

2014年度視察

足立区 視察報告書



視察年月日:平成26年8月13日

江東区議会民主党
鈴木綾子

視察目的と概要（足立区）

視察調査項目と訪問先(足立区)

江東区のICTを活用した区民サービスの向上に資するため、ホームページをリニューアルし、分かりやすい情報発信を行っている事例や、シティープロモーションに先駆的取り組んでいる足立区を視察した。

日 時 : 2014年8月13日(水)
10:00～12:00

場 所 : 足立区役所

参加者: 江東区議会民主党 鈴木綾子議員

【足立区について】

■人口: 688,722人
(2014年7月1日)
■面積: 53.20km²

1. ホームページのリニューアルについて

①ホームページのリニューアルについて

対応者: 足立区 政策経営部広報室 広報報道課 吉田厚子課長

2. シティプロモーションについて

①足立区シティプロモーション戦略方針について

対応者: 足立区 政策経営部広報室 シティプロモーション課
根岸 彰雄課長



1. ホームページリニューアルについて（足立区）

足立区では、平成24年8月1日にホームページを全面リニューアル。「必要な情報がすばやく見つかる」ことを最重要視し、探しやすく、見やすく、分かりやすいホームページで区政情報を発信している。

足立区ホームページのリニューアルの目的・方針

知りたい情報をより探しやすく

- 「探しやすさ・わかりやすさ」を補完する機能の導入
- 高齢者や障がい者など誰もが支障なく利用できる配慮

区の魅力を内外にアピール

- 「足立区らしさ」「足立区の魅力」を表現できるトップページ
- ホームページ全体に統一感を持たせ、親しみやすく、わかりやすいページに

災害・緊急時の情報の即時発信

- 緊急時のお知らせを、迅速に、効果的に伝える機能の充実

独自性のあるコンテンツの作成

- 重要施策ページ(特集ページ)への自動集約機能
- おでかけ情報の充実

【足立区トップページ】

出典:足立区視察資料

足立区
Adachi city

音声読み上げ・文字拡大 English 中文 外部
サイトマップ 携帯サイト 上るあるご質問
お問い合わせコードあだち 03-3880-0039

キーワードを入力 足立区全体を検索 検索

注目ワード | 地域接種ナビ | 校舎いじめ相談 | 窓口混雑予想 | ごみの出し方 | はるかぜ時刻表 | 図書館

避難手順・避難場所 | 休日・夜間診療所 | 放射線対策

トピックス 新着情報

- 全国消費者支援センターを名乗る架空請求にご注意ください！
- 区内共通商品券が当たる！区・都民税口座振替キャンペーン実施中
- 熱中症は予防が大事。室内でもご注意を！
- ホームページのメンテナンス作業のお知らせ
- 犯罪認知件数が6位になりました！

トピックス一覧 トピックスRSS

ライフシーンから探す 目的から探す

赤ちゃんがやってきた	ごみ・防災など生活のお役立ち
育児を応援します	健康が気になります
学校や教育のこと	地域活動に興味あり
引っ越しします	介護が必要になりました
社会人になりました	50歳からの準備
結婚します	不幸がありました

イベント・講座情報

地域活動に興味あり	ごみ・防災など生活のお役立ち
区民の皆さんの様々な地域活動を紹介します。	健康が気になります
	地域活動に興味あり
	介護が必要になりました
	50歳からの準備
	不幸がありました

つながるひろがるあだちの教育
→ 重要施策を全て見る

ご意見・ご要望をお聞かせください。
・区長へのメール
・パブリックコメント

» はい、区長です。

» 区議会

施設案内
電子申請・各種予約
広報・報道
Twitter・SNS
区のデータ・資料
人材募集
事業者のみなさん

出典:足立区ホームページ <http://www.city.adachi.tokyo.jp/index.html>

1. ホームページリニューアルについて（足立区）

足立区ホームページ 改善方針①区の魅力を内外にアピール

区の魅力を内外にアピールできるトップページに改善。他の自治体のホームページを参考に、「足立区らしさ」「足立区の魅力」をわかりやすく表現し、簡単に情報にたどり着けるページにリニューアル。

【足立区の魅力を表現する「足立の魅力BOX」ページ】

The screenshot shows the official website of Adachi City. On the left, there's a vertical sidebar with sections for 'Childcare Information' (子育てに役立つ情報を探しました), 'Seniors' (シニアに役立つ情報を集めました), and 'Adachi's Charm' (足立の魅力 BOX). The main content area features a large banner titled '足立の魅力 BOX' (Adachi's Charm BOX) with a cartoon character. Below it, a section titled 'あだちじまん' (Adachi-jiman) highlights the 'Art Access Adachi Sound Machizukushi no Nawa' project, showing a person performing traditional dance. Other sections include '足立を知る!' (Learn about Adachi!) and 'イチ押しスポット' (Must-see spots), each with a list of items and small images.

This screenshot shows the 'Adachi's Charm BOX' page in more detail. It includes sections like 'あだちじまん' (Adachi-jiman) showing a performance, '夏のおいしい給食メニュー' (Summer delicious meal menu) with a picture of a dish, and several other boxes for '自然' (Nature), '文化・歴史' (Culture and History), and '健康・スポーツ' (Health and Sports), each with a small image and brief text.

1. ホームページリニューアルについて

足立区ホームページ 改善方針 ②探しやすさ③緊急災害情報の即時発信

「探しやすさ・分かりやすさ」を補完する機能を導入。
画面の横に「子育て」「シニア」「足立の魅力BOX」のタブをつけ、
目的別にユーザーが利用できるように工夫されている。

The screenshot shows the official website of Adachi City, Tokyo. At the top, there is a navigation bar with links for '音声読み上げ・文字拡大' (Text-to-speech), 'English', '中文', '한글', 'サイトマップ' (Site Map), '携帯サイト' (Mobile Site), and 'よくあるご質問' (FAQ). A contact number '03-3880-0039' is also listed. Below the navigation bar is a search bar with a placeholder 'キーワードを入力' (Enter keyword) and a button '検索' (Search). The main content area features a banner titled '子育て役立ち便利帳 わくわく子育て' (Childcare Convenience Guide: Wakuwaku Childcare) with five children in white shirts and black pants standing in a line with their arms raised. To the left of the banner is a vertical sidebar with three colored boxes: '子育てに役立つ情報を集めました' (Information gathered for childcare), 'シニアに役立つ情報をを集めました' (Information gathered for seniors), and '足立の魅力 BOX' (Adachi's Charm Box). The main content area is divided into several sections: '目的別に探す' (Search by purpose) and '年齢別に探す' (Search by age). Under '目的別に探す', there are six categories: '赤ちゃんに出会うまでに' (Before birth), '子どもを預ける' (Childcare), '区の子育て支援の取り組み' (Community childcare support programs); and under '年齢別に探す', there are four categories: '赤ちゃんが生まれたら' (When a baby is born), '子どもと一緒に出かけよう' (Going out with children), '子どもが欲しい' (Wanting a child), and 'すくすくあかちゃん' (Growth of a baby). On the right side, there is a '子育てフォトレポート' (Parenting photo report) section with a thumbnail of a photo of children playing and the text '親子の憩いの場「子育てサロン」をパネル展示で紹介!' (Introducing the panel exhibition of 'Parenting Salon' as a place for parents and children to relax). Below it is a section for recommended events with the heading 'おすすめ子育てイベント' (Recommended parenting events). The bottom right corner of the page indicates the last update date: '更新日: 2012年8月1日' (Last updated: August 1, 2012).

緊急時のお知らせを、迅速に、効果的に伝える機能を充実。
足立区では災害規模により、2段階方式（黄色枠→赤枠）をとっている。運用は防災訓練の際に確認している。

- ・ 緊急時のお知らせを、迅速に、効果的に伝える機能の充実
 - 災害規模による段階的な表示
トップページ差し替え、段階表示（福島県、群馬県など）

1. ホームページリニューアルについて（足立区）

足立区ホームページ改善方針④独自性のあるコンテンツ

重要施策ページ（特集ページ）については、広報課がキュレーションし、見やすく編集しているが、各所管部署が作成したページを自動集約して、リンク切れを防止し、常に新しい情報を見やすく発信できるように努めている。

・ 重要施策ページ(特集ページ)への自動集約機能



所管が作成したページを自動集約

・リンク切れの防止

・新しい事業発信の迅速な対応



※現在は職員の手入力

区内で開催されているイベントがどこで開かれているか、地図上で分かりやすく表示。

・ おでかけ情報の充実



※画面はイメージ

出典: 足立区ホームページ <http://www.city.adachi.tokyo.jp/index.html>

参考：江東区ホームページ

質疑応答・他

①足立区ホームページの更新体制は？

所管の部署が更新することが可能。各課にインターネットリーダーがあり、スキルを底上げしている。

②リニューアルについての体制は？

リニューアルに関しては、庁内検討委員会を立ち上げている、
庁内の体制が従前から整っていた為、コンサルは入れなかった。広報課が情報
システム課とも意見交換を密に実施。リニューアルに関しては、区長が強い意
欲を示していた。リニューアルの契約は、プロポーザル方式。数社が参加。リ
ニューアル費用が約2500万円、年間ランニング・管理コストが年間450万円。
事業者はグローバルデザイン社。

③その他：

各課のポータルサイトは区のホームページに統合の方針になっている。
今後はタブレット端末への対応が課題である。

④SNSの活用について

SNSはTwitterやface bookを活用。啓発やイベント情報発信に特化している。
全庁的にSNS活用を進めようとしている。
Twitterはアカウントを各課で共有し、同一のパスワードで入力している。
SNS活用に関する魅力追求は徐々にやっていく。

⑤ホームページの全面リニューアルは何年周期で考えると良いか？

概ね5年でリニューアルすることが適当である。5年先を見て考えている。ICT
技術の革新はサイクルが早いので5年持たないことも想定。

所感

足立区はホームページを活用した情報発信に力を入れており、探しやすさを中心に、見やすさや区の魅力発信などに気を配り、わかりやすいホームページにリニューアルすることに成功した。江東区においても、今後のオリンピック開催も見据え、区民だけではなく、区の魅力を全世界に向けて発信するも求められており、ホームページによる情報発信の重要性は増している。前回のリニューアルから約10年経過して今、全面リニューアルの必要性を強く感じた。引き続き提案をすすめていきたい。

参考：江東区ホームページ

参考：江東区ホームページ

江東区ホームページは、平成17年3月に全面リニューアルして以来、約10年。小規模なりニューアルを重ねて現在に至っている。

- 平成17年3月：全面リニューアル。現行モデルへ。
動画やメルマガの配信、外国語翻訳などを追加。
- 平成20年12月：トップページを3列構成に変更。
- 平成24年度：震災情報欄を追加、イベント情報欄の拡大。音声データの公開。
- 平成25年：防災Twitterを導入。トップページに追加。
- 平成26年：トップページの写真の拡大等。

ホームページリニューアルに関する鈴木あやこの一般質問

■「ICTを活用した区民サービスの向上について）

平成24年第1回定例会（平成24年2月）

- 質問
- (1)江東区のホームページを全面リニューアルし、「見やすく、使いやすく、探しやすい」ホームページを！
 - (2)Twitterを導入し、区政情報、観光情報の発信、区長と区民の対話会などを行い、広報広聴活動の充実を！
 - (3)Facebookを導入し、区政情報、観光情報を発信。区民との双方向の対話ツールとして役立てるべき。
 - (4)「江東区総合コールセンター」を設置し、夜間や休日も区民からの問い合わせに答える体制づくりを！



- 答弁
- (1)当面は、現行モデルを改修し、更なる利便性、分かりやすさの向上を図っていく。
全面リニューアルは重要な課題。経費面も含めて総合的に検討する。
 - (2)災害に関する情報発信で活用予定。区長のTwitter対話会は、広聴事業を展開中の課題とする。
 - (3)facebook利用者の目的は人脈の広がりとコミュニケーションにあると認識。現状は区報全戸配布、ホームページ、ケーブルテレビ、FMラジオ、新聞、広報掲示板などの広報媒体の活用を十分に図る。
 - (4)住民サービスの更なる向上策として認識。平成22年度に導入検討を行ったが、年間7000万円の予算が必要と見込まれ、厳しい財政状況の中で、福祉や待機児童対策を優先し、見送った経緯がある。（江東区長）

■「全庁的な視野を持った広報事業について」

平成24年第1回定例会（平成24年2月）

- 質問
- (1)区のホームページを、外部識者のアドバイス等も取り入れ、区民ニーズを反映した形で、リニューアルを！
 - (2)Twitterの情報発信を、防災だけでなく、観光、広報の分野に拡大！Facebookの導入も進めるべき。
 - (3)区では、各部署が発行する広報媒体の役割と機能についての評価と工夫、SNSとの連動についてはどのように考えるか。
 - (4)広報を始め、区のイメージの発信について、外部人材の登用も含め、本格的に検討すべき。

- 答弁
- (1)ホームページリニューアルについては、改善ニーズを把握し、外部人材登用とあわせ、検討していく。
 - (2)Twitterの特徴である即効性と伝播性を活用できる情報分野を見極め、活用分野を検討していく。
 - (3)それぞれの部署の所管の情報に特化し、対象者の属性にあわせた情報提供をしている。SNSの連動は今後の検討課題。
 - (4)転入者や観光行政推進の観点から、区の魅力を内外に発信することは重要。外部人材の登用を含めた広報戦略の展開は、ホームページのリニューアルや新たなメディア活用とあわせて検討していく。

参考：江東区ホームページ

必要な情報は網羅されているが、トップページの情報量が多く、文字が小さく、スクロールしても1画面に収まらない。PDF情報がそのまま貼ってあることが多いため、見やすさに欠ける、スマートフォンからのアクセシビリティに課題があるとの声もある。

The screenshot shows the homepage of the Koto Ward website. At the top, there's a banner for a campaign titled "聞かせて! あなたのオンラインピック・ハラリンピック". Below the banner, there are several sections: "重要なお知らせ" (Important Information) with links to disaster prevention and emergency measures; "トピックス" (Topics) with news items; "江東区防災・イベントフィッター" (Koto Disaster Prevention and Event Fitter); "お問い合わせ" (Inquiry) with links to various departments; "区政情報" (Government Information) with links to budget documents and ward assembly; "よく訪れるページ" (Pages Visited Often); and "このサイトの使い方" (How to Use This Site). On the right side, there are sidebar menus for "区議会" (Assembly), "教育委員会" (Education Committee), "監査・選手管理委員会" (Audit and Athlete Management Committee), "こうとう区報" (Koto Shimbun), "メールマガジン" (Email Magazine), "江東区ウェブエントリー" (Koto Web Entry), "観光情報" (Tourism Information), "施設案内" (Facility Guide), and "江東区立図書館" (Koto Public Library). A "TOKYO 2020" section is also present.

出典：江東区ホームページ

参考：江東区ホームページ（各課毎のページ：例「子育て」）

①トップページの「生活情報」から「子育て」を選ぶ

The screenshot shows the 'Life Information' section of the Koto City website. It features a grid of 16 icons, each representing a different topic. The 'Child-rearing' icon (a person holding a child) is located in the top-left position and is highlighted with a green border. Other icons include: School Education, Lifelong Learning - Adolescents and Culture, Sports, Elderly, People with Disabilities, Health and Hygiene, Disaster Prevention and Crime Prevention, Living and Housing, Environment and Garbage, Roads, Bridges, Rivers, Parks, Businesses and Workplaces, Community Activities, Urban Renewal, and Human Rights and Gender Equality Participation. Below the grid is a navigation bar with links to 'About this Site', 'Update History', 'Site Map', 'Privacy Policy', and 'Copyright and Links'.

②「子育て」のページから、受けたいサービスのフォルダを探す。

The screenshot shows the 'Child-rearing' page with several sections:

- お知らせ**: Includes links to: 親子で憩いのコンサート (Koto Area Child-rearing Support Event), 親子体操で遊ぼう！ (Deep River Area Child-rearing Support Event), 子育てイベントカレンダーを更新しました (August), 平成27年4月 私立認可保育園が6園開園します, and 子育て応援メールの登録を開始しました.
- 妊娠がわかったら**: Includes links to: 母子健康手帳を準備しましょう, お母さんの健康のために, and 赤ちゃんを迎えるために.
- ようこそ赤ちゃん**: Includes links to: 赤ちゃんが生まれたら.
- 各種手当・医療費助成**: Includes links to: 児童手当など and 子ども医療費助成制度など.
- 子どもの健康のために**: Includes links to: 乳幼児健康診査, 予防接種, 小児ぜん息の教室, and other items partially visible.
- みんなで子育て**: A main category containing many sub-links:
 - 子ども家庭支援センター
 - たすけあい
 - 地域で子育て
 - 子育てに悩んだとき・ちょっと聞きたいとき
 - 子育て便利情報
 - マイ保育園
- 子どもの虐待防止**: Includes links to: 子どもの虐待に関する相談 and 儿童虐待防止マニュアル.
- 家庭で毎日保育ができる方へ**: Includes links to: 認可保育園, 認証保育所, 家庭福祉員 (保育ママ), 保育室, グループ保育室, 江東区の保育サービスについて, グループ保育型家庭的保育室, その他の保育施設, 保育園における治癒証明書の扱いについて, and 保育施設の新規開設のお知らせ.

出典：江東区ホームページ

参考：江東区ホームページ（例「保育園情報を探す場合」）

③「家庭で毎日保育ができない方へ」から「認可保育園」を選ぶ

家庭で毎日保育ができない方へ

- [認可保育園](#)
- [認証保育所](#)
- [家庭福祉員（保育ママ）](#)
- [保育室](#)
- [グループ保育室](#)
- [江東区の保育サービスについて](#)
- [グループ保育型家庭的保育室](#)
- [その他の保育施設](#)
- [保育園における治癒証明書の扱いについて](#)
- [保育施設の新規開設のお知らせ](#)
- [保育園](#)
- [認証保育所](#)
- [保育室](#)
- [グループ保育室](#)



認可保育園

- [保育園とは](#)
保育園入園申込方法・申込時期、入園までの流れ、申請書類等のダウンロード
- [保育料について](#)
保育料（月額）基準額表の掲載
- [入所状況一覧（空き状況）](#)
入所状況一覧（空き状況）
- [認可保育所保育料の一部改定について](#)
認可保育所保育料の一部改定のお知らせ
- [しののめYMCAこども園について](#)
しののめYMCAこども園の申込みについて
- [区立保育園の公設民営化（指定管理者制度の導入）について](#)
平成28年度からの区立保育園の公設民営化について、お知らせします。
- [区立保育園の改修・改築計画について](#)
本区では、施設の老朽化に伴う改築・改修工事や、都営住宅の耐震補強工事に合わせた改修工事を予定しております。改修・改築期間中、一定期間仮設園舎で保育を実施する園、あるいは、改築に伴い移転を予定している園もございますのでご留意願います。
- [区立保育園のスポット延長保育について](#)
「急な残業などから通常の保育時間を越えてしまう」「仕事が忙しい時期だけ延長保育を利用したい」等のご要望に応えるため、定期的な利用でなく、1日単位で延長保育が利用できる「スポット延長保育」を平成25年4月1日より、区立保育園の延長保育実施園20園で実施しています。

④「保育園とは」のページへ 必要な資料は「関連ドキュメント」からファイルを探してダウンロード。

保育園とは

こども未来部 保育課 入園係 窓口：03-12 電話：03-3647-4934 FAX：03-3647-9290
最終更新日：2014年05月01日 16時04分

保育園のご案内
保育園では、保護者が働いていたり、病気等でご家庭でお子さんをみられない場合に、保護者にかわって保育します。

入園までの手続
入園の申込のあと、書類審査や必要に応じて調査などし、保育することができない状況を
集団生活を体验させたい、幼児教育の場として利用したいという理由では対象になります

選考
申込者が定員を超えた場合には選考を行い、保育に欠ける程度に応じて入園を決めます。

入園の内定・待機
審査の結果を保護者あてにお知らせします。
待機となったときは、待機児名簿に登録され、今後希望した保育園の該当クラス年齢でり
合、随時選考対象になります。（年度内のみ）

面接・健康診断
入園前にお子さんの面接・健康診断を保育園で受けさせていただきます。

関連ドキュメント

- [平成26年度 認可保育園入園のしおり（申込手続きのご案内）（1.7 MB）](#)
- [区内認可保育園MAP（980.3 KB）](#)
- [平成26年度 認可保育所入所・転所申込書（兼家庭状況届）、児童の健康状況申告書（486.5 KB）](#)
- [保育所入所・転所申込に関する重要事項確認書（165.5 KB）](#)
- [勤務（内定）証明書（外勤用）（255.1 KB）](#)
- [就労状況申告書（自営・内職用）（212.5 KB）](#)
- [介護状況調査書兼日常生活状況調査書（介護の要件でお申込の方）（14.9 KB）](#)
- [誓約書兼退所届（就学、疾病、障害・介護・災害、出産の要件でお申込の方）（24.9 KB）](#)
- [復職誓約書（育児休業復職予定でお申込の方）（162.1 KB）](#)
- [受託証明書（認可外保育施設の証明）（10.6 KB）](#)
- [区立保育園延長保育申込書（区立保育園のみ）（123.2 KB）](#)
- [保育所入所・転所申込下書き（10.8 KB）](#)
- [保育所入所内定辞退届（44.6 KB）](#)
- [育児休業承認書（在園児の方のみ）（11.7 KB）](#)
- [保育料減額免除申請書（締切は月末。必要書類を添えて直接入園係窓口まで）（61.8 KB）](#)

参考：江東区のポータルサイト

江東区では区のホームページの情報を補完する形で、部署毎にいくつかのポータルサイトが運用されている。

子育て情報に特化した「子育て情報ポータルサイト」、区民協働推進のための「ことこみゅネット」、お店の情報サイト「ことみせ」、江東区観光協会の観光情報発信「江東おでかけ情報局」などのポータルサイトがある。これらは、各課毎に予算取得し、構築・運用している。

住民ニーズのある事業を重点的に情報提供したり、区民サービスを向上させる上ではポータルサイトの運用は便利である一方で、契約・管理・運用がそれぞれ異なるため、予算面（ポータルサイト毎に費用がかさむ）や、維持管理・リニューアルの際などに発生する課題もある。全国の自治体で、ポータルサイト構築の動きは広がっているが、足立区ではポータルサイトをなくし、区のホームページに一元化している動きもあり、今後の動きを注視しつつ、今後最適な情報発信の方法を検討する必要もあるだろう。



写真：

左上：江東区子育て情報ポータルサイト

右上：ことみせ（江東区お店の魅力発信）

左下：ことこみゅネット

（江東区コミュニティ活動支援サイト）

出典は各ホームページ

2. 足立区のシティプロモーションについて

足立区では、区の魅力を区内外に向けて戦略的に発信するため、平成22年度から、23区で初となるシティプロモーション課を設置。幹部職員の民間登用などを行い、足立区のブランド化・イメージアップに積極的に取り組み、成果をあげている。2020年東京オリンピック開催に向け、区内外へ江東区の魅力を発信し、まちのブランド化を行うことが必要であるため、先進事例である足立区の視察を行った。

足立区のシティプロモーションのはじまり

足立区のシティプロモーションのはじまりは平成22年4月。当時の足立区は、新線の開通や大規模住宅の開発が進み、千住地区に5つの大学進出が続くなど、都市の魅力が急速に高まっていた。

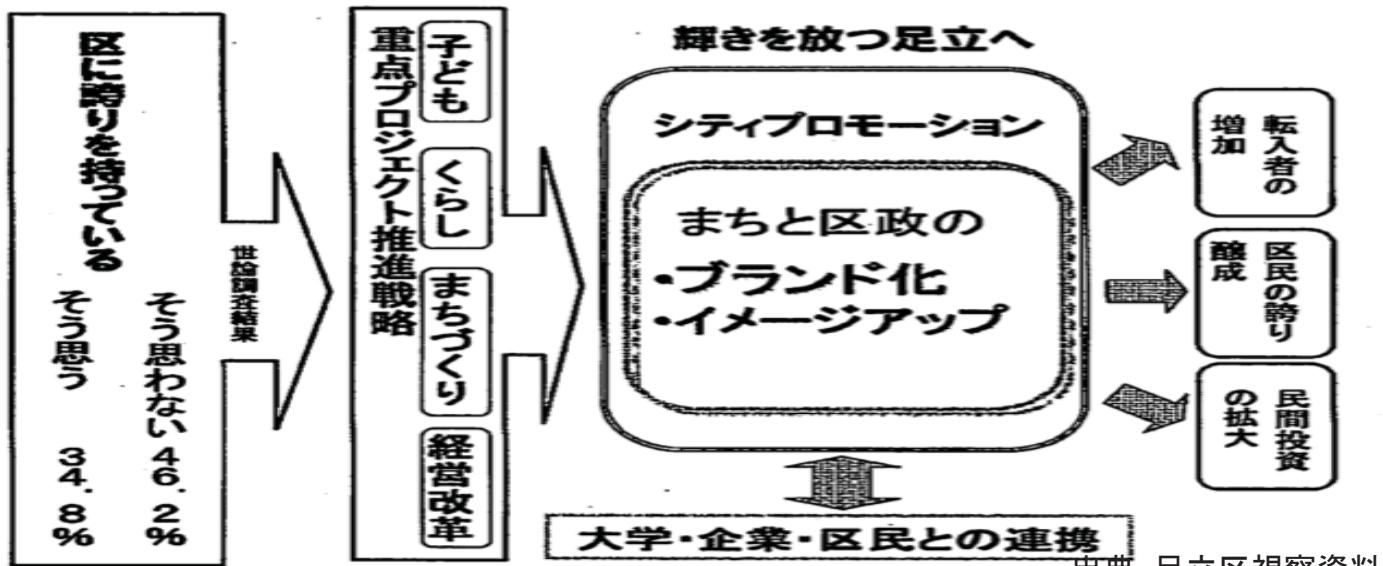
街が大きく変化する中で、区の治安や街並についてのマイナスイメージが根強く存在していた。

平成21年度の足立区世論調査では「治安が悪い」(31.7%) 「きたない街」(11.7%)。「足立区に愛着を持っている」の回答が67%の一方で、「区に誇りをもてない」との回答が46.2%あり、今後の足立区の課題として、「愛着」を「誇り」に変えることが重要なポイントであることが浮き彫りになった。

足立区民の誰もが、「街が好き」「街に誇り」「誰かにすすめたい」と思える街をつくるためには、根強いマイナスイメージを払拭が必要。

同時に、足立区の良さを磨きながら、新しい魅力を創り出し、戦略的に情報発信することで、街のイメージを変える。

このために足立区は23区で初のシティプロモーションに着手した。



出典：足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

「3つのプロモーション戦略」と「戦略の目標」

足立区は、平成22年6月に「3つのプロモーション戦略と戦略の目標」および「アクションプラン」を定め、シティープロモーション活動の一歩を踏み出した。

シティプロモーション戦略方針

(1) 磨くプロモーション（不満要因を除く）

重点プロジェクトをより充実させるとともに、その成果を効果的に演出して発信する。

(2) 創るプロモーション（満足要因をつくる）

足立区の持つ今ある資産に付加価値を付けるとともに、新たな資源を導入・創造し街の魅力を創る。

(3) 戰略的報道・広報（全ての成果を効果的に発信する）

露出量・頻度を増やすとともに、伝えたいことを的確・効果的に伝える。

戦略の目標

(1) 区制80周年であり、千住地域に5大学がそろう平成24年度を当面のゴールに設定。

(ア) 区世論調査で「足立区に誇りを持っている」と答えた人の割合を40%以上とする。→現在は34.8%

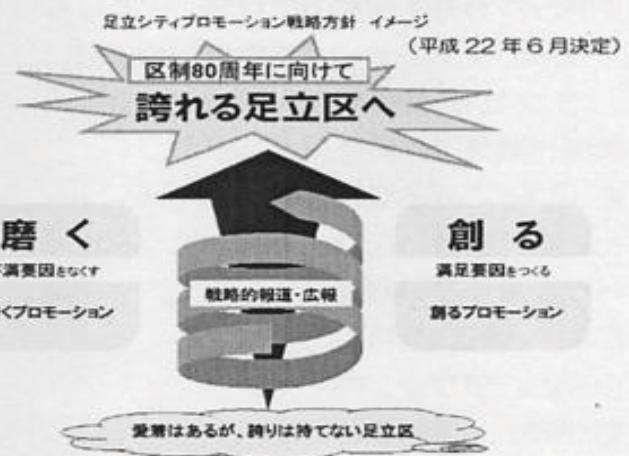
(イ) 「住んでみてよかったです」ベスト10に足立区の街をランクインさせる。→現在は北千住が13位

(2) その後、「住んでみたい街」ベスト10へのランクインをめざす。

その他

アクションプランについては、社会状況や足立区の重点課題の変化に応じて、その都度変更を行い、フレキシブルなアクションプランとする。

※戦略方針およびアクションプランは平成22年6月に区長決定。上記のパーセンテージはH22.6現在。詳細は資料編1、2ページを参照。



出典：足立区シティプロモーション戦略方針

2. 足立区のシティプロモーションについて

「磨く」プロモーション

重点的プロジェクトをより充実させるとともに、その効果を効率的に演出して発信する。不満要因を除くプロモーション。

1. 全庁対象重点プロジェクト

①ビューティフルウィンドウズプロモーション

足立区のマイナスイメージの最も大きな要素である治安。

「美しいまち」は「安全なまち」を目指し、区民を巻き込んだ治安改善運動を展開し、刑犯罪認知件数を減少させ、区民の区に対する愛着、定住意識を上げながら、同時に区外からの「あだち」に対するイメージを改善する。

②糖尿病対策プロモーション

糖尿病対策に有効である「野菜」をキーワードに「あだちベジタブルライフ～そうだ、野菜を食べよう」を区民に定着させていく。

③教育プロモーション

頑張る子どもたちや教育委員会の取組を発信し、足立の教育をPRしていくことで、足立区のボトルネック的課題である「学力」を含めた教育に関するマイナスイメージを払拭していく。

④施設プロモーション

ギャラクシティ、生物園、郷土博物館、都市農業公園の4館連携で相乗効果を生み出す。



出典：足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

「磨く」プロモーション事例

磨くプロモーション

ビューティフル・ウインドウズプロモーション

☆「プロモーション映像の制作」

刑法犯認知件数23区ワースト1から脱却することを目的とし、全庁的に取り組んでいるビューティフル・ウンドウズ運動を更に幅広く周知するため、実写とアニメーションの2パターンのプロモーション映像を制作、ケーブルテレビや駅前の大型ビジョン、ホームページなどで公開しています。



☆「イメージキャラクターの活用」

キャラクター(ビュー坊)については、ポスター等の広報物以外にも、TX、日暮里・舎人ライナーの駅階段、北千住駅前階段、区役所エレベーターまわりでのPR、グッズ類やきぐるみ等、総合的に露出度を高めて認知度アップをはかっています。



磨くプロモーション

教育プロモーション

☆『教育だより』のリニューアル

教育委員会で年4回、全小中学校の保護者に向けて発行していた「教育だより」をもっと読みやすく、興味が持たれる内容にリニューアルを行いました。

あだち
教育だより 48

東京都足立区 おいしい給食

東京都足立区の給食室

東京・足立区の給食室

東京都足立区の給食室



☆足立の教育をPRするホームページ作成

これまで区のホームページ上で、さまざまな紹介がされていましたが、取り組みの魅力が効果的にPRされていたとはいえませんでした。そこで、「『体験』が子どもを育てる」や「足立の子どもはすごい！」といった興味を引かせるカテゴリーで分類した、教育施策PRのためのページを作成しました。

このホームページの「おいしい給食」特集がきっかけとなって、『東京・足立区の給食室』という本になり、以降、テレビや雑誌で「足立区ってすごい」と取り上げられるようになっています。(書籍は25年2月現在7万7千部発行)

出典：足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

「磨く」プロモーション

2.職員向け（インナー）プロモーション

①職員向けワークショップ

基礎、編集、カメラ撮影などの研修を実施。

②広告物制作・デザイン支援

ポスターやチラシなど、日々制作される広報物の政策を支援する。

③部内研修型ワークショップ

技術、意識の高い職員が講師になり、部内でその技術や意識を継承していく。

④シティプロモーター認定制度

研修受講回数などをもとに、「★」を付与。

⑤ポスターチャレンジ

広報物No.1を決めるコンテスト。職員の意識向上と区民向けPRの効果を狙う。

⑥足立食堂

シティプロモーションに特化した職員向け情報誌。

継続して発行し、職員の意欲向上を図る。

「磨く」プロモーション 事例

磨くプロモーション

職員向けプロモーション

☆広報力アップ・ワークショップ

効果的なチラシや冊子などの発行物を作成するための職員向けワークショップを実施しています。また、23年度からは出前ワークショップとして、各所属単位で必要な項目をそれぞれの事情に合わせて実施する取り組みも行っています。

- チラシづくり：22年度／2回
23年度／1回、所属単位4回
24年度／1回、他区市2回

- デザイン：
22年度／2回
23年度／1回、所属単位4回
24年度／1回

- 編集：
22年度／1回
23年度／所属単位1回
24年度／所属単位1回、他区市1回

- カメラ：
22年度／1回、所属単位1回

受講者数
22年度72名
23年度153名
24年度164名
(合計389名)



2. 足立区のシティプロモーションについて

「磨く」プロモーション 事例

磨くプロモーション

職員向けプロモーション

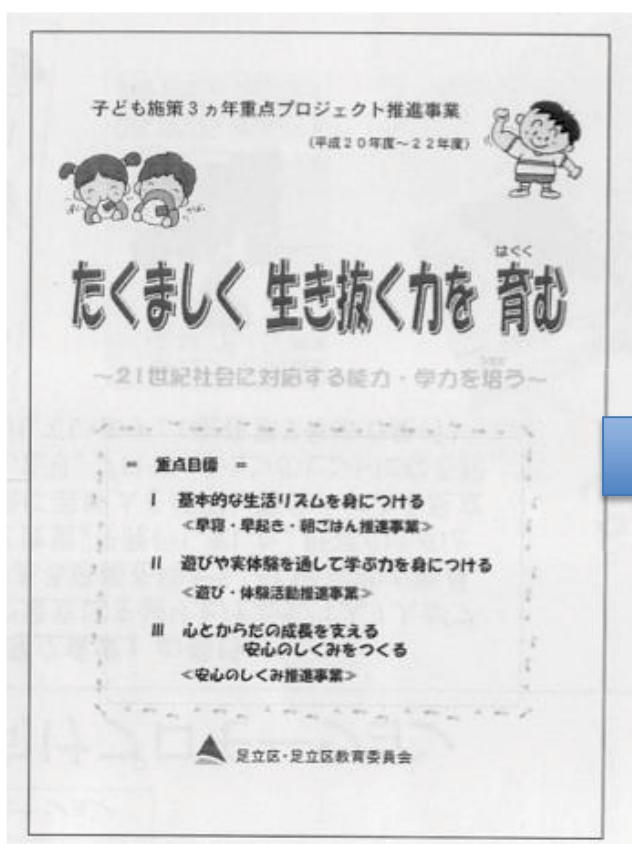
★職員報『足立食堂』の発行

職員全体で足立区を盛り上げよう、1人1人がプロモーターである意識を持とう、という目的で職員情報紙『足立食堂』を発行しました。既存のものとは異なり表紙に芸能人を活用し著名人による足立賛歌を掲載したり、プロモーションのヒントになる記事を載せたりしています。(現在第7号まで発行)



こども向け施策パンフレット(ともに職員が自前で作成)

【before】



【after】(シティプロモーション課相談後)



出典: 足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

「創る」プロモーション

足立区の今ある資産に付加価値をつけるとともに、その成果を効果的に演出して発信する。

1. 新たな魅力づくり【まち】

(1) 千住プロモーション

①アートアクセスあだち「音まち千住の縁」

4年目を迎える「まちなかアートイベント」。プロモーションキー タウンの「千住」にアートのまちのイメージを定着させていく。

②天空劇場活用プロモーション

えんチャレ、あだち落語会を継続実施しながら、新たな活用方法を検討していく。

(2) エリアデザイン

「まち×デザイン=未来」をコンセプトに、そのまちの魅力や強みを活かしながら、展開投資によるまちづくりを展開していく。

2. 新たな魅力づくり【ひと】

①五大学プロモーション

各大学の得意分野や魅力を活用しながら、文教都市として新たな魅力を発信する。



出典：足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

「創る」プロモーション 事例

創るプロモーション

千住プロモーション

☆アートアクセスあだち『音まち千住の縁』
23年度より東京藝大、東京都との連携で取り組むまちなかでのアートプロジェクトは、人と人、人とまちを結ぶという狙いを少しずつ実現しつつあります。文化・アートのまちとしての千住イメージの浸透とともに、古民家や市場、銭湯、商店街等、まちなかの意外な場所を会場に、若い世代がアートを通して、まちに関わり始めています。

13







創るプロモーション

サポーターの発掘支援(人と人、人とまちをつなぐ)

☆えんチャレ（エンターテイメントチャレンジャー支援事業）
若手アーティストやエンターテイナーに練習や公演の場所として天空劇場を無料で貸し出し、活動を支援しています。無料公演が定着化し、地元に浸透してきているほか、登録グループも増え、人気の出てきたグループも現れ、相乗効果が見られます。

13

実力派・和太鼓グループ彩は人気上昇中、
メンバーが彼瀬に引っ越してくるなどのエピソードも。



漫才若手協会は月一回の定期公演が定着。
新春えんチャレでの司会も依頼した。



出典：足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

「創る」プロモーション 事例

創るプロモーション

区制80周年記念事業

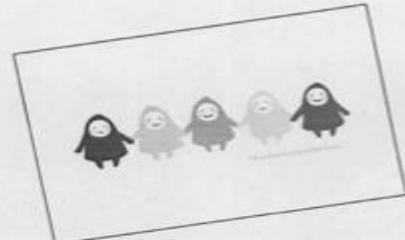
☆80周年キャッチコピーとロゴ作成

80周年のキャッチコピーを公募により決定。これをもとにロゴマークを作成して、各種バラバラな80周年事業を統一イメージで展開していきました。



☆あだちイベント80カードラリー

足立の魅力を様々な角度から紹介するポストカードを作成。イベント時に集めてさらにWプレゼント。イベント参加を促すツールとしても活躍しました。



15

創るプロモーション

区制80周年記念事業

☆笑顔のモザイクアート

8000人の笑顔をモザイクアートに。写真を通して区民の皆さんとコミュニケーションを取り、足立区制80周年を伝えています。



集めてつくる!
モザイクアート

募集中

☆大学連携提案事業

5大学からの提案事業をいっしょに実現していました。

東京電機大学の大学祭と
商店街のイベントが連携



☆あだちの昔がたり本の発行ほか

各所管の80周年企画をとりまとめるとともに、一緒に推進してきました。中央図書館の企画では、足立区在住の直木賞作家やイラストレーターと連携して、後世に残る一作が完成しました。



16

出典: 足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

戦略的報道・広報

足立区の露出度・露出頻度を増やすとともに、伝えたいことを的確・効果的に伝える。全ての成果を効果的に発信する

1. 情報発信量の増と質の向上

- (1) 情報量を拡大する
- (2) 情報の質を向上させる
- (3) 情報収集の多様化を図る
→区民への情報伝達量の増
メディア露出の増 など

戦略的報道・広報事例

戦略的報道・広報

職員向けプロモーション

☆印刷物・ポスター等のブラッシュアップ
チラシやポスターの制作についてのアドバイス・コンサルティングを行っています。23年度はパンフレット類の相談も増え、魅力的なパンフレットも多数発行されました。

22年度相談件数: 70件
23年度相談件数: 189件
24年度相談件数: 169件(11月現在)

AH 35
「ゲン活」は人生を楽しくする
35歳は健康のターニングポイントです!
ターゲットを定めた冊子づくり

What's 足立区 Book

19

出典: 足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

戦略的報道・広報事例

戦略的報道・広報

職員向けプロモーション

☆あだちポスターチャレンジ

いいポスターをしっかりと評価しよう、全庁で共有しよう、また、良いものをたくさん見て見る目を養っていこうという目的で、庁内で作成された全てのポスターを対象に、コンクールを実施しています。審査に当たっては、各所管から推薦された広報特派員に加わってもらいました。



戦略的報道・広報

発信情報の演出

☆北千住駅前シティビジョン・リニューアル

NHKニュースや若者向けの音楽番組等を取り入れて放映内容をリニューアル、目をとめさせる内容となり、区の発信情報のPR力も高まりました。



☆重点プロジェクトの広報

・自殺対策啓発CM・番組の制作

自殺のサインに気付ける人材を育成する「ゲートキーパー研修」(区民や区の職員を中心に約200人が受講)やイベント、他治体などの視察時など様々な機会に上映されています。



・「地域のちから広報・HPでの取材・連載」
足立区が重点化する地域の絆づくりに関して、絆づくりの先がけ的事例を拾い出し、取材しています。

シリーズ
地域のちから

戦略的報道・広報

重点事業の戦略的広報

☆重点事業・イベントを売る！

重点事業に関しては、既成概念にとらわれることなく事業自体を自由な発想で再構築していきます。

たとえば昨年マスコミに多数取り上げられ注目を集めた、郷土博物館の「タイムスリップ昭和家電」では、事前の新聞記事掲載、出品者をお招きしてのマスコミ向け前日内覧会などの仕掛けが功を奏し、テレビでの取り上げが次々と重なり、相乗効果を生んでいきました。

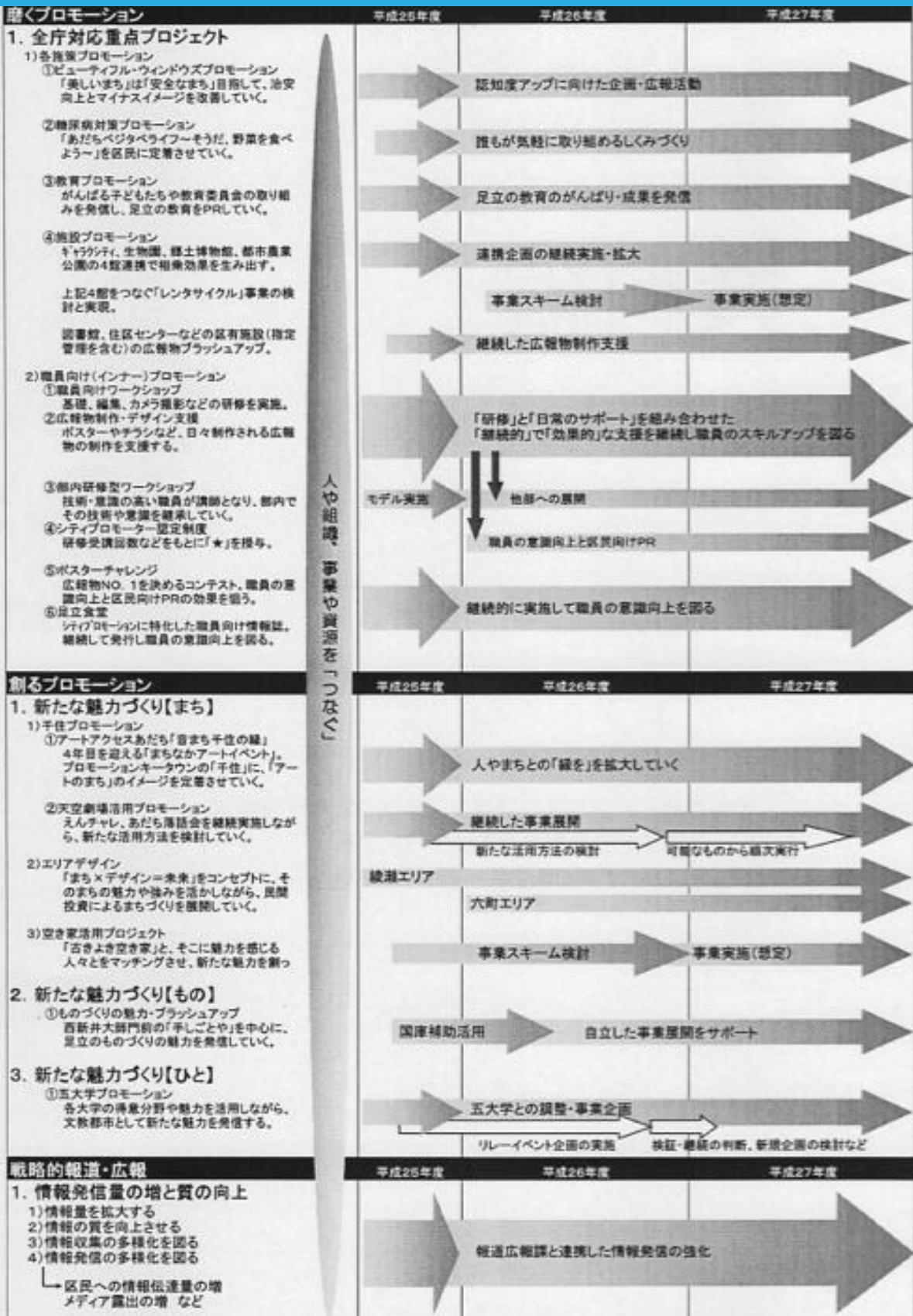


8月末から9月にかけ、テレビ取材・放映が12本あった

出典: 足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

シティプロモーションアクションプラン（平成26・27年度）



出典：足立区視察資料

2. 足立区のシティプロモーションについて

質疑応答・補足説明

①足立区のシティプロモーションと他区の違いは？

スカイツリーや特定の観光名所など、売り物のある区は、「名所（売り物）をプロモーションする」という手法であるが、売り物がない足立区の場合は、「都市型プロモーション」。庁内の発信力を上げることに力を入れている。

- ・「情報発信力をあげる」
- ・「看板をかける」（「おいしい給食担当係」など）
- ・お金はかけずにPRする。（予算は400万）

②江東区がシティプロモーションを実施する場合のアドバイス

江東区は、名所や、オリンピックなど恵まれている。

やる場合は、目的がないとダメ。オリンピックを機会とする、レガシーをどう活かしていくかなど。

例えば、オリンピックを江戸の名残のある街に出来るよう、「江戸タウン 深川」として「小江戸」をつくるなどの売り込み方。

街路の整備や景観の整備も同時にやるなどもあるだろう。

住んでない人にいいと思ってもらうことが大事だと思う。

③シティプロモーション課と各課の棲み分け

アドバイザー的な役割に徹し、やるのは各課とし、各課のレベルを底上げしていくように住み分けている。

所感

シティプロモーションについては、平成25年度の第4回定例会についても質問を行っているが、足立区の先進事例から、改めて重要性を感じた。

江東区では、シティプロモーション課などの専管組織はまだないが、オリンピック開催を機に、持続的なまちの発展を遂げるためには、民間などの力（住宅需要などで勝手にプロモーションされる）に頼るのではなく、戦略的にシティプロモーション方針を定める必要がある。

江東区では、オリンピック後の平成32年以降に人口減少が始まることが予想されているが、急激な賑わいの衰退を生まないように行政も危機感をもって戦略的に手を打っておくことが重要と言える。

出典：足立区視察資料