

【研究区分：地域課題解決研究】

研究テーマ：シビックプライドを育てる住民協働のシティプロモーション研究	
研究代表者：経営管理研究科 教授 百武ひろ子	連絡先：hiroko100@pu-hiroshima.ac.jp
共同研究者：経営管理研究科 教授 江戸克栄	
<p>【研究概要】</p> <p>平成 29 年度，30 年度の 2 ヶ年にわたって，広島県安芸郡府中町を事例として「結婚・子育て世代」の定着・移住促進を目的とした「居住地型」シティプロモーションの基礎的研究を実施してきた。本年度は，これまでの研究成果を踏まえながら，行政が主体で実施してきたシティプロモーションを住民協働で実施する段階を進めるための研究を実施した。先進事例の調査、市民発信の SNS 分析調査等を実施し，同町において，住民協働のプロモーションの仮説構築，実証実験を実施するなかで，住民協働シティプロモーション推進の視点と課題を得た。</p>	

【研究内容・成果】

1. 研究方法

本研究は，以下の研究フローにしたがって，実施した。

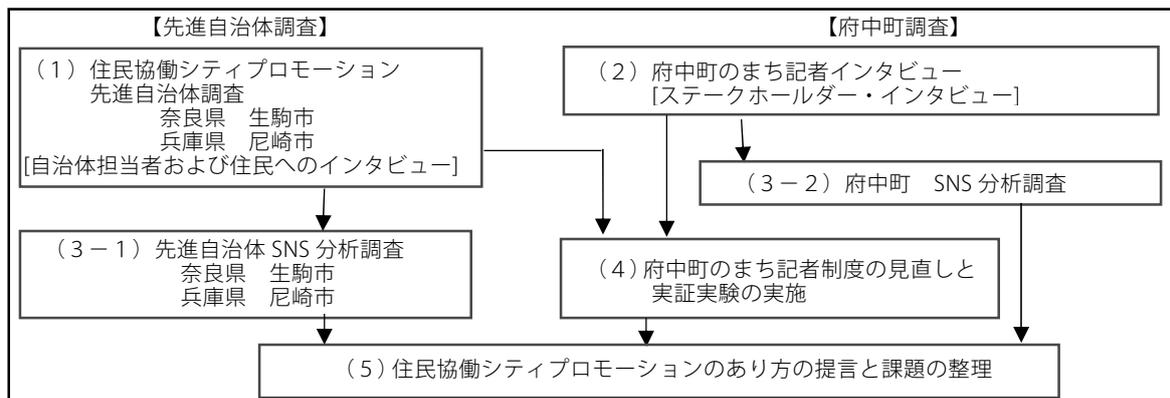


図 1：研究方法のフロー

2. 研究成果

(1) 先進自治体（生駒市・尼崎市）および住民（生駒市）へのインタビューから示唆された住民協働シティプロモーションで重視すべき点

- ① 地域特性を生かした協働する住民のターゲット設定
- ② 移住を促進したい地域外の人やターゲットへの呼びかけから，地域住民を対象に自己実現のさまざまなかたちを表現する活用する方向へのシフト
- ③ 「まちの当事者を増やす」ということを目的とし，住民同士が交流できるイベントや住民が SNS で発信したくなるイベントの実施
- ④ 住民が情報収集の過程で知り合う住民を巻き込んだ協働の輪の拡大（生駒市）
- ⑤ 担当自治体職員と協働する住民との信頼関係の構築
- ⑥ 地域の推奨度を図るアンケートの市内外で実施による定量的な到達度の測定
- ⑦ 首長の強力なリーダーシップにもとづく全庁をあげたシティプロモーションに対する意識の向上

(2) 府中町のまち記者へのインタビューからの示唆された点

- ① 参加住民と同じ立場で活動する府中町職員のまち記者参加の機会創出
- ② 行政発信と異なる住民発信ならではの記事作成のアドバイスの必要性
- ③ 若者世代のまち記者参加促進

(3) 先進自治体（生駒市、尼崎市）と府中町 SNS（Facebook）地域情報発信記事の分析

【投稿頻度】

表 1 に示すように先進自治体のコメント数は、府中町より数が多く、生駒市では市民発信の投稿は、行政発信の投稿よりもコメント数が多い。市民発信の投稿には店舗情報や桜など生活に密着した記事が多く、親近感を持たせる記事の書き方をしているため、コメントしやすいと考える。

【投稿内容の特徴】

投稿内容を分類すると、生駒市は観光情報、府中町は地域の情報が多い（表 2 参照）。観光情報は市内、市外を問わず関心を持たれやすい情報であるが、地域の情報は町外の人には関連が薄く、関心を集めにくいと考えられる。

市町	投稿者分類	投稿数（件）	コメント数（件）	投稿数に対する平均コメント数（件）
生駒市	市民	3	25	8.3
	行政	7	17	2.4
尼崎市	市民	0	0	0.0
	行政	10	14	1.4
府中町	市民	0	0	0.0
	行政	10	2	0.2

表 1：各自治体の Facebook 記事投稿数とコメント数

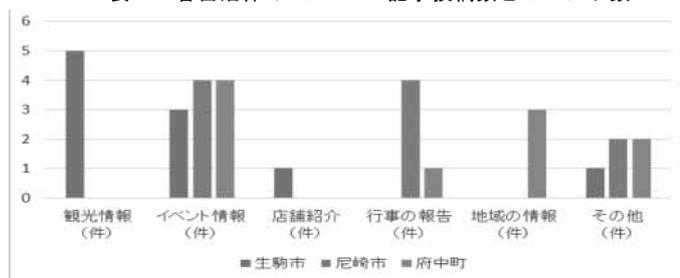


表 2：各自治体の Facebook 投稿内容の分類

(4) 府中町のまち記者制度の見直しと実証実験の実施

上記調査を踏まえて、府中町の住民によるまち記者制度を見直し、①府中町で流出が多い子育て世代以前の若者世代（30 代未満）を対象に再設定、②府中町若手職員もまち記者として募集、③生駒市同様、SNS で掲載する写真撮影スキルを高める講座の実施、といった新たな試みを加えて実証実験を試みた。実証実験を進めるにあたって課題となったのが若手世代住民および府中町若手職員の参加募集であった。これは、同町のシティプロモーションの意義と目的が職員全体に浸透していないこと、職員と直接的な信頼関係が構築されている若手住民の絶対数が少ないといった要因によるものと分析する。なお、コロナ感染拡大の状況下で、まち記者としての活動が期待したかたち行うことができず、また住民のまち記者に対する実施後のインタビューも予定どおり行うことができなかつたため、仮説の検証については、十分な結果を得ることができなかった。

(5) まとめと今後の課題

本研究成果から、地域住民のシビックプライドを醸成する協働のシティプロモーションを推進する各段階において以下の項目がポイントとなることを導き出すことができた。

【住民協働のシティプロモーションを進めるうえでの基盤形成段階】

- ・ 市内全体で進める住民協働のシティプロモーションの意識向上と協力体制の構築
- ・ 地域特性を生かした協働住民ターゲットの設定
- ・ ターゲット層となる住民の地域への関心を高め協働参画へと促す交流イベントの実施

【住民発の情報発信段階】

- ・ SNS 分析によって示された住民ならではの情報発信の強化と行政発信の多層的な情報発信の実施
- ・ 担当職員と協働する住民との信頼関係の構築

【住民協働ネットワークの拡大段階】

- ・ シティプロモーションを行う住民の情報収集過程における他の住民の巻き込み

【シティプロモーションの効果測定段階】

・ 地域内外の市民を対象に地域の推奨度を定量的にモニタリングすることによる実態把握
 コロナ感染拡大によって、居住地域に対する住民の意識が変化することが予想される。今後は、住民の地域観の変化に応じたシビックプライドの醸成とシティプロモーションのあり方について研究を進めていきたい。