

総務常任委員会行政視察

提出者 吉田 つとむ

平成30年5月7日（月）～平成30年5月9日（水）

富山市分 平成30年5月7日（月）広報・広聴について

●「富山市シティプロモーション事業」に関してを記載

富山市は、市のイメージアップや認知度の向上につながる事業を富山市シティプロモーション事業として認定し、事業費を支援します。すなわち、「市のイメージアップや認知度の向上につながる」ことを「シティプロモーション」と称し、その取り組み＝事業を設定しています。

その事業費のベースは、年間6千万円ほどであり、昨年度は、東京ガールズコレクションの招致に関しては別途3千万円の追加が生じたといいます。その後の展開が語られないことで、そのことでの顕著な効果は無かったのでしょうか。



キャラクターでは、富山市立探偵ペロリッチが開発されていました。ショートムービーアニメ、WEB、ツイッターが用いられており、多岐にわたっていました。実際には、「富山市立探偵ペロリッチ」は富山市民にとってもそれほど高くないようでした。他方、アメジングトヤマ（下記写真参照）は、モニュメントも設置されているとのことですが、どのような形でもフリーで使用でき、市民や市外の人も自由に使用しており、その効用ははるかに高いようであり、市民の認知度も高くなっていました。インスタ時代に対応していることで、市民が手軽に市民参加形式の作品が作成できることが特徴であり、世代を超えて誰でも参加できることが有用になっていると思いました。市庁舎でその写真の作品展が開催されていました。行政コストは、ゼロに近いやり方と言えましょう。



比較するに、「まちだシティプロモーション」の策定の意図は、
市民と行政が協働で、未来づくりプランの進捗により新たに生まれる魅力や既存の地域資源を市内・市外に戦略的・継続的にアピールするための役割を明確化し、オール町田での意思統一を図り、「住みたい」、「訪れたい」、「活動したい」と思われるように、都市の魅力を高めていきます。

としており、「まちだシティプロモーション基本方針」
では、
戦略的・継続的コミュニケーション(情報発信)の積極展開
情報発信活動を効果的に進めるためのシンボルの作成
「町田らしさ」を意識した都市イメージの構築
幅広い市民参加を促す仕組みづくり

関連して、
まちだ自慢とは、市民と行政が協働し、町田市の魅力を創造し、市内・市外に向けて戦略的かつ継続的にアピールしていく取り組みです。

町田市のものは、このように表現が堅苦しく、概して趣旨がわかりずらく、とにかく「協働」と言う言葉の乱発です。なんでも「市民」を入れ込みたい、その分、「協働」と言

言葉が先行し、実態は一般市民が参加するには垣根が高い体制になっています。

この富山市の例に倣い、物事は単純が一番。事業費は意外とかけていないものが有用と学びました。