

答申書（案）

はじめに

- 熊本市の「情報共有、参画、協働の取り組み」について検証した。
- 今回は、『自分たちのまちは自分たちで創る』ための情報発信の方法や情報共有のあり方に焦点を当て、取り組み事例をサンプルに検証を行った。
- 情報共有には、情報の受信者が、情報を掴み、その内容を理解し自分自身のこととして捉え共感するなどの過程がある。
- このような過程を経て、より理解を深めることで、具体的なまちづくり活動へ発展することが期待される。
- 情報の発信者には、受信者へ情報を届けるという意識も持って、丁寧且つ計画的な情報の発信が必要である。
- さらには、受信者の理解を助け、対話を通じて、課題を共有し、関心を高める「場」を地域に創出していくことが重要となる。
- このような、情報の発信や「場」の創出に必要な方策について、提言を行うものである。

1 情報共有のプロセス

情報の共有には、受信者が様々な広報媒体により情報の存在を認識して、その内容に興味を抱き、少しずつ理解を深め、最終的に自分自身のこととして課題や危機感を認識することができるというプロセスがある。この最終段階の過程に至って、はじめて、情報の発信者と受信者とが目標を共有し、実践的な活動へ発展するものとする。このような情報共有のプロセスを意識した情報発信の工夫と、情報の理解を深めるための具体的な取り組みにより、市政・まちづくりに対する市民の興味・関心を高めていく必要がある。

2 事例を通して見えてきたこと

今回の検証では、区役所のまちづくり推進事業から5事業、全市的に展開している事業から3事業の併せて8事業を抽出して、それぞれの担当課から取り組み状況を聴取し、個々の事業について、下記の『検証の着眼点』に留意しながら検証をおこなった。（それぞれの事業の概要及び情報共有の為の主な取り組みについては、別添、資料1『検証事業一覧』のとおり。）

その上で、情報共有の取り組みの現状について、実際の事例を通して見えてきた共通項や特筆すべき事項を、委員会での協議において各委員から出された意見に基づき整理を行った。

★『検証の着眼点』

情報の共有	検証の着眼点
情報の発信 ↓ 情報の理解 ↓ 課題の認識 ↓ 取組への共感	情報発信の時期は適切か。
	情報発信のために活用した媒体は適切か。
	対象者の興味関心を高める工夫がされているか。
	理解を深めるための工夫や手続きがされているか。
	事業の必要性について十分に理解しているか。
	事業の目的や達成目標を共有できているか。

○情報発信の時期やタイミングの効果

各区のまちづくり推進事業は、区におけるまちづくりに対する市民意識の向上が期待される区制2年目に開始され、住民同士の団結や地域コミュニティの活発化に繋がっていた。節水対策事業は、一年のうち最も水使用量が増える7～8月を夏季の節水重点期間とし、節水に関する意識が低い層、いわゆる無関心層と呼ばれる層を中心に広報活動を強化することで、節水効果をあげていた。

○情報発信の為の広報媒体の選択と組み合わせ

市民生活の多様化に対応するため、市政広報誌、テレビ、ラジオ、新聞、生活情報誌、ホームページ、フェイスブックなど幅広い広報媒体を活用して情報が発信されていた。災害時要援護者登録制度では、ホームページ等で制度の概要について広く周知を図ると共に、災害時に真に援護が必要な高齢者や障がい者（要援護者）に

対し詳細な内容の情報を届けるため、日頃から要援護者との関わりの深い民生委員やケアマネージャーなどを情報伝達のターゲットに絞り、制度の詳細な内容について理解できるようなチラシや手引書により情報を発信していた。

○市民の興味・関心を惹く工夫

情報の発信にあたっては、平易な言葉の使用や簡潔な文書など馴染みやすさ読みやすさへの配慮であったり、写真、図表、グラフを使用するなど事業へのイメージや理解を深める工夫であったり、色づかい、印象に残るタイトル、イメージキャラクターの使用など市民の興味を惹く仕掛けであったりと、様々な努力が感じられた。

その他、特徴的なものとして、中央区の校区カルタの作成では、「子ども達に地域の思い出を残す」という事業の具体的なコンセプトを示しながら、情報の発信を行ったことで、参加した市民の興味や関心を高め、事業目的の理解を助ける効果があった。さらに、募集チラシにより、川崎市の「みやまえ地域カルタ」を写真付で紹介し、最終的な成果物を見せたことで、市民が事業の取り組みを具体的にイメージすることができたと思われる。

○情報浸透の工夫

区のまちづくり推進事業では、地域団体を介した水平方向の情報伝達が、地域への情報浸透を助けていた。例えば、校区かるた作成では、校区の子どもネットワークにより、子育て世代の家族を通して世代間を問わず情報が広がり、北区のいきいき交流スポーツ大会では、校区の体育協会により、校区自治協議会を通して対象となる地域の世帯に情報が行き渡っていた。さらに、西区の華ある歴史探訪ウォーキングでは、複数の地域団体で構成される実行委員会が情報共有の場として機能していた。

また、校区かるた作成では、かるたの作成作業が保健子ども課の校区担当保健師と連携して取り組まれていた。このような課を越えた協働の取り組みにより、本来、事業担当課とは接点の少ない団体と繋がることで情報が浸透し、事業の展開にも広がりが見られた。

○市民の理解を深める工夫

今回、検証を行った事業では、東区の地域課題検討会や南区のシンボルマーク作成などで、ワークショップの手法が多く活用されていた。提起された課題について、参加者同士或いは参加者と行政が活発に意見交換を行い、自分自身の事として捉えて一緒に考えている様子がうかがえた。

また、郊外の大型ショッピングセンターでのイベント開催や中心市街地でのパレードも市民の注目を集めていた。例えば、生ごみ減量対策事業では、ごみの分別をカードゲームを使って実践することで、ゴミ出しルールを再確認させたり、「生ごみ1日20g減量」について実際に重さを計らせ、その量を実感させることで、生ごみ減量への取り組み意識を醸成させたりしていた。

3 情報発信の心得

複雑、多様化する生活スタイルの現代社会においては、個人のニーズや関心事も多様化している。その為、現代を生きる人々の周りには、常に、新聞、TV、インターネットなど、多くの媒体を通じて発信される様々な情報で溢れている。これらの情報の中から、人は、快適で幸せな、安全で安心な暮らし方をする為に必要な情報や、或いは自分の居場所の確認や周囲との関わりなどに必要な情報を求める。発信者としての市は、このような、受信者としての市民の思いを踏まえ、如何にして情報に辿りつき、受容していくのかを意識して情報を発信する必要がある。

～市民に情報を届け、興味と関心を惹くために～

1) 積極的で継続的な情報発信

市には、市民に有益で役に立つ情報について、厳選された情報を、積極的且つ継続的に発信することが要求される。構想・企画・実施・評価という政策過程の各段階における細やかな情報発信を意識することが必要である。特に、全市的な事業については、情報を発信する対象者が多く、情報を浸透させる範囲も広いため、無関心層と言われる市民へのアプローチを充分意識しながら、積極的に粘り強く情報を発信し続けることが肝要である。

2) 「目的」・「対象者」・「媒体」・「時期」を確認した情報発信

①情報発信の目的

情報発信には目的がある。例えば、単なるお知らせをするものであったり、情報を伝える対象者の学びに繋ぐもの、或いは課題として考えていただくものであったりと様々である。まずは、その情報を発信する目的を明確にする必要がある。

②情報発信の対象者

次に、情報を伝えるべき対象者を明確化することが重要である。区のまちづくり推進事業では、幅広い年齢層の参加者を募る為に、情報発信の対象を小中学生に絞ることで、子育て世代の家族を通して広範な世代に情報が伝わるという効果を得ていた。興味関心が高いと思われるターゲット層の見定めや、どのようなターゲット層への働きかけが、事業への参加意識や関心を高めることに効果があるかなど、十分に考慮して対象者を絞り込む必要がある。

③情報発信の媒体

目的や情報発信の対象者について決定したら、情報発信の目的を達成するために効果的であり且つ、対象者に情報が届き易いと思われる広報媒体を選択しなければ

ならない。この際、情報発信の為の広報媒体は、できるだけ複数の媒体を選択して、それらの媒体を効果的に組み合わせて発信することが必要である。

④情報発信の時期

最後に、情報発信する時期についても十分に意識し、見極めることが必要である。社会情勢や流行、季節など、情報への関心が高まるタイミングを計ることが求められる。

※情報発信の確認事項

- ◇情報を伝える「目的」の確認：知らせる、教える、考えさせるなど
- ◇情報を伝える「対象者」の確認：情報発信先のターゲット分析
- ◇情報を伝える「媒体」の確認：メディアミックス（媒体の選択と組み合わせ）
- ◇情報を伝える「時期」の確認：関心が高まるタイミングでの情報発信

3) 情報にインパクトを持たせる構成や内容の工夫

委員会での協議の過程で、優良で効果的な情報への意見に共通するキーワードとして、「見やすい」、「分かりやすい」、「考えやすい」が多く使用された。これらのキーワードに沿って情報の構成や内容を検討することで、情報にインパクトを持たせることができると考える。これらのキーワードを踏まえて、情報にインパクトを与える具体的な要素として下記のとおり4つの要素を提示する。

ただし、市政情報がインフォメーション的な要素が多くなることは仕方がない面もある。そのような中でも、情報の背景や経緯などの解説を充実させ、加えて如何にニュース性の内容も盛り込んでいくかなど、検討する余地は多いと思われる。市民の身近な課題として分かりやすく情報を投げ掛け、受信者である市民が自分自身の事に置き換えて考えるきっかけを与えるような、構成や内容を工夫したインパクト性を持つ情報を作成するスキルが市職員には求められる。

※情報にインパクトを与える要素

- ◆伝えたい内容のポイントを絞る
- ◆図表や写真などを効果的に活用する
- ◆事業の具体的なコンセプトを示す
- ◆事業の『達成目標が見える化』する

4) 情報の流れや浸透を意識した情報の発信

①身近なネットワークの活用

今回検証を行った8事業においては、地域の団体や市民サークル、或いは、地域団体の代表者で組織された検討会など、様々なネットワークが有効活用されており、個々のネットワークのコミュニティにおける、繋がりや連携が情報の流れや浸透に大きな役割を果たしていた。特に、校区自治協議会など、既存のネットワークについては、情報を流し浸透させる為の重要なツールとして有効活用すべきであろう。

②課を越えた連携・協力

課同士の横の連携・協力による情報発信も効果的である。複数の課において協力関係を構築しながら情報を流すことで、普段は事業担当課と関係の希薄なターゲット層へも、情報を届けることが可能となる。加えて、各課の担当者が独創性を発揮し、創意工夫により作り上げた情報が、様々な広報媒体を通して市民に届けられることで、情報の流れや浸透を助ける相乗効果が期待できよう。

～市民の理解を助け、関心を高めるために～

市が伝えたい情報の趣旨や意図が受信者である市民に伝わらないと、情報への理解が進まず、自分自身の課題として身近に感じることができない。多くの市民に自ら考える機会を通して、事業への関心を高めることが重要であるが、そのためには、広報媒体による情報の発信だけでは限界がある。

5) 市民の理解を助ける機会を充実

地域や教育現場での説明会や学習会、出前講座の開催など、市民の理解を助ける機会を充実することが必要である。また、思考のみで理解させるのではなく、実際に体感させる工夫を行うことで理解を深めるという手法も有効であると言える。広報媒体による情報の発信と同時に、学習会や体験会を効果的に組み合わせて行うことが必要である。

6) 地域での対話の機会を創出

情報への関心を高めるためには、問題意識を共有する人たちが集まり、膝付き合わせて楽しみながら話し合うことも有効である。このような場において、参加者の間に合意の形成が図られ、個々の思いや考えが共有される。さらに、そこで生まれた「市民の声」が様々な施策に取り入れられれば、市政やまちづくりに参加しているという喜びや充実感が醸成されるであろう。この様な対話の機会を、地域に創っていくことも求められる。

今回の検証は、市民との情報共有の為の、市からの情報発信の取組みを検証したため、情報の発信者を市、受信者を市民としている。しかし、本来、情報共有に必要なことは、発信者としての市と受信者としての市民というように、立場が固定されているのではなく、状況や場面が変わるごとに、その主体が入れ替わるという相互方向的な関係である。市も積極的に地域へ出向き、市民の集まりへ入り込んでいくことを心掛け、その上で、市民から発信された情報を汲み取り、また、市民に聞いて欲しい情報があれば届けるといった姿勢が、今後、ますます重要となる。

4 「場」づくりの心得

市民の理解を助ける機会、地域での対話の機会には「場」が必要となる。しかし、そのような「場」に人が集まらなければ、そもそも「場」を創出すること自体が無駄になる。多くの人々が集い、学び、市政・まちづくりについて考え積極的に対話できる「場」を創出していく必要がある。

◆人が集う「場」とは

より多くの人に集まっていたくためには、物理的に集まりやすいということは必須の要件である。地理的に分かりやすい場所にある、参加者にとって身近な施設である、加えて、交通の便や時期・時間帯など諸条件が整っていることで、より多くの人が集まることが期待できる。

一方で、心理的にも居心地がよいと思っていただく必要がある。それでは、「場」における居心地の良さとはどのようなことなのだろうか。実際に必要な物を手に入れたり、新たな知識を習得したりするなど、「場」に参加する当初の動機や好奇心を満たせることも一つの居心地の良さである。また、価値観や年齢の違う、しがらみのない人々が同じ目的を持って集り、集まった人々の間に仲間意識が芽生えることもそうであろう。さらには、自分自身の考えや行動が周囲に認められ、十分に能力を発揮することができて、その能力が目標達成に活かされていることが実感できれば、人は居心地のよさを感じることができると思う。

以上のようなことから、この委員会では、下記の4つを魅力的な「場」の条件として提起する。

※魅力的な「場」の条件

1 参加者にとって集まりやすい

2 参加者にとってためになる

3 多様な参加者がいる

4 参加者の主体性が認められる

◆魅力的な「場」づくりの心得

上記のような要素を含んだ「場」をいかにして創っていくのか、或いは近づけていくのか、その為にはどのようなことに配慮し追及していく必要があるのか、その要点を整理した。

A 参加者の利便性を創造する。

現代社会では、人々のライフスタイルが多様化し、個々人によって「場」へ参加するのに都合のよい条件が異なる。「場」に参加して欲しい層や「場」に参加したいと思われる層に合わせて、集まる場所や時間帯、移動の手段など、対象となる参加者の利便性を創造することが必要である。また、上記のような物理的な利便性はもちろんのことであるが、例えば、学生や日中に仕事をしている社会人の参加を求めるのであれば、中学高校の授業や大学の講義の一環としてのワークショップの開催や、企業の様々な活動と連携した検討会やグループヒアリングの実施など、「場」の設定方法に関しても模索する必要があるのではないかと。

B 参加者が「場」に求めるニーズを創造する。

参加者が「場」に求めるニーズは、例えば、よき助言者であったり、役立つ資料や道具であったり、また知識や教養であったりなど様々である。参加者が「場」に求めるものは何かということに想いを馳せ、そのニーズを満たすものを出来るだけ用意しておくことが必要である。どのようにすれば参加者が、その「場」に行けば成長できる、自分自身のためになると実感できるのかを、主催者側が考えることが重要である。また、市の職員がまちづくりのパートナーとして地域の会合などに参加するといった方法も有効であると考えられる。市民は、まちづくり活動に必要な情報が得られ、また、市も普段の業務の中では聞こえてこない、より市民に身近なニーズや取組みを把握することが可能となる。このような、公と私の接点となる「場」を増やしていくことで、市と市民の情報の共有が図られ、市民協働による取組みが活発化していくと期待される。

C 多様な参加者間での新たな出会いや繋がりを創造する。

多様な参加者を集めるためには、新たな出会いや繋がりを創造することが必要である。例えば、まちづくりを協議する「場」であれば、NPOなどの市民活動団体と自治会などの地域活動団体、或いは地域活動団体と地元企業の出会いや繋がりを創造することが挙げられる。市には、市民活動支援センター等を活用した市民活動団体と地域活動団体の交流の機会や、地元の商工会の校区自治協議会への加入促進

など、積極的な介入を期待したい。また、新しい繋がりを生み出すことは、市民だけでなく、市の中でも有効である。多様な部署の様々な職種の職員が集まり、仕事の失敗や普段感じていることなどを話し合い共有する会を開催するなど、普段より課同士の横の連携を図る取組みも必要である。

D 「場」の一体感を高める要素を創造する。

参加者の主体性を引き出す為には、「場」の一体感を高めていく必要がある。その為には、「場」の目的を共有した上で、個々の役割を明確にして、目的達成に向けて取り組むといった流れや雰囲気醸成させていくことが求められる。「場」に集う全ての人々が、主催者と参加者といった役割に縛られず、一緒に対話し共に考えていくことも「場」の一体感を高めるには有効である。対話の「場」に一体感を生み出すひとつの要素として、他者の発言を否定したり、自己の主張を押し通したりするような参加者を、出来る限りコントロールし、発言の少ない参加者から、意見を引き出していくといったファシリテーターの存在が不可欠である。ファシリテーターとしての役割を期待される市職員にとって、ファシリテーション技術の習得は必須の要件と言える。

以上、「場」づくりの心得として必要な点について整理した。ただし、一概に「場」といっても、2つの種類に別けられる。一つは、広く参加者を募り多様な意見を集約するといったフォーラム型の「場」であり、もう一つは、ある程度限定されたメンバーが密度の高い議論をするといったダイアログ型の「場」である。この二つの「場」を使い分けることで、新たな情報の創造と共有を図ることができることになる。いずれの「場」においても、上記のような心得のもと「場」を創出していくことが必要となるため、その目的や性質に照らして、特にどの心得を追及していくべきか十分に考慮した「場」の創出を心掛けられたい。

このようにして創出された「場」を通じて、多様な参加者が新しい出会いや繋がりの機会を得ることで、そこで出会った者同士による新たな「場」を生む可能性が広がる。新たな「場」が創出されれば、そこでもまた、新しい繋がりが生まれるといった繋がりの連鎖が起きることであろう。さらには、このような繋がりを通じて情報共有をした者同士が、主体性を発揮し、利害関係者を巻き込みながら行動を起こすといった、市民発のスパイラルを期待するところである。

5 既存の「場」や「つながり」を活かす

新たな「場」の創設だけではなく、既に存在する「場」を有効に活用していくことも重要である。上手く活用されていない「場」であれば、その原因や問題を検証し、有効活用できる「場」へと改善を図っていくことが必要である。

地域における代表的な対話の「場」として、校区自治協議会がある。地域情報を共有して地域の内外へ発信する、さらには、身近にある課題を自分達で解決するために、地域で各種団体が集まり検討し取り組んでいくことは、本来、校区自治協議会の役割であり使命であるが、総体的に見て、そのレベルに至るまで十分に成熟していないのが実態である。

校区自治協議会が、ボランティア、NPO団体、地元の商工会など様々なまちづくりの主体を協議会の構成員として巻き込みながら、身近な課題への解決に向けた具体的な取り組みを主体的に進めていく、そのような組織へ進化していくことが求められる。その上で、市も校区自治協議会へ積極的に参加し、情報を発信していくとともに、市政・まちづくりについて、地域の皆様と対話し一緒に考える「場」として、もっと有効に活用していくべきである。市には校区自治協議会の進化の為に必要と考えられる様々な支援について検討し、積極的に取り組まれることをお願いしたい。

おわりに

- 現代の情報化社会においてインターネット環境の利用は不可欠であり、そのようにことも視野に置いた「場」の創造も必要となる。
- 無関心層の市民からの、多様なメッセージを受け取るという姿勢を持って、情報共有に向けて不断の努力を期待したい。
- ただし、人は情報共有だけでは、具体的な動きに発展していかないことも事実である。
- 情報を届け、市民の理解を助ける機会、地域での対話の機会そのような「場」へ引き入れることで、新たなつながりが生まれる。
- つながるということは、協働によるまちづくりの取組みにとって重要な要素である。
- 熊本市は潜在的な市民力が高く、まちづくり活動に取り組んでいる人が多い。
- しかし、それら活動者に接点がなく、別々に行われており、つながっていない。
- そのようなつながりを生み、継続させる支援を模索することが必要であり、ハブ機能としての行政の役割は重要である。

別 添 資 料

(資料1)

★検証事業一覧

<区のまちづくり推進事業>

事業名	事業概要	情報発信・共有の主な取り組み
中央区 校区カルタ作成 (まちづくり推進課)	住むまちへの理解を深め、誇りを育むため、地域において校区カルタを作成	○校区連絡会議で各校区の代表者へ募集チラシ配布 ○先進地で作成された「カルタ」を見本として紹介 ○フェイスブック、テレビ等により事業概要を紹介 ○ワークショップや勉強会、作業部会等を作成過程で随時開催 ○ラジオにて出水校区の読み札案を紹介
東区 地域課題検討会 (まちづくり推進課)	区民と区の職員がともに課題を整理し、地域課題解決に取り組むための検討会を設置	○校区自治協議会を対象にヒアリング調査を実施 ○校区自治協議会において共通課題を報告 ○地域課題検討会を7回開催
西区 華ある歴史探訪ウォーキング (河内まちづくり交流室)	西区の魅力の再発見及び区民の健康増進を目的とし、自然や歴史、文化を巡るウォーキングを実施	○自治協議会へ説明を行い地元による実施組織として実行委員会を設置 ○実行委員会での何度も協議を重ねる ○地元広報誌の積極的な活用 ○多様な媒体を活用した大会実施の広報
南区 シンボルマーク作成 (総務企画課)	地域を知り、愛着を育むことを目的に、区民公募等でシンボルマークを作成	○区内の小中学校やPTA連絡会を直接訪問し趣旨説明と児童・生徒への呼びかけを依頼 ○シンボルマーク説明会(勉強会・ワークショップ)を開催し、参加者に「地域のしるしアドバイザー認定証」を配布
北区 いきいき交流スポーツフェスタ (福祉課)	北区4地域の一体感醸成、健康促進を目的とし、スポーツ大会を開催	○各校区の体育協会を通じて、地域(団体)への情報を発信 ○各校区の体育協会員が大会への参加者へ直接会い、大会の目的について説明し参加を依頼

<全市的な事業>

事業名	事業概要	情報発信・共有の主な取り組み
節水対策事業 (水保全課)	平成 30 年度までに 市民 1 人 1 日あた りの水使用料 218 リットルを目指し、 節水市民運動を展 開	○夏季の節水重点期間に市政だより、ホームページ、 ラジオ等による広報、アーケード内パレード実施 ○チャレンジ小学校として、小学校 4 年生を対象に学 校へ節水の出前講座を開催 ○わくわく節水倶楽部の活動促進として、節水重点期 間に会報誌・ポスター配布、メールマガジン配信 ○イメージキャラクター「節水ちゃん」の活用 ○節水器具普及協力店へ節水ブース等に、ポスターの 掲示依頼、のぼり旗やリーフット等の設置を依頼
生ごみ減量対策 事業 (ごみ減量推進課)	「家庭ごみ 20%減 量」を達成するた め、5 月 1 0 月の推 進月間中心に広報 活動を実施	○市政だより、テレビ、新聞等で推進月間を中心に広 報 ○若者世代へは若者向けの雑誌への広告を掲載 ○主婦層へはエコレシピの募集・配布、エコレシピを 活用した料理教室の実施 ○大型スーパー等での、ごみの分別ゲーム、ひとしぼ りゲーム（生ごみ一人一日 20 g 減量の重さや量を体 感させる目的）等のイベント実施 ○エコレシピを掲載したグッズの配布
災害時要援護者 登録制度 (健康福祉政策課)	災害時に自力で避 難できない方など を対象として、本人 の申請に基づき「要 援護者登録名簿」に 登録し地域と市が 協力し迅速な対応 ができるよう整備 を行う	○ホームページへの掲載 ○市民生児童委員協会長会議や民生委員を対象とした 各種研修会等で登録推進に係る協力依頼 ○障がい者団体等の関係団体への説明会 ○地域関係者向けの手引書を作成・配布

(資料2)

★意見整理表

委員間での考え方の共有を図るとともに、提言に向けた意見の整理を行うため、熊本市が行う情報共有の取り組みについて、事例検証でのヒアリングをもとに、その優良点と改善点について意見を出し合い整理した。

	主な見出し	優良な点	改善が必要な点
区 の ま ち づ く り 推 進 の 取 り 組 み	発信の工夫	早いタイミングでの情報発信 ターゲットの絞込み 多くの広報媒体を活用している FBでのリアルタイムの情報発信が面白い	地域での情報発信に工夫 文章や構成などに分かりやすさや興味を惹く工夫 発信したい情報の目的が明確でない
	分かりやすい (見やすい) (考えやすい)	他都市事例の紹介でイメージしやすい 対象者同士が向き合い楽しみながら会話していた 自分の地域という意識がある	事業の名称が難しい 情報が偏在していた
	巻き込み (繋がり) (口コミ) (広がり)	小中学生を巻き込んだ情報の発信 広い年齢層に届く情報発信 行政間の横の連携が有効(情報が2課から発信) 地域組織と連携した体制が作られていた	市(区)役所内での連携をもっと高めること ボランティア団体を活用 年齢、性別、職種を超えた巻き込み 行政主導、地域の自発性不足
	丁寧さ	直接訪問による説明努力がよい 度重なる地域への訪問 ワークショップ等による話し合いの「場」の設定	もう一息、もう一押しの検討を期待 繰り返しの情報発信が不足
全 市 的 な 取 り 組 み	発信の工夫	年間を通しての(継続的な)情報発信 段階に分けた情報の発信が良かった タイミングを計った情報発信がある 対象者を絞った情報発信がよい メディアの活用に工夫・多くの媒体の活用 親しみやすいキャラクターを使用していた	情報は不均等、不平等であることを認識する 飽きさせない情報の発信が課題 ひとりひとりに向けた浸透の難しさが課題 無関心層の分析と情報発信の検討 発信したい情報の目的が明確でない キャラクターの更なる積極活用 事業の名称が難しい(愛称の使用)
	分かりやすい (見やすい) (考えやすい)	明確な数値目標を出していた「目標の見える化」 自らの問題として考え易い 自宅でもできる工夫が示されるため興味が沸く	住民の意識まで届く情報の内容を検討 必要性や危機感に気づかせる工夫 本質を伝えきれていない おもしろみが足りない
	巻き込み (繋がり) (口コミ) (広がり)	様々な組織と連携していた 企業を巻き込んだ取り組みが行われていた 地域組織と連携した体制が作られていた ネットワークが作り上げられていた	市役所、各区との連携が必要 ネットワークが十分に活用できていない 地域団体の有効活用
	丁寧さ	対象者を絞り込み丁寧に説明をしている 地道な取り組みにエールを送りたい 必要な方へ適切に情報発信している	伝え手と受け手の温度差を狭める 「相手の身になって」、「自分の事として」が必要
	教育	学校教育への取り組みに力を入れている 出前講座を充実させている	学校現場での教育に更なる努力を 危機感、問題意識の教育 生涯学習とのタイアップを
	イベント (楽しい)	バスツアーの実施が良かった パレードなどのイベントが注目を集めていた 大型ショッピングセンターでの分別ゲームが面白い 頭でなく体に覚えさせる方法を評価	イベントは楽しいが、家に帰ると忘れる