

## まちの魅力発信を考えるトークセッション アンケート結果

## 1 回収率と一般参加者の属性等

66.1%（回答者数：39 人〔WEB 回答 14 人、紙回答 25 人〕/59 人）

## 【年齢層】

|      |    |
|------|----|
| 20歳代 | 3  |
| 30歳代 | 6  |
| 40歳代 | 9  |
| 50歳代 | 11 |
| 60歳代 | 7  |
| 70歳代 | 1  |
| 未回答  | 2  |
| 計    | 39 |

## 【市とのかかわり】

|         |    |
|---------|----|
| (複数回答可) |    |
| 在住      | 19 |
| 在勤      | 17 |
| 市外      | 1  |
| その他     | 6  |
| 未回答     | 1  |
| 計       | 44 |

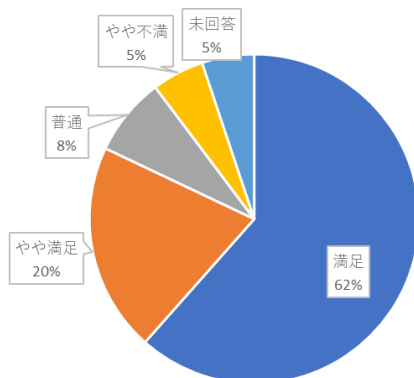
## 【来場のきっかけ】

|         |    |
|---------|----|
| (複数回答可) |    |
| 市SNS    | 10 |
| 市報      | 5  |
| チラシ     | 11 |
| その他     | 13 |
| 未回答     | 3  |
| 計       | 42 |

## 2 各設問への回答

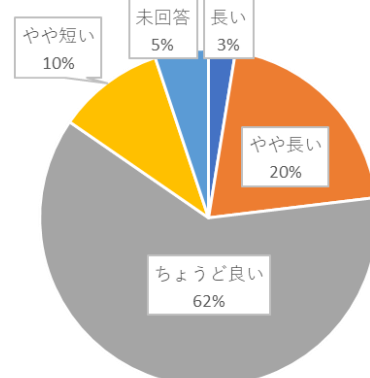
## ① トークセッションの満足度について

【選択式】《満足～普通～不満》



## ② トークセッションの時間（長さ）について

【選択式】《長い～ちょうど良い～短い》



## ③ 印象に残った、興味のある議論や課題がありましたら記入してください。【自由記述】

- ・ 偏愛を勝手にやる
- ・ 外から見た吉祥寺の感想と市内在住者としての意見が両方聞けてよかった。都心から遠いと思われているのは意外だったしアピールするポイントを我々が理解しきれていないのではと感じた。
- ・ 年齢が上がると情報は紙媒体が便利ってその通り。地域の防災のお知らせは回覧板です。市報をよく見て良さそうなイベントを発見している。活字離れというが、近隣に個人書店や古本屋が増えている。ただし紙媒体は趣味的、贅沢品になっている。自分はフリーランスの紙媒体デザイナーなので気になります。
- ・ 私自身三鷹エリアに住んでいるので、どうしたら三鷹エリアをもっと元気な町にできるか考えるキッカケになりました。「吉祥寺がマンハッタンなら三鷹はブルックリンに」のキャッチがわかりやすく印象に残りました！

- ・街のプロモーションを強化するには
- ・アナログとデジタルの棲み分けについて、必ずしも年代ではないということ。メッセージが伝わるのは若者でも紙という点、なるほどと思いました！
- ・魅力的な街吉祥寺についてだけでなく、武蔵野市在住の者としてさの取り組みを知ることができて興味深かった。
- ・偏愛が広報につながるのではないか、という議論
- ・どうしたら街の良さを伝えられるかウェブと紙が良いと話した事。もっと街を自分の店を情熱を持って愛そうと思いました
- ・紙面媒体と web 媒体の住み分け。銀座や吉祥寺のタウン性
- ・地域ブランドとまちのオーナー化の問題
- ・坂井さん：会って話す。偏愛（街への）  
田島さん：個人の力、まちのレイヤー、キャッチコピーが 8 割
- ・まちの好きを探り合う、偏愛、デジタルからアナログへの回帰など
- ・街に対する愛、偏愛、発信の大切さ、ワードの言葉の大切さ
- ・三鷹に注目していませんでしたが、三鷹について話がいくつかあり、なるほどと思いました。
- ・「銀座の街のトーンを寄らせる（GINZA6 の例）、商店会の会員になってもらうことが難しい（吉祥寺の例）、自分の店だけでなく、全体を発信して欲しい→行政のサポート必要、SNS とペーパーの使い分け
- ・好き・人・ワードなのですね
- ・好きな思いがあふれる→素敵なワードを生み出す、紙は安心→年代問わずいいもの、偏愛という言葉の再認識した
- ・吉崎課長のファシリテーターぶりがよく、2 人の魅力を引き出せていました。
- ・お二人の街に対する愛があふれているなあと感じ、印象に残りました
- ・お二人からまちへの愛を感じた
- ・言葉と発信と愛がキーワードであったと感じました
- ・メディアに取り上げられるのが最適解ではない、好きが大事、好きに人がひきつけられる、アナログかデジタルか
- ・偏愛の力、紙媒体が衰退したわけではない
- ・回遊性。三駅中心から市内全体に回遊できる仕組みが必要。という視点が印象に残りました
- ・銀座は一流ブランドの社長が神輿を担いでいる。吉祥寺の店を知るきっかけとして、テレホンショッキングはいいなと思った。
- ・吉祥寺以外の話が聞けて、勉強になった。銀座の話など商店会の一員としてポテンシャルが上がった。
- ・メディア受けを狙った商店では生き残れない。偏愛、ニッチなにおいのする、一部でもある吉祥寺があってもいいのかな
- ・偏愛の発信、デジアナバランス

- ・何が足りないのか？何が多すぎるのか？
- ・田島さんが本市市民文化会館のリーフレットをととても評価してくださっていることに驚いた。情報発信は、いかに目を引くことが大切なのかがわかるエピソードだった。頭にすっと入る言葉を選ぶセンスとの相乗効果で、良いリーフレットが出来るのだなと学んだ。また、大学では学生がフリーペーパーを手にとることが多いことも意外だった。紙媒体も効果はあるのだなと感じた。”

#### ④その他、ご意見・ご感想【自由記述】

- ・坂井様のお話は現場からの率直なお話が伝わりお悩みも切実なことが伝わりよかったです。このセッションを拝見して、個々が偏愛を発揮できる場づくりを今より更に市がサポートして下されば、色々な人が活躍出来、横のつながり、魅力あふれる街に近づいていくと思いました。
- ・商店会が発信する事には限界がありまた情報の偏りやユーザーが欲しい情報を提供出来るとは限らない。市役所で支援するにも限界があると思うが金銭や仕組みの提供ではなく人を出してもらえると大変助かる。情報発信がうまく行っている自治体や施設は沢山あるので地域と協力しながら新しい形を作っていきたいと思う。
- ・近所に住んでいて、会場の芸能劇場に初めて入りました。駅近で良いホールなのにあまり使われていないのか？もったいない。それこそ魅力を伝えきれていないと思う。
- ・坂井さんの武蔵野、吉祥寺、中道の想いを感じました。田澤さんの言葉は、吉祥寺に対して自分の中の答えを言葉にしてもらった印象でしょうか。今後に生かしたいと思います。
- ・まちの好きなところを発信しまくる！シンプルかつ最強のプロモーションだと思いました！
- ・吉祥寺に少し寄っていたかなと思いました。
- ・1990年代にハナコのお陰でお店が潤いました。ありがとうございました。引き続きお世話になります
- ・街と行政と来街者との距離感を改めて考えてみる機会となりました
- ・もっと話を聞きたかったです
- ・産業振興に関わる身として、とても勉強になりました
- ・パネリストのお二人はもちろん、会場の人も含めてまちに対する愛があふれていたと思います
- ・銀座と対比しながらの吉祥寺分析、興味深かったです。
- ・有名な雑誌の編集されている立場からの見方が知れて広い見方、深い思いが聞けて大変興味深く聞きました。坂井さんのまちへの愛が素晴らしい。
- ・一回の時間としては丁度よいと思いますが、もっと色々な話を聞きたいので、連続でやっていただき、多くの市民を巻き込んで計画に活かされるといいと思います。
- ・会場に来ている人はある意味関心の高い関係者に近い人なので、むしろ一般の市民にこのような熱のこもった話をうまく発信してください。
- ・愛着を持っている人が多く住んでいる、関わっていることが吉祥寺や武蔵野市の財産で

あると感じました。伝えなくちゃというより、好きだから伝えたいのほうが発信力大。  
吉祥寺や三鷹のバラエティ偶然の出会いが生まれやすいこともポジティブ要因

- ・「伝え方」以前に、「武蔵野市の魅力は何か？」焦点を絞って明確にする必然性を感じました。まちづくりの方向性が分かりにくいと思います。また、銀座の対比以外に丸の内・日本橋などの都心部や杉並区の荻窪・西荻や三鷹などの近隣商店街との対比の話を幅広く伺いたかったです。
- ・武蔵野市の PR、広報に関わっている人がもっと登壇するとよかったのでは。二人だけでは少し内容が薄かったと思います。
- ・吉祥寺と比較して、三鷹・境の課題。ディスリでもいいので聞いてみたい。
- ・田島さんが言葉を選ぶ過程を、もっと掘り下げて欲しかった。また、HANACO 吉祥寺は具体的にどのような反響があるのか、聞きたかった。