

中野区シティプロモーション事業再構築の考え方について

区は、平成30年8月に決定した「中野区シティプロモーションの推進について(指針)」に基づき、プロモーション事業を進めてきたところであるが、約2年となるこの機に、これまでの取組を検証するとともに、新型コロナウイルス感染症の拡大等による社会的な影響を踏まえ、次のとおり、同事業を見直すこととする。

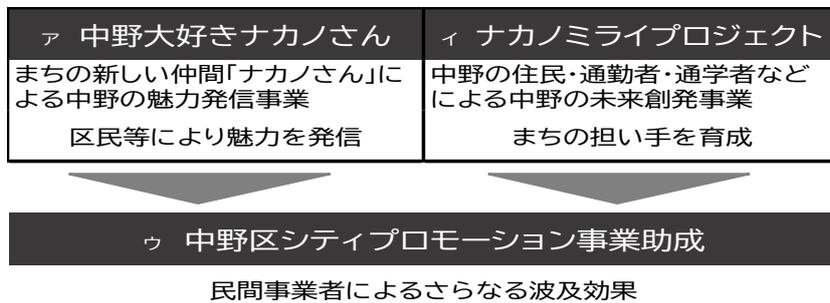
1 現状

(1) シティプロモーション事業の目的

- ア 区民の区に対する愛着や誇りと区内外の人々の中野区の推奨気運の醸成 【質的变化】
- イ 新しい中野への期待感の向上等による定住人口・昼間人口の増加 【量的変化】
- ウ 以上によるまちの活力の向上

(2) 主な3つの取組と実績

事業の目的を達成するため、2018年度から主に3つの取組を実施してきた。



ア 中野大好きナカノさん 【2019年2月1日開始】

人形作家の清水真理氏が制作した球体関節人形「中野大好きナカノさん」の無垢な視点を通して、区、区民や中野が好きの方が中野の魅力(中野にしかない本質的な魅力)を SNS などで世界に発信する。

(ア) 取組の展開



(イ) 実績(2020年6月1日現在)

- ・Instagram フォロワー数 3,557 人
- ・Twitter フォロワー数 3,543 人
- ・Facebook フォロワー数 608 人
- ・中野が好きです会員 会員数 1,274 人、協力店 20 店舗
- ・ファンミーティング(ナカナカ会) 4 回実施、参加者数 73 名

イ ナカノミライブプロジェクト(ワークショップ)【2018年10月23日開始】

3か年計画のプロジェクトで、区民、区内企業、大学、商店街等が中野区の魅力やまちの未来について考え、区に対する愛着や参加意識を醸成し、区への取組への参画者(まちの担い手)を増やすことを意図して、3つのワークショップ(企業連携、区民連携、大学連携)を実施した。

(ア) 企業連携ワークショップ

2018年度のワークショップでは、中野をより良くするアイデア創発に取り組んだ。2019年度には、提案されたアイデアのうち、中野の子どもたちと商店街の新たなつながりをつくる「トビコメ!!なかの商店街」を区内商店街と連携して実施し、区内在住・在学の小学生も多数参加した(参加者アンケートの満足度は100%)。

(イ) 区民連携ワークショップ

中野で育つ子どもたちの、輝く個性の表現をテーマに、Tシャツやパネルに自由にペイントする”なかのカラフルキッズ”を2日間開催し、延べ273名の児童が参加した(参加者アンケートの満足度は、94.9%。「子どもの個性が発揮できた」85.5%、「今後も同様にイベントに参加したい」93.5%)。

(ウ) 大学連携ワークショップ

明治大学国際日本学部佐藤郁ゼミナールと連携して実施した。16人の学生を中心に、区への愛着の醸成や来街者増加の視点を取り入れたプロモーションプランを作成した。

ウ シティプロモーション事業助成

民間が主体的に行うシティプロモーションの活動を促進し、シティプロモーションへの新たな参画者の増加及び区の魅力が区内外に効果的に発信されることを意図して3つの助成事業を実施した。

	助成事業	助成対象団体	助成率	助成上限額	応募数
1	「ナカノミライブプロジェクト」提案事業助成 「ナカノミライブプロジェクト2018」の提案を基礎とした事業やミライブプロジェクトの趣旨に沿った事業	・区民団体 ・企業 ・企業連携による団体 ・各種法人	2/3	30万円	2事業 (うち1事業審査不合格)
2	学生チャレンジ事業助成 学校及び学校の正規授業であるゼミが実施する、学生によるシティプロモーション事業	・学校 ・学校の正規事業・ゼミナール	10/10	30万円	1事業
3	「中野大好きナカノさん」活用事業助成 ①「中野大好きナカノさん」を活用した新しい商品の開発・販売 ②「中野大好きナカノさん」を活用した参加型イベント	・区民団体 ・企業 ・企業連携による団体 ・各種法人	1/2	50万円	7事業

2 課題と新たな背景

(1) 課題(評価)

ア 中野大好きナカノさんプロジェクト

- ・ナカノさんに関するフォロワーやファンは一定数おり、また、一部に熱心なファンがいる。
- ・ナカノさん自体を認知している人であっても、「なぜナカノさんなのか」「なぜ人形を使っているのか」がわからないという人が多い。
- ・一般的には、認知度が高くない。
- ・ナカノさんによる情報発信はさまざま行っているが、ナカノさんと風景だけの画像による情報発信が多い(人や団体が介在している情報発信が全体的に少ない)。
- ・プロモーション事業の企画と展開を民間事業者へ委託して行ってきたが、これに要する経費が大きい。また、費用対効果の面で疑問という意見が区に寄せられている。
- ・中野の本質的な魅力=多様性ということが理解されづらい。また、多様性の対象が限定して理解されていることが窺える。
- ・意図(目的)である中野の魅力の発信ということ自体が曖昧である。

イ ナカノミライプロジェクト(ワークショップ)

- ・ワークショップ自体は盛況である。区民連携や大学連携ワークショップ参加者の満足度は高い。
- ・企業連携ワークショップのイベント「トビコメ!!なかの商店街」は盛況であったが、次の展開につながっていない。
- ・参画する企業にとってのメリットが曖昧である(利益やCSRとしてのPRにつながっていない)。
- ・意欲的に参画している一部企業においては、当ワークショップを若手社員の交流・育成の場としても捉えている。

ウ シティプロモーション事業助成

- ・助成した9事業は、一定程度話題となった。
- ・ナカノさんを活用した商品開発が7点あり、そのうち5点は助成金を受けていないものである。ナカノさん関連商品の開発に関わっている事業者の熱量が非常に高い。

(2) 新たな背景(新型コロナウイルス感染症による社会状況の変化)

ア 生活様式・習慣の変化

イ 事業収入・個人所得の減少、倒産や生活困窮者の増加

ウ 心身の健康に支障をきたす人の増加

3 シティプロモーション事業の再構築について

(1) 基本的な考え方

ア 「新型コロナウイルス感染症を乗り越える」をテーマとし、区内事業者や団体、区民のつながりや絆づくりに焦点を当て、情報発信や取組の支援を行うことを基本とする。

(ア) シティプロモーション事業の目的を絞り込む。区外へ中野区の魅力や期待感を発信することに力点を置くのではなく、区内事業者や団体、区民のつながりや絆が強く、こういった状況下であっても事業を営み、暮らしやすいまちであることをPRすることに移行する(その結果として、事業者や区民の区への愛着や誇りが醸成されるという考え方に修正する)。

(イ) 広報と一体的に取り組む(広報とシティプロモーションの区分けをしない)。

イ シティプロモーションの具体的な取組みについては、ミライプロジェクト参画団体を中心として、事業者や大学等の団体と協議しながら、企画・調整し、展開していく(区は主として、きっかけと場づくり、取組支援、情報発信を担う)。

ウ 「中野大好きナカノさん」は、上記取組みの補助的ツールとする。

(ア) 事業者や区民は、「中野大好きナカノさん」を自由に活用(情報発信等)できる。

(イ) 区は、「中野大好きナカノさん」を通じて、区取組や公益性の高い区民や団体の活動などを紹介する。

(2) 主な取組

3つのプロジェクトという構成から、以下の2つの主な取組に組み直す。また、以下の取組について、区は後方支援し、取組のプロセスも含めて広報する役割を担うものとする。

ア 事業者・団体、区民等との協働による取組

(ア) ナカノミライプロジェクト

昨年度の取組の報告会を開催した後、感染症の影響下における地域貢献などをテーマの候補として、参画している企業と協議し、今年度の取組を企画・実施する。

(イ) (ア)以外の区民や区内事業者との連携や協働の推進

(ウ) 事業者・団体の事業助成

(2)アやイに関する事業助成を実施する。

なお、「中野大好きナカノさん」活用助成(ナカノさんを活用した商品開発・販売及び参加型の事業に対する助成)は、関わっている事業者の気運が高いこと、また、新型コロナウイルス感染症の影響下における経済対策(事業者支援)となるため、本年度に限って継続して実施する。

イ 情報発信の充実

(ア) 区の広報としての情報発信

(イ) 「中野大好きナカノさん」による情報発信(日頃、区の情報発信をキャッチしていない層をターゲットとすることを意図)

・事業者・団体、区民による自由な情報発信・拡散

・区による情報発信

「中野大好きナカノさん」は何を意図したものであるかを、繰り返し丁寧に情報発信する。また、ナカノさんを通じて、区の施策や事業をはじめ、公益性の高い取組を紹介する。

(3) 予算執行等

ア 今年度のシティプロモーション事業については、広報や企業・団体等への助成、事務費のみを執行する。前述を踏まえ、プロモーション事業委託は、今後実施しない(本年度のプロモーション事業委託経費は全額未執行)。

イ シティプロモーション事業としての事業者への助成は、今年度限りとする。同事業助成は、次年度に向けて、公益助成やクラウドファンディング事業へ転換することを含め、見直しを検討する。

(4) 今後の予定

2020年6月 「中野区シティプロモーションの推進(指針)」見直し、決定

7月～ 事業助成の募集開始