

## 第3回 練馬区広報施策懇談会

### 会議録

日時：平成24年12月17日（月）

18時30分～20時00分

場所：練馬区役所本庁舎5階庁議室

出席者（有識者委員）：江上委員、立谷委員、横溝委員

（区 委 員）：区長室長（座長）、広聴広報課長、企画課長、情報政策課長、  
商工観光課長、文化・生涯学習課長

#### 次第

開会

1. 第2回広報施策懇談会会議録について
2. 練馬区広報施策懇談会報告書（案）について
3. その他

閉会

#### 議事要旨

##### 1 第2回広報施策懇談会会議録について

- ・ 議事録は後日確認をいただくこととなった。
- ・ 商工観光課長から観光協会ホームページアクセスに関し説明

##### 2 練馬区広報施策懇談会報告書（案）について

- ・ 広聴広報課長より資料2により説明

委員：マンションの大手業者7社の調査結果だけがエビデンスとして出ているが、もう少し客観的なエビデンスもあったほうがいい。

委員：基本的なことかもしれないが、先ほど議会に報告するというお話しがあったが、この報告書は、今後どんなステップを踏んでいくための資料と考えたらいいのか。

広聴広報課長：

まず区長に報告する。区長が施策を考えるための資料という位置づけとなる。また、この懇談会の設置については、既に議会報告しているので、この報告書も議会に報告する予定である。議会には報告というかたちになり、質疑を受ける。

企画課長：

ただ区長がこの報告書に基づき施策を決めた場合、必要な予算等については議会のチェックがもちろん入ることとなる。提言に基づいた各種具体的施策については、議会の意見を聞きながら進めることになると思う。

委員：民間企業なのでいろんなプレゼンを社長にもするが、書いてあること自体はごもつともだし、総論ではOKかと思う。じゃあ「具体的に何をするのか」という記述がこの報告書にはない。「アニメ事業はこうする」とか「外部の力はこのような形で取り入れる」などの具体例を示すべきなのではないか。

座長：その具体策については来年度検討していきたいと考えている。この報告書は「その準備」という位置づけとなる。具体的な戦略・計画・体制とかは、来年度またこの懇談会を設置して、委員の意見を聞いていきたいと考えている。

委員：今年は「問題点の指摘」にとどめる、ということだと思うが、実は具体的などころまで意見を言いたかった気持ちがある。多分「点から面へ」とか「ストーリー立てて」とか、その言葉だけこの報告書に載せても、具体例を示さない限り、その言葉の意味が分かってもらえないのではないか。

委員：来年中途採用をしようとか、どこかにデザイン系の統括、C Iルームみたいな組織を作ろうとか、きっといろいろある。そのためのことは書いてあると思う。あと、美術館中心の書き方になっているなというのがやや強く感じられる。課題についてはもっと掘り下げたほうが良いのではないか。「これから基礎的自治体は競争の時代に入る。好意度を上げ居住意向を強め、自治体の活動を今後どれだけ高められるかが課題」とか。

委員：課題の1と2は、私たちのプレゼンテーションベースで重ねると、区の理想とする帰結点に向けて重点はどこかを探し、その重点が見つかったらその近辺のコンテンツの棚卸しをして、ストーリーをつくって最終的には人柄に繋げていく。それがやりたいことですよね。課題のひとつとして考えられるのは、「人材と体制」で言えば、求められる人材は「マーケティング能力」ではなく「編集能力」だと思う。ストーリーがつけられるような編集能力に長けた人材が必要だと思う。

委員：先ほどの話で言えば、対面の記者が一緒に、その方が美術館に聞いたりそちらに聞いたりということか。当社ではどこに取材をしようと広報が受けて、交通整理してくれる。だからコンタクトも取れてコミュニケーションを取るようになるし、パイプが強くなる。記者の顔が常に見えて、毎日何回も経済紙担当とはやっている。取材にもほぼ立ち会う。

委員：そのところが行政と違う。企業は売り上げ、企業の価値に結びつくので、人材を投資できる。行政でそこまで広報に人材をおけるかどうか。やっぱり行政の場合には正確性であり、安全性であり、住民に対する責任と法的にきちっと妥妥に施行されているのかということが一番になる。何か目玉になるプロジェクトをやるときには一丸となってそういうスタイルが適用できると思うが、何もかもはできない。美術館というのを広報戦略の柱にして、これを素材にしてやるんだというある程度の認識とセッティングができているということなのではないか。

委員：自分は練馬で働いているが住んではない。143位と10位のギャップは、住んでこれだけいいということが伝わっていない。練馬区住民にどれだけもっと自己肯定感を届けるかというのが練馬区の行政の使命かと思う。そういう意味では、広報のテクニカルないろんな仕掛けとか仕組みはこの懇談会で、他の委員が充実したアドバイスをされて

いると思うが、練馬区民を広報マンにするという方針も一つあるのではないかと思う。例えば、日本の観光振興で観光の伝道師じゃないが何とか観光マイスターとか、毎年100人選んでとかやっている。それこそ、練馬区民を毎年30人に称号を渡して、彼らが練馬観光のガイドになっていくという仕掛けもある。練馬区民のパワーを引き出して使っていくというような仕掛けを考えられないか。

商工観光課長：

今、「ねり歩き観光ガイド」の育成をしている。※詳細の説明

委員：全体をくるむようなコンセプトにまとめて、キャッチフレーズやネーミングやいろんなデザインツールを作ってみてはどうか。すぐくまじめにやっていたらいいので、それをもう少し練馬シティプランニングカレッジとか装置を作り、何か動機付けになるような仕掛けを作っていけるといいと思う。

文化・生涯学習課長：

ふるさと文化館では、ロコミ戦略というものを行っている。

※ふるさと文化館ロコミ戦略の説明

委員：行政の広報はどうしても防衛的のところをきちっとやらないといけない。そのためには、新しい組織を作ったほうがいいかもしれない。攻めのマーケティング的な、シティプロモーション的な。一人の人間がマイナスとプラスの両方をコントロールするのは難しい。

情報政策課長：

広告や広報の評価方法に関して取り組みを教えてください。

委員：宣伝部と広報部に分かれている。テレビ宣伝はだんだんとWebに取られているところもあるが、そこはきちんと数値化している。例えば定期的に消費者調査にかけて、もちろんやる前もどういう印象を受けるか購入意向が高まるかとか魅力度はどうだとかやっているし、実際に2000とか3000GRP(※1)とかある程度のボリュームを流したあとでこのCMを知ってますか、純粋想起するか、プリコードを出して助成想起するか、魅力度はどうか、購入意向に繋がるかというのは、ずっと蓄積があるのである程度それによってどういう評価かだという報告はもちろんできる。広報に関しては記事に対する評価が非常に難しい。総じて記事のカウントで世の中に評判になっているねとか、個別の大きい記事に関していうと、この部分が利いているよねと個別で見たりするが、定量的に総ざらいでこの記事がこのくらいの数が出たからいいというのはなかなか難しい部分はある。

(※1) GRP・・・テレビCMの定量指標。数字が大きいほど、多くの視聴者に多くの回数、CMメッセージが届くことを意味する。

委員：難しいですね。プロジェクトの場合は、ブランドの連携ということで広報をやろうと考えているとして、自ずと先ほどの帰結点ではないが基準がある。どう書かれればいいのかという目標がある。その目標に対して整合性がある記事が出たか出なかったか。量ではなく対応という感じでブランドと広報を連携させて評価するケースが多い。

### 3 その他

委員：今回私たちが寄与できたのは、区庁内もあまりよくご存じなかったというサポーターとか、観光ガイドの話が聞けて全員で共有できたというのが良かったと思う。得てしてそういうもの。練馬区も大組織で、どうしても行政組織は縦割りなので情報の共有は内部で一番大きな課題だと思う。こういう部外者が入ることによって、いつもの行政の推進する目じゃない、違うアンテナ、ほかの部署の話を受容して、想像力をもって受け止めるという、こういう機会が大事なんだろうと思う。来年も続けてやろうという感じである。

委員：行政の広報は難しいなど、逆に私たちも勉強になった。基本的には均等に平等に情報を発信しないといけない。通常の民間であれば狙いを付けてこの人だけに言う、あとの人には言わない。これが許されない中でいくと、ここにあるプロジェクト化の示唆ができるとすれば非常にいいと思う。そういう形でやらなければいけないんだろうと思う。本当はもっとざっくばらんに、そんなことを言ったってとアイデアをぶつけ合っても良かったかなと思うが、それはまた次の機会で行ければと思う。

委員：まずは好き勝手に言ってしまうって申し訳なかったと部分もあるが、私自身は一民間企業なのでこういう形でお話してきたことは非常に刺激になったと思う。IT化、コンピューターがどんどん入ってきて、直接会話をするとか、会って話をするというのがおろそかになっている。実際に会ってお互いが話しをすることによって聞いたかったことだけじゃなく、それ以外、その周りにある情報も知れるので、もうちょっと人と会って話をしようということもやっている。社内はもちろんだが、こういった形で全然私が経験したことがないこういった皆さまとお話しすることによって、何となくそういうことなのかなというような、一つの勉強というか、たとえになったのかなと思っている。こちらこそありがとうございました。

座長：有識者委員の皆様には、3回の懇談会であったが、大変有意義な意見をいただいた。本日出された意見を受けて、「報告書（案）」を修正する。委員の皆様には郵便等でお諮りしながら「報告書」をつくり上げたい。委員各位のご協力に感謝申し上げ、これで懇談会を終了とする。

以上