

<分析者より>

調査結果が物語る「人とモノが地域を循環する仕組み」と 「自分と関係があると思える情報発信」の重要性

久留米大学法学部国際政治学科准教授 松田 光司

1. 市の33の取り組みに対する設問の分類

今回の調査では、久留米市の33の取り組みについて、様々な角度から質問している。この33の取り組みは、久留米市新総合計画・第2次基本計画をもとに作成したものである。久留米市の新総合計画を見直す上で重要な選択肢であり、実際にこの調査結果が計画見直しの基礎資料として活用される予定である。

ここで、33の取り組みに関する設問の仕方をみると、33の取り組みについて直接たずねた設問は、重要度(問1A)、満足度(問1B)、力点施策(問2、以後「短期的力点施策」と表記)、長期的な視点でみた力点施策(問6、以後「長期的力点施策」と表記)である。また、定住意向(問3)と久留米市の10年間の評価(問4)は、33の取り組みについての全体的な評価と解釈することもできる。重要度、満足度は、それぞれの取り組みについて質問しているのに対して、短期的力点施策と長期的力点施策は、33の取り組みの中から力を入れてほしい取り組みを選択する形になっている。それぞれの取り組みに対して重要度と満足度では、市民からきめ細かい評価を得られるのに対して、回答を複数選択する短期的力点施策、長期的力点施策では、力を入れてほしいものとそうでないものとを比較検討しながら選別することになる。

次に、時間軸で分類すると、久留米市の10年間の評価は、10年前から現在までの評価をしている。重要度、満足度、短期的力点施策が現在についての設問であるのに対して、定住意向と久留米市の将来像と長期的力点施策は、未来についての設問となる。これらの違いを明確にしつつ調査結果を比較検討してみる。このうち、定住意向と力点施策との関係については、第1章、第3章の総括で分析しているので、参照されたい。

①短期的にも長期的にも最優先で取り組むことが求められている

「労働・雇用対策」、「防災対策」、「生活道路や側溝の整備」、「防犯対策」、
「子育て支援体制の充実」、「高齢者福祉の充実」

重要度と満足度によって導き出した4領域の中で「重要であるが、満足ではない」領域Aに入る取り組みは、最優先しなければならない項目である。

その領域Aに入る9項目と短期的力点施策の上位10項目と長期的力点施策の上位10項目を比較する

■A領域の施策と短期的力点施策、長期的力点施策との比較■

A領域の項目	順位	短期的力点施策	長期的力点施策
労働・雇用対策	1位	労働・雇用対策	労働・雇用対策
防災対策	2位	高齢者福祉の充実	防犯対策
生活道路や側溝の整備	3位	子育て支援体制の充実	高齢者福祉の充実
防犯対策	4位	地域医療体制の充実(C)	生活道路や側溝の整備
バリアフリー化対策	5位	防災対策	子育て支援体制の充実
農業振興対策	6位	生活道路や側溝の整備	防災対策
子育て支援体制の充実	7位	防犯対策	行政改革の推進(B)
高齢者福祉の充実	8位	広域幹線道路の整備(B)	地域医療体制の充実(C)
青少年の健全育成	9位	生活排水処理の整備(C)	青少年の健全育成(A)
	10位	公共交通網の整備(C)	企業の育成・誘致(B)

ことで、久留米市の33の取り組みを総合的に分析する。

領域Aの9項目と短期的力点施策上位10項目と長期的力点施策上位10項目のいずれにも入っているのは、労働・雇用対策、防災対策、生活道路や側溝の整備、防犯対策、子育て支援体制の充実、高齢者福祉の充実の6項目である。これらは、短期的にも長期的にも最優先で取り組むことが求められている項目だと解釈できるだろう。

②満足しているのに、最優先ではないが重要度が高く、

短期的にも長期的にも力を入れてほしい「地域医療体制の充実」

短期的に力を入れてほしい「生活排水処理の整備」、「公共交通網の整備」

領域Cと短期的力点施策上位10項目と長期的力点施策上位10項目にすべて入っている項目は、地域医療体制の充実のみであり、これは、「満足しているのに、最優先ではないが重要度が高いので短期的にも長期的にも力を入れてほしい取り組み」であると解釈できる。

領域Cと「短期的力点施策」上位10項目の二つだけに入っている項目は、生活排水処理の整備、公共交通網の整備であり、「満足しているのに、最優先ではないが重要度が高いので短期的に力を入れてほしい取り組み」であると解釈できる。

③やや重要ではあるが満足していないので、最優先する必要はないが、

短期的に力を入れてほしい「広域幹線道路の整備」

長期的に力を入れてほしい「行政改革の推進」、「企業の育成・誘致」

領域Bと短期的力点施策上位10項目の二つだけに入っているのは広域幹線道路の整備であり、「やや重要ではあるが満足していないので、最優先する必要はないが、短期的に力を入れてほしい取り組み」であると解釈できる。領域Bと「長期的力点施策」上位10項目の二つだけに入っている行政改革の推進、企業の育成・誘致は、「やや重要ではあるが満足していないので、最優先する必要はないが、長期的に力を入れてほしい取り組み」であると解釈できる。

2. 久留米市への評価と短期的力点施策、長期的力点施策との関係

久留米市の10年間の評価の結果から、良くなってきていると評価する人と悪くなってきていると評価する人に分けて、その上位5項目を比較する手法を短期的力点施策と長期的力点施策でも行いたい。

①短期的力点施策について、久留米市が良くなってきていると評価する人は「生活道路や側溝の整備」を、悪くなってきていると評価する人は「防犯対策」を優先する傾向。

短期的力点施策について、全体と久留米市が良くなってきていると評価する人、悪くなってきていると評価する人の上位5項目を比較してみよう。

久留米市が良くなってきていると評価する人の短期的施策では「生活道路や側溝の整備」が上位5位に入り、全体の上位5位「地域医療体制の充実」が順位を落としている。

■久留米市の10年間の評価別にみた短期的力点施策(上位5項目)■

順位	全 体	良くなってきている	悪くなってきている
1位	労働・雇用対策	労働・雇用対策	労働・雇用対策
2位	高齢者福祉の充実	高齢者福祉の充実	高齢者福祉の充実
3位	子育て支援体制の充実	子育て支援体制の充実	防犯対策
4位	地域医療体制の充実	防災対策	子育て支援体制の充実
5位	防災対策	生活道路や側溝の整備	地域医療体制の充実

このことから、久留米市が良くなってきていると評価する人は、「地域医療体制の充実」以上に「生活道路や側溝の整備」に力を入れてほしいと思っていると解釈できる。

他方、悪くなってきていると評価する人では、「防災対策」が上位5位以内に入り、「防災対策」が上位5位からは順位を落としている。このことから、久留米市が悪くなってきていると評価する人は、「防災対策」以上に「防犯対策」に力を入れてほしいと思っていると解釈できる。

②長期的力点施策について、久留米市が良くなってきていると評価する人、悪くなってきていると評価する人の優先する項目は「防犯対策」と「労働・雇用対策」

次に長期的力点施策全体と良くなってきていると評価する人、悪くなってきていると評価する人の上位5項目を比較してみよう。

長期的力点施策では上位5項目に入る項目は、全て同じであるが、順位は入れ替わっている。長期的力点施策全体結果と悪くなってきていると評価する人の1位は「労働・

■久留米市の10年間の評価別にみた長期的力点施策(上位5項目)■

順位	全 体	良くなってきている	悪くなってきている
1位	労働・雇用対策	防犯対策	労働・雇用対策
2位	防犯対策	労働・雇用対策	防犯対策
3位	高齢者福祉の充実	高齢者福祉の充実	高齢者福祉の充実
4位	生活道路や側溝の整備	生活道路や側溝の整備	生活道路や側溝の整備
5位	子育て支援体制の充実	子育て支援体制の充実	子育て支援体制の充実

雇用対策」で、2位が「防犯対策」となっているのに対して、良くなってきていると評価する人の1位は「防犯対策」で、2位が「労働・雇用対策」になっている。久留米市が悪くなってきていると評価する人は、「防犯対策」以上に「労働・雇用対策」に長期的な視点で力を入れてほしいと思っているが、久留米市が良くなってきていると評価する人は、「労働・雇用対策」以上に「防犯対策」に力を入れてほしいと思っていると解釈できる。

3. 「防災や防犯の行き届いた安全・安心なまち」にむけての防犯対策

「防犯対策」については、短期的力点施策と長期的力点施策の分析から、①久留米市が良くなってきていると評価する人は、現時点では「防犯対策」に問題ないと思っているが、長期的には力を入れてほしいと思っている、②久留米市が悪くなってきていると評価する人は、「防犯対策」に問題があり、短期的にも長期的にも力を入れてほしいと思っているという二つの解釈ができる。久留米市の将来像の1位には「防災や防犯の行き届いた安全・安心なまち」があがっており、「防犯対策」は、市民の久留米市に対する評価や将来像に影響を与えているようである。

そこで、「防犯対策」について周辺情報を交えて考察してみよう。「防犯対策」に不安を感じている市民が多いが、久留米市の犯罪認知件数は減少している⁽¹⁾。久留米市新総合計画・第2次基本計画において「平成26年までに犯罪認知件数を5,500件以内にする」という数値目標を掲げているが、この目標は平成20年に達成しており、平成23年はさらに減少して4,481件となっている。一方、第35回市民意識調査(平成23年度)では、犯罪等への不安を感じている市民の割合は68.3%、この5年間で『不安感が高まった』(28.5%)が『安心感が高まった』(6.1%)より多くなっている。このように犯罪が減少している客観的事実があるにも関わらず、

1

<http://www.city.kurume.fukuoka.jp/1050kurashi/2020bousaianzen/3050hanzaitoukei/toukei01.html>

不安に感じている人が増え、これまでの分析で「防犯」というキーワードが出てくるのは何故だろう。

そもそも安全とは「客観的に危険のない状態」であり、安心とは「主観的に心配・不安がなくて安らかな状態」であるから、客観的事実によって安全な状態であることを認識しても主観的に心配・不安がなくなる可能性はある。しかし、行政と市民がともに防犯対策をした上で安心と安全を実現することは可能である。また、第29回市民意識調査（平成17年度実施）の結果をもとに「平成26年までに市の防犯対策について「不満」「やや不満」と答えた人の割合を30%以下にする」という数値目標を掲げているが、今回調査では40.5%という結果で、数値目標をクリアしていないものの目標を設定した平成17年度（50.9%）より減少している。行政と市民の取り組みとそれぞれの組織の連携（自主防犯パトロール等の活動）による「防犯」の取り組みの成果が、市民の「防犯対策」に対する主観に良い影響を与えているかもしれない。今後さらに、市民が安心できる取り組みを期待したい。

4. 市民との「協働」の推進にむけて

今回の調査結果の分析から、久留米市の施策について、今後の優先順位とそれらの施策を短期と長期にどのように分けて推進していくことが求められているかが明らかになった。今後は、市民と地域・市民公益活動団体等と行政が地域や社会的な課題を「協働」しながら解決していくことが必要となる。

しかし、第35回久留米市民意識調査では、「協働」の意味を『知っていた』市民の割合は25.8%、今回調査では、行政改革の取り組みにおいて「協働による地域づくり」に対する評価で最も多かった回答は「わからない」（43.7%）である。さらに、その「協働」の一環であるまちづくり計画策定への参加意向では、『参加しようと思う』は44.6%と、過半数を切っている。また、「まちづくり計画に参加しない理由」では、「そもそも行政がすべきものだから」が13.7%、「選挙で選ばれた人にまかせているから」が6.1%という「協働」に対して消極的な意見も出ている。市民の「協働」に関する理解は、いまだ十分ではないと思われる。

行政が市民と地域・市民公益活動団体等と「協働」を推進するのは、市民の意見にきめ細かく対応した取り組みを進めていこうとしているからである。この点を市民に理解してもらうように努めるとともに、市民や地域・市民公益活動団体等が実際に活動しやすい仕組みが必要である。また、久留米市新総合計画・第2次基本計画で示されているとおり「市民との協働によって築かれるまちに」には「協働のまちづくりの推進」だけでなく「行政の透明性の向上」が必要であるとされている。市政の透明性を向上させることによって、市民に対する説明責任を果たし、信頼される行政運営を実現することができる。また、より多くの市民や地域・市民公益活動団体等の参加を得ながら「協働」を進めていくことは、前述の調査結果からも今後の課題であるといえる。

そこで、市民が「協働」に取り組むための入り口としての情報の収集と整理、それらの分析について、さらに、どのようにすれば市民が参加しやすくなるのかを考慮すると、以下のような取り組みが考えられる。

- (1) 分かりやすく整理された情報を行政が公開するとともに、情報を受け取る側が親しみやすい情報伝達手段を使うこと。

久留米市新総合計画・第2次基本計画では、「広報くるめの内容充実、出前講座の実施、インターネット等の情報通信技術の活用など、多様な媒体による積極的かつ的確でわかりやすい行政情報の提供に努める」と明記されており、これらの取り組みが効果的に推進されることが期待される。

(2) 市民が日常の会話の中で久留米市について話し合うことができるようになること。

様々な行政情報提供の取り組みの成果として、市民の行政への理解が深まり、その結果として日常生活のなかで久留米市について話し合う市民が増えていくことが期待される。

5. 市の取り組みについて市民の理解を図るために

① 市の取り組みについて、市民が「わからない」と回答した要因

今回の調査では、設問にあげている市の33の取り組みを市民に理解してもらうために、久留米市新総合計画・第2次基本計画をもとに作成していることを説明し、久留米市のホームページの案内を行った。第2章では、「行政改革の推進」の満足度において「わからない」を選択した人が44.6%おり、その高さについて言及した。

そして、市の33の取り組みの満足度を尋ねた設問では、「大学や研究機関の整備」、「男女共同参画社会づくり施策の充実」、「高度情報都市づくり」、「基本的人権確立施策の充実」、「企業の育成・誘致」、「文化芸術活動の支援・充実」、「観光・コンベンションの振興」、「障害者福祉の充実」、「協働によるまちづくりの推進」、「農業振興対策」、「市民自らが進めるまちづくり活動の振興」の12の取り組みで「わからない」の割合が4割を超えて高くなっていったのである。

■満足度において「わからない」を選択した人が4割を超える12の施策■ (%)

項目	満足度 「わからない」 平均値【31.4】	重要度 「わからない」 平均値【9.8】
大学や研究機関の整備	50.2	17.7
男女共同参画社会づくり施策の充実	49.4	18.8
高度情報都市づくり	49.3	19.6
基本的人権確立施策の充実	48.9	17.9
企業の育成・誘致	48.0	15.7
文化芸術活動の支援・充実	45.8	16.5
行政改革の推進	44.6	17.7
観光・コンベンションの振興	44.0	15.4
障害者福祉の充実	43.1	9.3
協働によるまちづくりの推進	41.9	14.3
農業振興対策	41.5	12.1
市民自らが進めるまちづくり活動の振興	40.9	13.6

この12の取り組みについて、これまで満足度における「わからない」に着目してきたが、重要度における「わからない」についても着目してみよう。

満足度において「わからない」を選択している割合の平均は31.4%で、最高値は50.2%であるが、重要度において「わからない」を選択している割合の平均は9.8%、最高値は19.6%になっている。満足度に比べると重要度では「わからない」の割合が少なくなっている。

ここで、重要度と満足度の設問から、市民が「わからない」と回答する要因について考察してみよう。

市の33の取り組みが重要であるかどうかは、その取り組みについて情報を十分に得ていれば、関係者としての体験を伴わなくても、施策の内容を想像することによって判断できると思われる。しかし、その取り組みについて満足しているかどうかは、回答者自身の視点で判断する場合は、実際に関係者として体験してみなければ判断することが難しくなる。ただし、市政を評価する視点で判断する場合は、その取り組みに回答者自身が関係あると思えるような情報が伝わってくれば判断できると推測される。このように、市民が「わからない」を選択する場合には、その取り組みに関する情報発信のあり方と、その取り組みの当事者あるいは関係者である

かどうかという要因が影響していると考えられる。そして、そのことが満足度と重要度における「わからない」の差に影響を及ぼしたものと解釈できる。

具体的に、12の取り組みについてみていくと、「障害者福祉の充実」(9.3%)の満足度に対する「わからない」の割合は4割を超えているが、重要度に対する「わからない」は平均(9.8%)より低く、他の取り組みに比べても低い。従って「障害者福祉の充実」は、重要度については判断できるほど情報を得ているが、満足度については、回答者が関係者ではなく、実際に体験していないために「わからない」と回答しているのではないかと考えられる。

次に、残りの11の取り組みは、すべて重要度における「わからない」の割合が平均より高く、満足度とともに重要度についても「わからない」人が比較的多い取り組みである。

このうち、「文化芸術活動の支援・充実」は文化芸術活動をしているかどうか、「農業振興対策」は農業に従事しているかどうか、「企業の育成・誘致」は企業に所属しているかどうか、「大学や研究機関の整備」は大学や研究機関に所属しているかどうか、「観光・コンベンションの振興」は観光業に従事しているかどうか等、関係者であるかどうかの基準で判断がされやすく、実際に体験していないために「わからない」と判断していると推測される。

また、「高度情報都市づくり」は、インターネットを使っているかどうかで関係者であるかどうかの判断をしたとも推測できるが、インターネット関連分野は比較的新しい技術であり技術革新も早いので、情報量が多く複雑であるので判断できなかった場合が多いと推測できる。

さらに、「基本的な人権確立施策の充実」、「男女共同参画社会づくり施策の充実」、「協働によるまちづくりの推進」、「市民自らが進めるまちづくり活動の振興」、「行政改革の推進」については、本来は市民としてこれらの取り組みの関係者であるのだが、情報が不足しているためか、あるいは情報量が多くて複雑なためか、自分が関係者であると感じられずに「わからない」と判断しているものと推測できる。

②「わからない」と回答する人を減らすために

では、この「わからない」を少なくするためにどのような方策が考えられるだろうか。前述した(1)分かりやすく整理された情報を行政が公開するとともに、情報を受け取る側が親しみやすい情報伝達手段を使うことについては、すでに実施されており、より充実させることによって「わからない」と回答する人が減少していくだろう。さらに「わからない」を減少させるためには、その取り組みについての関係者であるかどうかの判断基準が重要になってくる。

○情報は得ているものの関係者として体験していないので、「わからない」と回答していると思われる「障害者福祉の充実」、「文化芸術活動の支援・充実」、「農業振興対策」、「企業の育成・誘致」、「大学や研究機関の整備」、「観光・コンベンションの振興」の6項目については、関係者ではないとしても久留米市民として関係があると思わせるような情報を発信することが効果的である。

○当事者であるにも関わらずそうではないと判断されやすい「基本的な人権確立施策の充実」、「男女共同参画社会づくり施策の充実」、「協働によるまちづくりの推進」、「市民自らが進めるまちづくり活動の振興」、「行政改革の推進」の5項目については、市民が自分にも関わりのある取り組みだと感じられるような情報の発信が効果的である。

つまり、自分は関係ないと思わせない情報、換言すると自分も関係があると想像できるよう

な情報を発信することで、「わからない」を選択した人を減少させることができるだろう。さらに、行政施策に対する市民の理解が進めば、市民が「協働」に取り組むための入り口である情報の収集と整理、それらの分析が円滑に行われ、「協働」への参加を促すことになるだろう。

③市民が、自分も関係があると想像できるような情報伝達のために

では、市民が自分も関係があると想像できるような情報伝達とはどのようなものなのだろうか。これは、前述した(2)市民が日常の会話の中で久留米市について話し合うことができるようになることと関係があり、知人との会話で久留米市について話し合うことで他人事ではなくなる効果が期待できる。市民の日常会話に行政が関わることはできないが、市民同士が会話しやすくなるような仕組みを提供することは可能である。

行政が検討している施策について市民同士が話し合う機会と場を提供する懇談会、公共施設における休憩スペースを市民同士が会話しやすくし、その休憩スペースに行政に関する資料を設置する等の方策はすでに久留米市において実施されている。また、さらにインターネット上での話し合いを促進するような仕組みの提供も実際されている(筑後地域SNSわいわいちっご等)。

こうした市民同士が会話しやすくなるような仕組みについては、久留米市中心市街地活性化基本計画でもふれられており、その三つの目標のうちの一つとして、「市民広場などを活用して、NPOや市民が多様な市民活動やイベントなどを通じて交流や賑わいのあるまちを目指します。」とあり、久留米市は、この目標に基づいて様々な施策を実施している。その一つが「(仮称)総合都市プラザ」(まだ仮称ではあるが以後「総合都市プラザ」と表記)である。

6. 中心市街地の活性化にむけて

4章「中心市街地活性化」では、下記のこと明らかになった。

- 中心市街地へ行く機会が増えるための取り組み(問12)については、「買い物や施設の利用に応じて無料となる駐車場がある」(55.0%)が最も高く、次いで「品揃えが充実した魅力ある商店街がある」(49.7%)、「オープンカフェなど一息つけるような憩いの場がある」(23.6%)が上位3位までの取り組みとなっている。中心市街地に行きやすくなる環境づくりとしての無料となる駐車場に加え、中心市街地に行くためのきっかけや目的として、充実したショッピングや憩いの場としての機能が求められていると考えられる。
- 中心市街地活性化のために行政と民間が一体となって特に力を入れてもらいたい取り組みを尋ねた結果(問13)では、「商店街の空き地や空き店舗の解消」(51.3%)が1位、「いろいろなイベントが開催できる広場などの整備」(28.8%)が2位、「文化・芸術が身近に楽しめる施設・空間の整備」(22.9%)が3位となっている。この結果を踏まえれば、まず空き店舗などの対策を進めることにより中心市街地の空洞化を食い止め、魅力の向上を図ることが最優先であると考えられている。さらに中心市街地が文化や芸術、イベント等が身近に楽しめる多様な機能を持った場となることも期待されており、「考察」(P79)でもふれたように、来街頻度が高い人ほど、中心市街地に文化や芸術、イベント等を楽しめる機能を求める傾向があることから、こうした機能の充実は、街なかの来街促進への効果が期待できるものと思われる。

現在、中心市街地に整備が進められている総合都市プラザは、「街なかの賑わい創出」を目的の一つに掲げており、文化や芸術、イベント開催、日常的な憩いの場などの点で新たな魅力を生み出す可能性を秘めている。そこで、今回の調査結果を踏まえて、総合都市プラザの機能を活かした中心市街地の活性化について考察してみたい。

まず、中心市街地へ行く機会が増えるための3つの取り組みについて考えてみよう。

「オープンカフェなど一息つけるような憩いの場がある」については、総合都市プラザに「飲食などができる交流スペース」の設置が計画されていることから、市民のニーズに沿った施設になる可能性がある。この「飲食などができる交流スペース」が市民にとって「一息つけるような憩いの場」と思える空間になることが望ましい。さらに、総合都市プラザ周辺に「一息つけるような憩いの場」のようなお店があれば、中心市街地全体で市民ニーズに応えることができるだろう。

「品揃えが充実した魅力ある商店街がある」については、総合都市プラザに商業施設の配置が計画されている。複合施設の中にある商業施設と商店街が連携して取り組むことで、市民ニーズに沿った、より魅力的な商業ゾーンを形成することも可能である。また、今回の調査で中心市街地活性化のために特に力を入れてもらいたいこととして、「商店街の空き地や空き店舗の解消」が最も高くなっている。平成23年度認定中心市街地活性化基本計画のフォローアップに関する報告²⁾の空き店舗率によると、空き店舗率は増加しつつあったが、平成20年度末をピークに減少し続け、平成23年度末は18.7%になり、平成19年度末を基準に設定された目標値（平成24年度末までに15%）に近づいてきている。引き続き空き店舗が減少し、品揃えが充実した魅力ある店舗が増加していけば、さらなる相乗効果が期待できる。中心市街地の商業面での活性化を図るためには、隣接する商店街が総合都市プラザと連携し、総合都市プラザの集客効果を活かした取り組み、改善を行うなど、総合都市プラザに来た人が近隣の商店街にも足を運ぶようにする工夫が求められる。

「買い物や施設の利用に応じて無料となる駐車場がある」については、既に中心市街地には数多くの民間駐車場が存在し、「(仮称)久留米市総合都市プラザ基本計画」によると、総合都市プラザにも100~150台が駐車できる地下駐車場が予定されている。総合都市プラザが整備されることで中心市街地を訪れる人は増えると思われるが、必要となる駐車場台数については、これらの駐車場が連携することにより対応し、交通渋滞の発生を抑えたり、駐車場から施設までの回遊性の向上を図ることが可能となるだろう。

これらのことにより、総合都市プラザは、中心市街地へ行く機会が増えるための3つの取り組みに対して一定の効果を期待することができるが、大切なのはその波及効果を活かして周辺の商店街及び民間事業者が結びつきを強め、共存共栄していくことである。それが、中心市街地全体の活性化につながることであり、総合都市プラザはその賑わいの拠点として中心的な施設になっていくだろう。

次に、中心市街地活性化のために特に力を入れてもらいたい取り組みとしては、既にふれた「商店街の空き地や空き店舗の解消」のほかに、「いろいろなイベントが開催できる広場などの整備」や「文化・芸術が身近に楽しめる施設・空間の整備」も上位にあがっていた。総合都市プラザには、文化・芸術などの公演が開かれるメインホール・サブホールとその関連施設が整

² <http://www.city.kurume.fukuoka.jp/1080shisei/2050machi/3090shigaiti/files/H24.3.pdf>

備されることと合わせて、B級グルメなどのイベント開催が可能な街なか広場も整備される予定である。このことから、総合都市プラザと近隣の商店街や駐車場がそれぞれの機能を十分に発揮し、お互いに連携し合えば、これらの市民ニーズへの対応は可能であり、中心市街地がショッピング、文化や芸術、イベントなどの多様な機能を持った場として、新たな魅力を創出しながら活性化していくことが期待できる。

最後に、中心市街地活性化を図るために人とモノが循環する仕組みとして、提携駐車場を一定時間無料にする「中心市街地共通駐車場補助券」など現在実施されている取り組みに加え、既に多くの人に普及している交通系ICカードと連携した取り組みを期待したい。同カードは、多くの交通機関で利用できるだけでなく、電子マネーとしても幅広く利用されており、買物や飲食店での利用が可能になれば、新たな顧客を確保する可能性も広がってくるものと思われる。

7. 市民に理解され行動に結びつく情報発信のための方策

最後に、情報発信について6章「広報・インターネット」と結びつけて考察してみよう。これまで見てきたなかで、市民への情報発信の必要性がいくつかの面で明らかになってきたが、より具体的にインターネットを活用した情報発信について提案したい。

今回調査で、市民への市政情報提供の評価が比較的低い若年層は、インターネットの利用については利用率が高かったことから、若年層に馴染み深いインターネットによる情報発信が効果的であると考えられる。

ホームページによる市政情報の発信は、すでに十分行われているが、その情報をさらにわかりやすく、市民が自分自身も関係がある情報であると思わせるような試みが必要である。ただし、ホームページで情報を発信するだけでは、その情報にたどり着けない場合がある。必要な情報についてそれほど知識を持っていない、必要な情報にたどり着く手段を把握していない等の原因によって、その情報にたどり着けない市民がでる場合がある。また、今回の調査では、久留米市のホームページを月に1回以上見ている人は、11.7%しかいない。そこで、受け身になりがちなホームページに加えて、メールマガジン、ツイッター、フェイスブック等の読者を引き込むタイプの情報発信手段が有効となる。これらの情報発信手段の活用は各自治体でも採用されており、久留米市でも平成25年3月16日にフェイスブックページが公開されている。これらの情報発信手段を活用すると、久留米市のホームページを普段見ない人をそのリンク機能によって久留米市のホームページに誘導することができる。今回の調査で「市の情報を得るために利用してもよいと思うメディア」としてメールマガジンが最も多い。ホームページは、情報を更新してもそのページにアクセスしないと見てもらえないのに対して、メールマガジンは、情報を更新した場合にその内容をメールで送信することによって見てもらうことができる。ただし、自分に興味のないような情報も多く含まれていると、メールが届いても開封されなくなってしまう可能性はある。これは、ツイッター、フェイスブックにも言えることであり、きめ細かく分類された情報の中で市民が選択できるようにすることが望ましい。また、ツイッターとフェイスブックは、久留米市関係者だけではなく様々な人が、異なる表現方法で情報を発信するので、自分が知りたい情報について知識がない人にも必要な情報だと判断できる手がかかる可能性がある。特に、フェイスブックは実名主義になっており、現実の知り合いが久留米市に関する情報を発信している場合、その情報をより身近に感じ、上述の自分自身にも関係

がある情報だと思う可能性がある。

では、その情報の中身はどのようなものが効果的なのかについて、考察してみよう。わかりやすい文書や図による説明等については、すでに取り組んでいると思われるが、その内容としては、物語づくりと体験談の紹介が効果的であると思われる。これらは、ビジネスの世界で実施されている物語マーケティングとロコミ情報を参考にしている。物語づくりについては、高知県庁おもてなし課³⁾における小説、映画とのコラボレーションが物語マーケティングを行政機関に提案した例と言える。また、山口県の「株式会社おいでませ山口県」⁴⁾は弘兼憲史による漫画キャラクター島耕作を架空の株式会社「おいでませ山口県」の社長にして、山口県民全員を社員に見立てて観光をアピールしている。これは、上述の観光関係者ではない県民にも関係者であると思ってもらい、全県民でおもてなしをしようという試みである。また、体験談の紹介については、助成金を使った人の感想、行政機関に参加した感想等を写真付で掲載し、その情報を見た人が自分も利用あるいは参加をしてみようと思える情報を発信している。

発信している情報を自分自身も関係がある情報であると思えるような仕組み、そして協働に結びつくような情報発信手段が必要であり、現在実施されている情報発信手段に加えて、新たな仕組みが導入されることを期待したい。

この総括では、それぞれの項目を意図的に結び付けるように努力し、物語になるように結び付けた。また、物語としての形をとるためには結び付けるだけでなく、物語の帰結としていくつかの提案も行っている。その提案によってイメージをかきたて、それぞれの施策を具体的に考えやすくなるような記述をした。これらの物語が久留米市の様々な取り組みに貢献できれば幸いである。

³ <http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/020201/>

⁴ <http://www.oidemase.or.jp/company/>