

桑名市ブランド推進委員会 会議概要（抜粋）

<p>日時・場所</p>	<p>令和2年8月31日(金) 10:00～12:00 くわなメディアライブ多目的ホール（桑名市中央町）</p>
<p>出席者</p>	<p>委員： 8名 市： 1名 事務局： 4名</p>
<p>会議次第</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 開会 2 市長あいさつ 3 報告 <ul style="list-style-type: none"> (1) 桑名ほんぱく2020について (2) 住吉地区及び七里の渡し周辺のまちづくり推進事業について 4 議事 <ul style="list-style-type: none"> 桑名市の情報発信について <ul style="list-style-type: none"> ①首都圏PRについて ②ホームページのリニューアルについて 5 その他（総括） 6 閉会
<p>概要 (主な意見)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 開会 2 市長あいさつ <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響で、多度祭・石取祭・水郷花火大会など様々な行事が中止となるなど大きな影響が出ております。市内からも感染者が確認されており、今後の情勢を注視し、万全の対応をとって行きたいと考えております。 ・そんな中での明るいニュースとしましては、桑名駅の新駅舎の建設の工事が終わり、いよいよ明日「桑名駅自由通路及び橋上駅舎完成式典」を開催し、30日に供用開始を迎えることになっております。駅舎は桑名市の顔であり、多くの方が毎日利用される重要なインフラでもあります。ブランド推進委員会で議論されてきたデザインコンセプトでもある、忠勝ブラック・ジョサイアブラウンといった色のモチーフを交えた外観となっており、また各昇降部は下層部をレンガ調、上層部を木目調のルーバーを配置することにより、和洋折衷のデザインとして六華苑をイメージしたものとなっております。そして正面外観は、七里の渡し跡にあります伊勢国一の鳥居をイメージしています。この新駅舎が、広く市民に親しまれる駅舎になることを願っているところであります。 ・本日の委員会は今年度第1回目ということで、新しい委員の方にも加わっていただきました。議題の中心が、市の情報発信ということで、その分野に長けた方に入っていただきました。桑名市では平成26年度から東京PR事務局を設けて首都圏から全国への情報発信を進めています。平成30年度からはポニーキャニオン株式会社に業務を請け負っていただき、業務を進めております。 また、今年から2か年で市のホームページをリニューアルしていくことになっており、桑名市のことをより多くの方に見ていただけるツールになればと考えているところであります

委員長

3 報告

(1) 桑名ほんぱく2020について

- ・今年新型コロナウイルスの影響を受け、例年より2ヶ月遅れで進んでいます。この時期、本来であれば皆様にプログラムを載せたガイドブックをお配りできるのですが、まだ作成している最中です。ちょうど今日がガイドブックの原稿の締め切りとなっています。今のところ34団体が参加し、42プログラムを提供していただいています。
- ・10月中旬にガイドブックが完成する予定で、10月31日（土）からWEB申込を開始し、11月1日（日）から電話申し込みを開始することになっています。

(2) 住吉地区及び七里の渡し周辺のまちづくり推進事業について

- ・事業全体を桑名ブランド協議会に委託する形で実施しています。
- ・主な昨年度の事業として桑名ブランドマスタープランを作成しました。この中で、「現状の問題点」・「取り組みの方向性」を抽出し、マスタープランの役割を「持続的なブランディングを推進する仕組みの創造」と位置付けています。
- ・ソフト面での対策として、情報を発信する仕組み、潜在顧客の掘り起こし、おもてなし意識の醸成、体験コンテンツ群の開発、売れる桑名土産の開発、ハード面での対策として、連鎖的に回遊できる商業機能、伊勢国の玄関口・桑名宿のイメージ統一、来街者の利便性改善、既存施設の機能やサービスの改善、水辺空間の整備と安心・安全なまちづくりを上げています。
- ・それらを具体化するための仕組みづくりとして、「エリアマネジメントを実施する都市再生推進法人の創設」・「行政・民間・地域団体・市民が連携・協力する資金確保の仕組みとして「まちづくりファンド」の導入」、「公共空間でも稼げるまちづくりの実現に向けた制度活用」があります。
- ・観光客の回遊イメージとして、3パターンの人設を設定したプランを設計している他、ハード対策を盛り込んだ将来像のまちのイメージ図、デザインコンセプトを提示しています。

4 議事

桑名市の情報発信について

①首都圏PRについて

- ・首都圏PRにつきましては、平成26年度を初年度として、マスコミが集積する首都圏から桑名の魅力を桑名ブランドとして発信し、認知度とイメージ向上を図ることを目的に行っております。
- 平成30年度からプロポーザルによって業者を選定することとなり、応募3社の中から最も魅力的で具体的な提案をいただいたポニーキャニオンに3か年の契約で東京PR事務局の業務を委託しております。
- 特にPRするテーマを「食・歴史・祭」に絞り、訴求力のある3人の「魅力みつけびと」に外目線で桑名の魅力を掘り下げていただいております。
- 平成30年度は「食」をテーマとしており、作家の柏井壽さんにはフェイスブックによる発信のほか、去年8月には、桑名のハマグリを題材とした小説を「鴨川食堂」で書いていただいたところです。昨年度は、「歴史」をテーマとし、ミュージシャンのMummy-Dさんに新しい「くわなにさくはな」という曲を作ってください、その曲を載せたPR動画を作成しま

した。今年の4月に15万回再生を超えています。

平成29年度までとの違いとしては、プレスリリースを中心に全方位で桑名市をPRしていたのに対して、ターゲットを絞ってより深く桑名の魅力が認知・浸透するようなPR手法を取っています。「点」を重ね「線」にしていき、桑名の本物力が認知され浸透していくことを目指しています。

②ホームページのリニューアルについて

- ・目的：現行の桑名市ホームページ（以下、HP）は、構築してからまもなく10年が経過します。10年も経過するとデザイン的にも古さが出てしまうこと、時代の流れでユーザーニーズに合っておらずスマートフォン対応ができていないこと、障害者差別解消法が平成28年に施行されたことに伴い、アクセシビリティに準拠できていないことなどからリニューアルを行います。

○桑名市リニューアルコンセプト【すべての人に優しいウェブサイトへ】

○サブコンセプト【市の「広報力」が伝わる、「使いやすさ」「わかりやすさ」が体感できるホームページ】

- ・いかにホームタウンを知ってもらうか。市民向けに仕掛けが必要。
- ・市民から発信してもらうのもよい。外の人から褒められるとうれしい。
- ・福岡市のHPが、スマホに特化して見やすい。常に新しい情報を上げていけるように更新がスムーズにできる方がよい。作って行く内にトレンドが変わっていく。市内に向けて細かく情報を出して行く。閲覧者の滞在時間を見る。どこから入って、どこから出ていくのかを分析する。先進的などころ日々変わっていく。タイミングによってターゲットが変わる。一年かけて作って行く。一回では作れない。
- ・まち全体のデザインとの統一性・色が、ブランディングにとって重要です。良い例が、さっぽろスマイル。動いている感が大切で、止まっているHPは見えない。どんなプロジェクトをやっているのか、HPを見るだけでまちが動いているのが分かる。鯖江市は、見せたいものだけ見せるように整理されている。生駒市はブランディングを別出しにして作っている。犬山市は犬山城の駐車場の空き状況が分かるようになっていて、ついでに市のHPを見てもらう「ついで見」を誘発することで、双方向の閲覧を増やしている。
- ・目的にあった二つの問題点を解決するならすぐにすべき。令和4年まで待っては遅い。一日も早く解消すべき。
- ・市のHPは情報を持っている人が見に行くところ。市民がワクワクして見に行くところではない。SNSとは住み分ける。うちの場合、最近紙媒体を止めている。なぜアクセス数が上がったのかを検証する必要がある。
- ・観光にきちんと紐づける必要がある。場合によっては、本体と切り離してもいい。
- ・外国人への対応をどう考えているのか。翻訳ソフトを使っても上手く訳されていない。緊急情報で間違った情報を流れてしまったケースがある。プロフェッショナルライターが書いたものの方がいい。日本語をそのまま訳すのではダメで、センスが違うので外国人の為のコンテンツにならない。
- ・市民向けと観光客向けは分けた方がいい。市民向けは「まじめ・シンプル」、観光客向けは「楽しく・見やすい」でオリジナルな面が必要。
- ・多文化共生の中で、やさしい日本語を取り入れている。
- ・日本語がわかる外国人が何人いるのか。緊急時には、ぱっと英語で見たい。
- ・ナガシマリゾートでは、テレビを中心にHPでも情報発信をしている。パソコンとスマホでは、スマホの方が利用者は多い。いろいろな情報にリンクしやすい工夫がほしい。作る人には桑名市のことを知ってる人にやって

もらう方がいい。

- スマホ対応ぐらいは速やかにやった方がいい。
- アンケートにあるように行政情報を見る人が多い。そういう人は見やすさを求めている。図表が使われていない。最近の市長記者会見はパワーポイントを使って分かりやすくなった。カラーコードもいいが、情報弱者にも配慮が必要。色弱な方への配慮、ユニバーサルデザインが大事。
- HPをすぐに変えることはできないのなら、SNSを併用しながら補完していく。各お店の情報は、民間のサイトにつなげていく。観光協会・ブランド協議会などとの連携が必要。
- 情報自体は溢れている。誰にどの情報を伝えたいのか。来る前にほしい情報と、来てからほしい情報は違う。