

！！オーピングバナンス 2017 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No. - (事務局用)	タイトル シビックプライドの醸成	自治体名 横浜市
アイデア名 (注1) (公開)	区対抗で行う特産品のコンペティション		

(注1) 地域課題タイトルは、COG2017 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報

チーム名 (公開)	関東学院大学・経済学部・中泉ゼミナール		
チーム属性 (公開)	<input type="checkbox"/> 1. 市民によるチーム <input type="checkbox"/> 2. 学生によるチーム <input checked="" type="checkbox"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
メンバー数 (公開)	9名		
代表者情報	氏名 (公開)	中泉 拓也	

(注意書き) ※ 必ず応募前にご一読ください。

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2017_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2017 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2017@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)
4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
5. この応募内容のうち、「審査項目自己評価」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあり得ます。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、や知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「審査項目自己評価」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

（1）アイデアの内容、（2）アイデアの論拠、（3）実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

（1）アイデアの内容（公開）

アイデアは、だれが、何を、どこで、いつ、どのように、する公共サービス（活動）なのか、これらの要素を入れて**内容そのもの**をわかりやすく示してください。**1 ページ以内**でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

シビックプライドの醸成は市民が政府に公共サービスを任せきりにするのではなく、市民が積極的に政府に協力し、更には市民の側から、イニシアティブを取って、社会をよくしようとするためのモチベーションの提供が究極の目標である。しかし、そのためには様々なステップを踏まなければならないのも実情である。先ず、1)そもそも社会や住んでいる地域への関心を持つ。そして、2)その地域がかけがえのないものであることを実感し、3)地域の一員としての帰属意識やアイデンティティを確立することが必要である。その上で、4)地域への一員としての誇りを持ち、地域への貢献を自発的に行うようになることが期待される。

本提案では、この中でも1～3に焦点を当てる。まず、区対抗で行う特産品のコンペティションを導入することで、3についての地域へのアイデンティティを呼び起こす。そして、ポイントカードを導入し、その特典をその特産品にすることで、その地域についての魅力の発信となることを提案したい。

現在、久里浜の商店街の中でのコンペティションといった限られた地域でコンテストを行なっている例がある。また、ガチャアマといった、菓子に対象を絞るといったものも行われている。

<http://www.gachi045.com/>

今回はこれをより広いコンセプトのもと、各区対抗で行うことを提案するものである。コンテストの評価方法、出品対象などについては様々な可能性があり、今後検討していきたい。

また、優秀賞等はポイントカードの景品とする。それによって、より地域の核となる作品・コンテンツ・商品の普及啓発につながるができる。

ポイントカードやトーナメント大会の運営・実施方法については、web、SNS、スマホアプリを利用してコストを下げるといったことがポイントとなる。

(2) アイデアの論拠（公開）

アイデアの論拠（なぜこのアイデアなのかの理由付け）について、それをサポートするデータ（統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの定性データ）や証拠（資料や計画、既存の施策など）（以下：総称して「データ類」といいます）などを含めつつ、2 ページ以内でご記入ください。データ類は出所を明らかにしてください。

国があなたのために何をしてくれるのかを問うのではなく、あなたが国のために何を成すことができるのかを問うて欲しい。(Ask not what your country can do for you; ask what you can do for your country.) John F. Kennedy（ジョン・F・ケネディ）

ケネディ大統領の就任演説の有名な一節は、チャレンジオープンガバナンス、ひいてはオープンデータの全ての取り組みの根幹をなす考え方である。複雑な現代社会では、政策決定に必要な情報を政府がすべてえることは到底不可能であり、広く市民から情報をえることが不可欠である。更に、財政赤字が積み上がり、少子高齢化で、政府の限界が露呈している今日、市民が政府に協力するだけでなく、イニシアティブを取って、社会をよりよくしていこうとする取り組みまでも期待される。

しかしながら、これらの取り組みのためには、個々の市民が社会に対してプラスの貢献を行い、社会を良くしようとする自発的な行動を支えるモチベーションが不可欠である。そのためには先ず、1)そもそも社会や住んでいる地域への関心を持つ。そして、2)その地域がかけがえのないものであることを実感し、3)地域の一員としての帰属意識やアイデンティティを確立することが必要である。その上で、4)地域への一員としての誇りを持ち、地域への貢献を自発的に行うようになることが究極の目標である。

今回は、特に1)～3)のステップについて、横浜市にふさわしい対策を、提案するものである。先ず、横浜市は日本で第二の都市であるものの、歴史上は金沢区などの鎌倉の文化圏以外は歴史が浅いのが実情である。しかも区の数も多く、地域也多岐に渡る。更に緑区を中心に東京のベッタウンとしての機能が強く、東京への帰属意識も依然として大きいため、横浜市全体でのアイデンティティの共有が難しいのが実情である。

横浜市の各区の人口 (H29 年 11 月 1 日現在)

市区名	面積 km ²	人口 千人
横浜市	435	3,735
鶴見区	32	289
神奈川区	24	242
西区	7	100
中区	21	149
南区	13	195
港南区	20	214
保土ヶ谷区	22	207
旭区	33	246
磯子区	19	167
金沢区	31	200
港北区	31	349
緑区	25	181
古北区	35	310
都筑区	28	211
戸塚区	36	277
栄区	19	121
泉区	24	153
瀬谷区	17	123



しかしながら、区毎の特徴があることは、多様性の象徴でもあり、将来への活力、他地域への発信という面で、むしろ望ましいということを強調したい。多様性をシビックプライドの原動力につなげることは、その地域のさらなる発展に寄与することを忘れてはならない。むしろ、そのような多様性

どのようにしてまとめ上げるが重要となる。

今回は、コンペティションの一体感と情報提供という両方の効果を活用し、1)区単位で特産品を選出し、横浜市全体で区対抗のコンペティションを行うことを提案する。これにより、各区で重要な産業・製品を周知させるとともに、コンペティションによって、一体感を育むことが狙いである。更に、区ごと、もしくは横浜市で統一のポイントカードなどを導入し、その特典で、提案された商品を交換できるようにすることで、より横浜の魅力が周知され、地域への関心を創起する提案を行うものである。

現在、久里浜の商店街の中でのコンペティションといった限られた地域でコンテストを行なっている例がある。また、ガチアマといった、菓子を対象を絞るといったものも行われている。

<http://www.gachi045.com/>

今回はこれをより広いコンセプトのもと、各区対抗で行うことを提案するものである。

コンテストの評価方法、出品対象などについては様々な可能性がある。例えば、各区での選出企画を複数可能とするか、また、範疇を分けて行うかといった点も考えられる。当然、アプリやwebの利用の可能性も考えられる。

また、各区の選出作品のなかで、優秀賞等をどのように選定するかについても様々な可能性がある。例えば、ポイントカードの景品とし、利用数の多さで選出するということも考えられる。

なお、商業ベースに乗らない場合は、そこまでの交通手段の無料券などを鉄道・バス会社などと提携して配布することも考えられる。それによって、より地域の核となる作品・コンテンツ・商品の普及啓発につなげることができる。

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを**実現する主体**、アイデアの**実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の大ききな規模とその現実的な調達方法（制約がある場合にはその解決策を含む）、アイデアの**実現にいたるプロセスとマイルストーン**等、アイデア実現までの大ききな流れについて、**2 ページ以内**でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

今回は、1)区単位で特産品を選出し、横浜市全体で区対抗のコンペティションを行うことを提案する。更に、2)区ごと、もしくは横浜市のポイントカードなどを導入し、その特典で、提案された商品を交換できるようにすることで、より横浜の魅力が周知され、地域への関心を創起する提案を行うものである。

現在、久里浜の商店街の中でのコンペティションといった限られた地域でコンテストを行なっている例がある。また、ガチャマといった、菓子に対象を絞るといったものも行われている。

<http://www.gachi045.com/>

今回はこれをより広いコンセプトのもと、各区対抗で行うことを提案するものである。

1)コンペティションの企画・実行

1. 地元商店、及び有力企業に対する説明会を開き、協力と参加を呼び掛ける。
特に、各地の鉄道・バス会社とタイアップして宣伝効果を狙うことも提案したい。
2. 市民に対する企画説明と告知活動
3. 各区での出店作品の選出
4. PR 活動
5. 審査・優秀賞の決定
6. ポイントカードの設定と特典として優秀作品の提供

2)ポイントカードの提供

- 1.地元商店、及び有力企業に対する説明会を開き、協力と参加を呼び掛ける。
- 2.市民に対する企画説明と告知活動
- 3.ポイントカード導入のための資金調達（可能であれば市の予算も活用する）
- 4.ポイントカードの登録、配布

また、各区の選出作品のなかで、優秀賞等をどのように選定するかについても様々な可能性がある。例えば、ポイントカードの景品とし、利用数の多さで選出することも考えられる。

なお、商業ベースに乗らない場合は、そこまでの交通手段の無料券などを鉄道・バス会社などと提携して配布することも考えられる。それによって、より地域の核となる作品・コンテンツ・商品の普及啓発につなげることができる。