収益になる？

A. ウーバーや出前館は手数料が高いので商品の上乗せ代金も嵩むため、躊躇するお店が多いが、CHOFU ジモデリはかなりおさえているので出店者側にも利用者側にも喜ばれるのでは、と考えています。

開始からアプリのダウンロード、会員登録者数が増えました。調布駅周辺の店舗だけでスタートしましたが、現在は国領駅周辺まで範囲を広げました。ジモデリ自体の利益は当初よりあまり考えておらず、実際収益にはなっていません。

Q. 内閣府 地域コンテンツ大賞にエントリーしては？

A. 現状は考えていません。

Q. 冊子の補充はだれが？

A. スタッフ 4 名中、3 人が担当しています。

Q. 記事のリクエストは？

A. プレゼント企画のコメントで結構意見をいただきます。具体的なリクエストはあまりありません。実現したものは、子育てママ情報。こまごまとしたものはいろいろあり、都度、取り入れています。

2-2 地域メディア協議会(仮)の設立に向けて

前年度の協議内容を受け、市民団体の情報発信力向上の取り組みについての協議と合わせ、地域メディア協議会(仮)の設立に向けて、調布の地域メディアを招いて意見交換も 2 回行いました。

■1 回目 (11 月 24 日開催)

- ・出席者：調布市広報課 深沢様、調布 FM 袴田様、調布市民放送局 長友様、JCOM 調布世田谷 香月様 小路様、ちょうふ子育てネットワーク・ちょこネット (コサイト) 竹中様、ウィード (182ch) 加来様、調布市地域情報化コンソーシアム (調布経済新聞・ちょうふどっとこむ) 大前 (事務局)

計6 メディア及び当協議会メンバー

■2回目（12月17日開催）

- ・出席者：調布市広報課 深沢様、調布市民放送局 長友様、
JCOM 調布世田谷 香月様 小路様、
ちょうふ子育てネットワーク・ちょこネット（コサイト） 竹中様、
ウィード（182ch） 加来様、
調布市地域情報化コンソーシアム（調布経済新聞・ちょうふどっこむ）
大前（事務局）

計5 メディア及び当協議会メンバー

- ・調布市民放送局 長友様より、地域メディアをPRするイベント開催の提案あり
- ・同イベントと地域メディアが集まる場の設立に向けて、参加メディアから以下の意見あり
- ・知ってもらふことは必要だが、イベントじゃなくてもいいのかも。負担なく参加できるものもいい。体力の問題も。メリット。広告が取れるとか
- ・メディアでの発信に関心がある人を集めるのは難しいのでは？
- ・誰にどのように知ってもらふのか？それが決まらないと、実行委員会への参加もどうか
- ・広く（地域メディアに）声をかけることが大切
- ・イベント自体はいいが、それをすぐにやりましょう、というにはハードルが高い
お互いを紹介しあうところからスタートしては
- ・実行委員会形式にした方が、もっと話しやすくなるのでは？
- ・各媒体で、誰がどんな思いでやっているかとかは面白いかも

以上のような意見を受け、まずは当協議会で持ち帰り、今後の方向性を話し合った上で、改めて地域メディアにお声がけすることになりました。

2-3 地域メディア連携による地域情報の発信の試み

調布の地域メディアによる意見交換会において「市民への周知を図るため、1つのテーマについて各メディアで連携して情報発信する」という意見がありました。この意見を採用し、今回、各地域メディアが持つ媒体で一斉に情報発信を行う試みを実施しました。

■1 回目

- ・調布市医師会会長西田様の緊急メッセージの配信(2020年12月)

調布市では2020年12月、新型コロナウイルス感染拡大予防に向けた医師会会長からの緊急メッセージを市報1面などに掲載し、市民に対して対策を徹底するよう促しました。

【配信ルール】

- ・市報記事を利用する場合は、抜粋は良いが要約などはしないこと
- ・「調布地域メディア連携プロジェクト」の一環として配信している旨を伝えること

・調布市民放送局

1. 調布市民放送局ニュース1月号

ポスター(120枚) ニュース(2000枚) 配布

調布市民放送局のHPで映像とPDFで掲載。

<http://chofu-catch.or.jp/videos/news20210101>

http://chofu-catch.or.jp/wp-content/uploads/2021/01/139_2101news.pdf

《緊急特別番組》

コロナウイルス感染拡大を受けて、調布市医師会会長西田伸一さんの、緊急メッセージとコロナ対策についてお伝えします。(12月23日、西田医院にて収録しました。)

感染予防対策を行って、元気に乗り越えましょう!

この放送は、調布市にある地域メディアが協力して「調布地域メディア連携プロジェクト」の一環として配信いたします。

2. 調布FM「調布わくわくステーション」にて、西田会長への独占インタビュー

1月4日・11日・18日・25日放送

<http://chofu-catch.or.jp/videos/wakusute20210104>

上記内容の映像を、調布市民放送局のHPにて配信

<http://chofu-catch.or.jp/videos/wakusute-video20210104>

3. 上記の内容を調布市民放送局FB支局並びに調布Facebook交流会に掲載

・J:COM

番組名:ジモト応援!つながるNews

市報の情報を抜粋し全画面テロップとナレーションで読み上げ

最後にスタジオで地域メディア連携プロジェクトの一環で取り上げた旨のアナウンス。放送時間：2分6秒

放送日時：1/18（月）17:00～

放送チャンネル：地上デジタル11ch

放送エリア：調布市、狛江市、世田谷区、杉並区、中野区、新宿区、港区、大田区のJ:COMエリア

※アプリ「ど・ろーかる」でも配信

※再放送は1/18（月）21時、23時、1/19（火）7時、10時、12時30分

・コサイト

12月29日に、緊急メッセージの一部を抜粋し、コサイト上でニュース記事掲載

<https://cosite.jp/news/20201226>

その他 Facebook とツイッターでも配信

・調布FM

他の新型コロナウイルス関連の報道と合わせて、医師会が市報でメッセージを出している旨、1月頭から1月上旬ごろまで各番組で随時放送

・タウン誌「182ch」

12月25日に182chアプリ内で告知

・調布経済新聞

12月30日に、緊急メッセージの一段落を抜粋し、Facebookで配信

全文は調布市ウェブサイトへリンク。リーチ数:1,468、エンゲージメント数:28

■2回目

・調布市の新型コロナウイルスワクチン接種体制の配信(2021年2月)

調布市がワクチン接種会場や接種方法などを含む、実施体制を発表しました。

合わせて、本実施体制について、調布市医師会会長西田様並びに長友調布市長のメッセージも公開されました。

【配信ルール】

- ・メッセージを掲載する場合は、抜粋は良いが、編集・要約などはしないこと

・「調布地域メディア連携プロジェクト」の一環として配信している旨を伝えること

・ **調布市民放送局**

(映像公開 2月 25 日を予定)

調布市民放送局ホームページ、調布市民放送局 FACEBOOK 支局、
調布市民放送局ユーチューブチャンネルにて映像公開
調布市民放送局ニュース 3月号 1面にお知らせを掲載

・ **J:COM**

番組名：ジモト応援！東京つながる News

放送日時：2/23（火）17:00～

放送チャンネル：地上デジタル 11ch

放送エリア：調布市、狛江市、世田谷区、杉並区、中野区、新宿区、港区、大田区の
J:COM エリア

※弊社アプリ「ど・ろーかる」でも配信あり。

※再放送は 2/23（火）21 時、23 時、2/24（水）7 時、10 時、12 時 30 分
(特別番組等で急遽編成が変更になる可能性あり)

2/22 に行われました、調布市定例記者会見の様態とあわせてお送りすることになりました。

・ **コサイト**

2月 19 日に、ニュース記事を作成し公開

・ **調布 FM**

医師会メッセージを代読する形でラジオ CM を作成の上、放送

1. 放送期間：2021 年 2 月 21 日（日）～3 月 7 日（月）※予定
2. 放送方法：当社 CM 枠を活用したスポット CM（40 秒）展開
3. 放送時間・回数：調布 FM に一任（20 回程度の予定）

・ **タウン誌「182ch」**

2月 19 日（金）、182ch アプリ内で告知

・調布経済新聞

2月19日（金）に、記事として掲載。また、下記 SNS でも配信

- ・ ツイッター：フォロワー数 8,150 に対し、リツイート 16、いいね 42
- ・ LINE@：登録者数：2,874
- ・ Facebook は下記参照

1日後、5000円分の有償広告をFBで出稿。（対象：市内在住30歳以上男女全て）

フォロワー数 7,005

	リーチ数	いいね	シェア	クリック
2/20（土） 午前7時時点	1,948	84	4	482
有償広告	3,410	46	11	655 (クリック単価8円)
計	5,358	130	15	1,137

※有償広告のリーチ(3,410)の内訳

FBアプリ：2,150、インスタグラムフィード：644、FBモバイルサイト：251

インスタグラムストーリーズ：241、その他：124

年齢層別リーチ内訳

	男性	女性
～34歳	3.6%	5.8%
35～44歳	11.9%	20.2%
45～54歳	16.1%	18.5%
55～64歳	9.3%	8.5%
65～	3.3%	2.9%
計	44.2%	55.8%

第3章 今後の活動について

調布地域情報化推進協議会では今年度、「市民団体の情報発信力向上」に関する協議から始まり、途中、専門家である河井孝仁教授のアドバイスもいただきながら、「調布の地域メディア」についての調査、そして各地域メディアに集まってもらい意見交換会を開催するところまで進みました。

今後は、河井孝仁教授からご指摘を受けた通り、目的としている「活性化」や「情報発信力」という言葉の意味を明確にするとともに、「何をもってそれが達成できたと考えるのか」というゴールについても協議会メンバー内で共有していくことも必要と思われる。また、地域での情報発信において重要な役割を占めている「地域メディア」については、各メディアが集まり、意見交換などができる場の設置を、その目的や必要性を改めて話し合うことも含め、具体的な活動にまで落とし込んでいくことができれば、と考えています。

付録1：市民との意見交換会の開催日程について

今年度は、下記の日程で意見交換会を開催しました。

回	開催日	議題	備考
1回	4/24	中止	
2回	6/29	地域メディアへのヒアリングについて 地域情報化アドバイザー派遣制度について	たづくり 1001 学習室
3回	7/30	地域メディアへのヒアリングについて 地域情報化アドバイザー派遣制度について	たづくり 1001 学習室
4回	8/25	市民放送局様ヒアリング 地域情報化アドバイザー派遣制度について ⇒申請書は提出済。現在、返答待ち	オンライン
5回	9/17	先生からのアドバイス、メンバーからの質問など (先生第1回)	オンライン
6回	10/16	◆河井先生のお話のレビュー 日時：10月16日(金)19時～ 会場：たづくり9階研修室	たづくり 9階研修室
7回	10/29	1：前々回河井先生講義(9/17)及び前回(10/16) メンバー内意見交換会レビュー 2：地域メディア分析について ・地域メディアの棚卸 ・地域メディア分析(プッシュ・プル) 3：今後のアクションについて協議 ・ターゲットとする市民団体は、 「ミッションのある団体」としたい	たづくり 9階研修室
8回	11/24	第1回地域メディア意見交換会 1：本日の趣旨説明 ・地域メディアが定期的集まり、 情報交換をする場の必要性について協議 2：出席者自己紹介 3：河井先生から「地域メディア連携」についての 事例紹介 4：調布の地域メディアについて ・「棚卸」と「プッシュ・プル分析」 5：協議	たづくり 1001 学習室
9回	1/10	中止	
10回	2/18	地域メディア協議会(仮)の今後の活動について	オンライン

11回	3/26	地域メディアをもっと知ってもらうには	たづくり 1002 学習室
-----	------	--------------------	------------------

■報告書作成協力者（50音順）

・調布地域情報化推進協議会 幹事

大槻 昌美

竹中 裕子

南條 勉

平澤 和哉

三木 哲也

水田 征吾

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

長友 真理子 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