

今回のデザイン会議は、エフピコRiMを再生し、今年秋に開業を迎える「iti SETOUCHI」のイベントスペースで開催しました。「官民連携による情報発信について」を議題として、駅周辺に関する良質な情報を持続的に発信する仕組みづくりについて、構成員のみなさまと議論を行いました。

1 官民連携による情報発信

- 官民連携による情報発信は大事。駅周辺では、官民連携の事業が進んでいるため、戦略的に情報発信に取り組むとよい。
- 官と民のそれぞれの役割が必要。
- 官がプラットフォーム（WEBサイト等）を構築する場合は、専門家から専門的な知識を取り入れながら構築するとよい。
- 民はまちづくりのプレーヤー（主体）、官は環境整備やコーディネート役割を担うとよい。
- 官の役割として、公式LINEやアンバサダーと連携は可能。
- 官がプラットフォームを構築し、一定期間後に民に移譲するのであれば、最初から民に構築してもらう方がよい（費用負担などは要協議）。民の構築の方が、運用において、スピード感、コンテンツの量、質、柔軟性ともに優れたものになる可能性が高い。

2 良質な情報

- 良質な情報を発信することは大事。どのような情報が良質なのか議論することが必要。
- まちの未来の姿など、未来の情報を発信していくことが大事。

- 市民と観光客では求めている情報は異なる。
- 事業に関する情報発信も大事だが、市民が求めている情報は「楽しいこと」である。市民が興味のあることを発信することが大事。
- デジタルな方法もよいが、折込広告などアナログな方法もある。
- 市民の言葉をきちんと発信することが大事。市民が実際に体験する機会を増やし、感じたことを言葉にして、発信することが必要。積み重ねることでシビックプライドになる。
- 情報の受け手を増やすことが大事。駅周辺をよくしたいと考えている人を増やしていくプロセスが情報発信。情報を拡散したいと思う人を増やすことが必要。



2 良質な情報（続き）

- 媒体は何でもよい。愛着を持つ人を増やすことが大事。そのような人が増えれば、まちの小さな変化でも誰かに伝えたいくなる。
- プロジェクトに関するだけでなく、日々感じたことや、まちの情報を毎日発信するとよい。毎日コツコツ更新することで閲覧数も増え、興味を持つ人が増えてくる。

3 持続的に発信する仕組みづくり

- 仕組みを考える組織・チームが必要。専門的知識も必要となるため、専門家に参加してもらうとよい。
- 商店街など沿道の地権者や事業者との連携も必要。
- 共通認識の戦略をつくる必要がある。効果測定やPDCAサイクルでチェックすることも必要。



4 ブランディング

- 市民にどのようにまちを認識してもらいたいかも重要だが、現在どのように認識されているのかを把握することも大事。
- 市民からの共感を呼ぶことが大事。市民の属性で感じることは違い、どうすれば共感を得られるかを知ることが必要。
- エリアの特徴を活かしたエリア毎のデザインコードをつくとよい。
- 誰に発信させるのが大事。
- 誰を対象にどのような情報を発信していくかが大事。

5 メッセージ・デザイン

- 最初の旗印として、プロジェクトの名前やロゴ、楽しそうなメッセージが必要。
- このようなまちにするなど、考えを相手に押し付けるような姿勢はよくない。実験等を繰り返し、市民と共に考えていくとよい。
- エリアのキーメッセージやカラー等を駅周辺プロジェクト全体で統一するのか、4つのエリア毎に決めるか等、最初に方針を決めておく必要がある。
- 世界観をどう統一していくかを検討することが大事。インクがにじみ出すような一体感、今までになかった楽しさがうまくつながるためにはどうしたらよいか考える必要がある。
- まちは変えられるチャンスがあるというメッセージを発信していくとよい。未来創造都市につながるストーリーを発信していくとよい。