平成27年度第2回千代田区魅力発信会議 会議録（概要）

平成27年10月16日（金）
千代田区役所4階401会議室

【1 開会】18:30

オリンピック・パラリンピック担当課長が欠席のため代理により挨拶。
各テーブルに着席する区の職員の紹介。

【2 議題1 会議の公開・非公開について】

座長

- 会議の公開／非公開の確認

事務局

- 会議の傍聴希望者はなかった旨説明

座長

- 承認

【3 議題2 前回の振り返りと方向性の整理について】

事務局

- 資料1「前回の振り返りと方向性の整理について（案）」を基に、
シティプロモーションの定義を明確化し、今後の会議の進め方の説明。

(1) シティプロモーションの目的

- ・住民の愛着度の形成。
- ・自治体名の知名度の向上や、自らの地域イメージを高め、経営資源の獲得を目指す活動

(2) シティプロモーションの対象

- ・区民の方、在勤、在学の方などに向けた内向きのプロモーション。
- ・区外の方の日本人・外国人に向けた外向けのプロモーション。

(3) 今後の会議の進め方

「区民向け」「区外向け」「外国人向け」のイメージをもっただきながら、「行く・住む・居る・支える・伝える」といったテーマからワークショップ/ワールドカフェ方式で掘りおこしをしていく。

座長

- 承認

【4 議題3 千代田区の魅力に関するアンケート集計結果について】

受託事業者

- 資料2 アンケート集計結果から分析した、「千代田区の魅力に関するアンケート集計結果について」を基に、概要を説明。
- 今回の調査を通じて、「区民」、「昼間区民」、そして「区民外」の対象者（3者）の方々に「共通している認識と乖離している意識」の姿が明らかになる。
 - ・千代田区のイメージは、「皇居」「交通の利便性」の2つが中心であるとの認識は3つのカテゴリで共通している。
 - ・アンケート結果から「アツい区民、冷静な昼間区民、関心の薄い区民外」という対象者（3者）の意識の乖離がみられる。

- データにつき、質問数点。
 - ・選択肢にスカイツリーなど千代田区内にないものもあえて入れたということか。
 - 区外の方がどの程度千代田区のことを知っているかを調査する目的で入れた。区民向けのアンケートには入れていない。
 - ・該当する番号に○をつけるよう記載があるが、設問には番号がついてないのだが。
 - 送付したアンケートには、番号を記載し、そこに○が付けられるようになっていた。
 - ・回答数が100%を超えている設問があるのだが、これはどういうことか。
 - 複数回答可の設問だったので、100%を超えている。
 - ・区民向けのアンケートの回収率が少ないように感じるのだが。
 - 他の地域の区民調査と比較しても、33.8%の回収率は決して低くない。WEB調査は100%になるまで調査を続けるので、回収率が100%になっている。
 - ・千代田区の代表的な地域を3つ選ぶという設問の回答率が低すぎるような気がする。単純計算で、300%になるのではないか。
 - この結果では、上位の地域しか載せていない。他の地域も含めるともっと多くなる。また、1つしか選んでいない方もいるので、300%にはならない。
 - ・設問は区民・区外共に全て同じなのか。
 - 区民の方からのクレームにならないよう、若干異なったものになっている。

- ・地域資源や魅力だと思うものを3つ選ぶという設問は国会議事堂などという設問はなぜないのか。

→設問数が多すぎると、回答が散らばってしまうので事務局や座長と相談しながら決定した。

座長

- 承認

【5 議題4 千代田の魅力の掘りおこし】

受託事業者

- 朝倉教授及びファシリテーター紹介

- 掘りおこし作業実施

各グループに分かれ、ファシリテーターの主導のもと、各テーマごとの魅力の発掘を実施。

- グループ討議（ワールドカフェ方式）実施

途中で各委員が希望のグループに移動し、全体の議論の活性化を行う。

（発掘された具体的魅力については、別紙参照）

座長

- 承認

【6 議題5 魅力プロットシートについて】

受託事業者

- プロットシートの配布・次回までの課題の説明

その性質により、「観る」「食べる」「遊ぶ」「驚く」「繋がる」「囁く」の6カテゴリに魅力をプロットするためのプロットシートを次回までの課題として配布。

座長

- 承認

各テーマのファシリテーターより総括を行うことを提案

朝倉教授

- 「伝える」チームの総括

・何を伝えるかを主に議論した。

・出てくる魅力としては食べ物に関係するものが多いが、公園や文化、歴史なども数多く出た。

(例) 将門の首塚 番町皿屋敷など

- ・これらは、ある意味でダークなイメージのある資源であり、皇居のある、「高貴な（ノーブルな）千代田区」という現在のイメージの対極にある魅力的な一面なのではないかと指摘。

「住む」チームのファシリテーター

●「住む」チームの総括

- ・住民と非住民に分かれて議論を行った。
- ・住んでいる方が気付いていない魅力、また住んでいないのに区外の方が気付いている魅力が存在するという事（ギャップ）を認識した。
- ・住んでいる人とこれから住む人の間で、魅力の共有が行われると良いのではないか。
- ・千代田区内の地域差（神田と麹町など）が今後の課題として残る。

「居る」チームのファシリテーター

●「居る」チームの総括

- ・秋葉原などの各地域に行きたい観光客はいても、千代田区そのものに行きたいという観光客はいない。滞留時間をどうやって増やすかという点が課題。
- ・銀座など、他の自治体との連携が必要。
- ・拡張現実（AR）などの技術を使い、「まちを歩く」ことそのものに魅力を感じて頂ける仕組みを作ったらいのではないか。

「行く」チームのファシリテーター

●「行く」チームの総括

- ・観光資源や街並み、食べ物についての議論がメイン。
- ・外国人の目線での議論を行った。
- ・飲食店のメニューなどの英語表記が千代田区内では進んでおらず、ホテルでも、千代田区内の店舗は紹介しづらい。
(銀座や六本木をご紹介することになりがちである。)
- ・秋葉原はアジア系のお客様が多く欧米が少ない。
- ・メイドカフェと猫カフェが人気。
- ・治安が良いことも、地域の売りとなる。

「支える」チームのファシリテーター

●「支える」チームの総括

- ・旧住民と新住民の融合が課題。
- ・新旧住民の間に溝と距離感があり、現状それを埋める場がない。
- ・そのような課題解決の手段としての、お祭りなどの地域イベントの活用や、図書館や美術館など公共施設の活用が求められるのではないか。
- ・11の大学の学生の活用も今後の課題である。

座長

●総括

- ・千代田区はすでに盛り上がってしまっており、そうであるからこそまちぐるみの取り組みが遅れているのではないかと指摘。
- ・各町毎の歴史の深さ、ブランドが重なりあってできている千代田区において、その各個別の魅力を吸い上げる千代田区のブランドイメージがまだまだ少ないことが課題として挙げられ、その点を突き詰めていけばより面白い議論が行われると総括。

【7 議題6 SNSの運用について】

事務局

- Facebookの運用方法について説明

【8 その他】

事務局

- 資料4「千代田区が設置している各種案内表示等（サイン）」、資料5「広報板について」を基に、区内の各種案内表示等（サイン）について意見交換
- アンケートの集約結果と再アンケートの依頼
- 議題が全て終了したことを宣言
次回実施が11月12日（木）午後6時30分になることを宣言して終了

【9 閉会】21:15