

第8回 市民と市長のふれあいトーク
報告書（要点）

日 時：令和元年12月23日（月）午後7時から9時

会 場：市役所 111 会議室

テーマ：「武蔵野市のシティプロモーションの課題

～地元メディアが果たす役割と行政との連携～」

出席者：都政新報社、エフエムむさしの、J:COM東京武蔵野三鷹局、

サンケイリビング新聞社多摩武蔵野事業部、週刊きちじょうじ、吉祥寺経済新聞、

吉祥寺ECCO!!、吉祥寺テレビジョン、吉祥寺.Me、朝日新聞社武蔵野支局、

読売新聞社武蔵野支局 各代表者 計11名

傍聴者 6名

市長、総合政策部長、秘書広報課広報担当課長、市民活動担当部長

1 開会

自己紹介

2 意見交換

(1) 広く市民に正確な情報を伝えるために（非常時の効果的な情報伝達方法）

- ・防災無線が聞き取りにくい場合でも、「放送音が聞こえたら“これ”を見れば（聞けば）確実な情報を得られる」というものを確立しておく。（ホームページやFMなど）
- ・電話で災害情報を聞けるが、そのことが市民に浸透していない。
- ・各メディアと災害（防災）協定を結び、非常時に発信してもらう。
- ・市の Facebook にあがった情報を（地元メディアが）勝手に拡散していいのか、間違っただけの情報を流してはいけないという思いもある。
- ・コミセンを活かせないか。高齢者がよく利用しているので、「何か起こった場合コミセンにあれば情報が得られる」という状況があれば安心できるのではないか。
- ・ホームページの見せ方、作り方にも工夫が必要（災害時には災害情報一色にする）。

(2) メディアに取り上げられる情報や効果的な手法は？

- ・どのような情報を記事にするかは（メディアの）担当者の感性による。発信者の熱意も重要（取り上げて欲しい場合は電話で一報を）。
- ・同様の内容のもの（イベントなど）であれば、先に届いたほう（市）を取り上げる。
- ・紙媒体は締め切りが早いので情報は早めにいただきたい。
- ・市内のイベント全てをデータベース化していつでも見られる状況が望ましい。
- ・データベース化は量が膨大なので、常に内容を更新していくのはその業務だけに携わる人材を置かない限り不可能。

- ・インターネットが普及したとはいえ、ロコミの影響は大きい。
- ・SNS を使うにしてもロコミでも、影響力の大きい人（インフルエンサー）に発信する。
- ・武蔵野周辺の人には市民活動が盛ん、講演会やイベントなどの記事に対する反応も早く、知的好奇心が高いという印象。
- ・難しい話題は聞き流されてしまいがちなので、発信する際その情報のコンテンツを面白くしないと興味を持ってもらえない。毎年実施するイベントなども、たとえ内容が変化していたとしても「またこれか…」と思われるしまう。興味を持ってもらえるような情報になっているかが大事。
- ・WEB は紙媒体と比べ読まれる時間が短いのでボリュームがあまりないものがよい。
- ・何らかの市の課題について新しい印象的な企画でアピールすることは、市の印象を劇的に変えることもできる。大事に毎年実施してきたイベントは、人は集まるし盛り上がるが、媒体側（メディア）はアピールしづらい。イベントの中身について工夫が必要。
- ・オリンピック・パラリンピックは、武蔵野では聖火も通るので情報発信の試金石。どんなことができるか期待したい。

(3) メディアから見たシティプロモーションの課題

- ・これまで吉祥寺は、発信しなくても人が来てくれる、メディアを使わなくてもロコミで人が集まるという状況であったが、今後は自らの発信が必要。
- ・発信すると人があふれ地元の人には来なくなる。取材拒否の店も少なくない。
- ・現在と少し先だけでなく、過去と未来も見て現在を知り、この街のレガシーを考える試みを。
- ・まちを引っ張ってきた人たちの世代交代が始まっているので、若い人たちの感性を集められる仕組みができると、情報発信についても新しい観点でできると思う。
- ・市にもインフルエンサーになりうる部署をつくり、絶えず発信していくことが重要。

3 閉会