

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2017 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No.	タイトル	自治体名
	- (事務局用)	マーケティングに基づいた、シティプロモーションやブランディングの推進	枚方市
アイデア名 (注1) (公開)	「Hirakata Urban City」 オンライン・コミュニティ都市 20万人！		

(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)	「Hirakata Urban City」 レインボープロジェクト		
チーム属性 (公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム	<input type="radio"/> 2. 学生によるチーム	<input checked="" type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム
メンバー数 (公開)	4名		
代表者情報	氏名 (公開)	山本 誠一	
メンバー情報	氏名 (公開)	西川 大樹、富田 欣和、清水 詠	

**(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）

#### 【アイデア概要】

枚方市の大学に通う大学生の課外活動に枚方市が支援するオンライン・コミュニティの場を形成し、“愛着”の醸成から卒業後(転居後)もオンライン住民として“住み”続けてもらう。

#### 【提供サービス】

在学中に利用できるオンライン・コミュニティのメインとして、枚方市内の各大学生の交流の場の提供(枚方ソーシャルネットワークサービス)、地域ボランティア募集、アルバイト募集、サークル募集、友達募集、就職相談、枚方市内企業インターンシップ紹介、起業相談等、大学生がアクティブに利用できるコンテンツを枚方市と密に連携するコミュニティとして提供し、大学生の課外活動全般を積極的にサポート。

オンライン・コミュニティを利用する上でポイント制を導入し、ログインポイント付与から枚方ソーシャルネットワークサービス投稿ポイント、地域ボランティアポイント等参加することでポイントを付与する。同時に貯まったポイントは、枚方市内の提携ショップ(飲食店、書店・CD・DVD・レンタル店、アミューズメント施設等)での使用、また、枚方ネットポイントエクステンジで円に交換できるようにする。

この枚方市のオンライン・コミュニティは、当事者が卒業後も貯めたポイントを引き継いだ“オンライン住民”としてそのまま在籍することで枚方市内の大学生・卒業生を増やして拡大させる。卒業後にも在籍する意義を持たせることについては、その中で繋がった学生仲間の交流の場と発展させ(枚方学生 OB 会)、また枚方市側から卒業後も、現役学生へのメンターとしての課外活動サポート、地域課題解決、ボランティア募集、仕事募集、起業サポート、枚方観光案内・エンタテインメント案内、ふるさと納税案内等を積極的に情報提供することで行政と住民との関わりを継続させる。

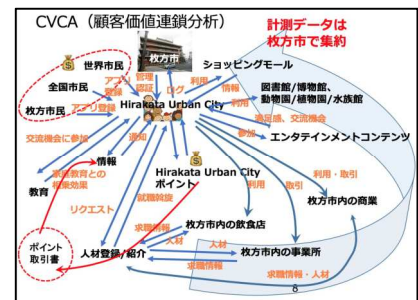
#### 【目指す姿】

このようにオンライン・コミュニティを通して、本来の住民登録された枚方市民だけではなく、コミュニティ上に参加登録されている方々をバーチャル市民と認定し、そのオンライン・コミュニティを「Hirakata Urban City」(仮称)として位置付ける。言わば行政区単位ではないこれからの都市創りを目指す。大学卒業生が地方や海外(外国人の方もおられる)に行かれても「Hirakata Urban City」(仮称)市民として形成され、その数はどんどん増える。

#### 【実現手段】

このコミュニティプラットフォームはブロックチェーンシステム(分散型ネットワーク)を利用し、コミュニティプラットフォームの主体者を特定せずに運用、またコンテンツも枚方バーチャル市民自身が推進する。同時に早い段階で、ポイントの枚方ネットポイントエクステンジを設け、大学生及び卒業生主体の枚方バーチャル市民だけではなく、直接枚方ネットポイントエクステンジへの資金流入を可能にし(直接投資者は、枚方バーチャル市民には該当しなくて、あくまでポイント購入のみ)、枚方ネットポイントの価値が高まるようにすることで、「Hirakata Urban City」(仮称)の注目を高め、参加も促す。

このような形で、2035 年では 37 万 2 千人と減少する枚方市を「Hirakata Urban City」(仮称)で 20 万人の市民を形成できるようにする。







しかし、今までのような市民の定義であれば（居住し、住民登録すること）大学卒業後に枚方市民になることは困難であるが、インターネット上の市民ということでその問題は解決できる。

次に大学生が在学中にコミュニティに参加することが本当に卒業後もインターネット上の市民といえども残ってもらえるかどうかについての根拠は、都市の評価指標として地域への愛着形成には居住年数よりも集団に対する肯定的な印象が大きな影響を与えるという研究結果<sup>※2</sup>があり、大学生活時代に形成されたコミュニティが枚方市への愛着形成となると考える。

※2 地域に対する愛着形成の心理過程の検討 景観・デザイン研究講演集 No.1 December 2005 より、6. 結果

<http://www.jsce.or.jp/library/open/proc/maglist2/00897/2005/pdf/B41D.pdf>

本研究では、地域への愛着形成の心理過程を検討した。得られた知見を以下に示す。

・人々は地域に対する肯定的な認知から地域に対する肯定的な印象を形成し、その印象が愛着を形成することが分かった。・地域愛着の形成のためには、地域住民の交流の促進、道徳的な教育、行政の評価の向上などによる「集団に対する肯定的な印象」を向上させることが最も重要であることが分かった。・地域への愛着形成には居住年数よりも集団に対する肯定的な印象が大きな影響を与えることが分かった。

「居住年数」から「地域への愛着」へのパス係数は標準化解で、16であった。これに対して「地域集団に対する肯定的な印象」から「地域への愛着」へのパス係数は標準化解で、86であったため、これらの間には大きな差があると言える。従って、地域への愛着形成には「居住年数」も多少の影響を与えるが、それ以上に「地域集団に対する肯定的な印象」の方が大きな影響を与えることが分かる。

ではオンライン・コミュニティが、本当に愛着形成につながるかどうかについては、「オンライン・コミュニティにおける利用者のニーズと体験に関する研究」<sup>※3</sup>において、大学生 198 名に対する調査結果がある。

これによると、オンライン・コミュニティは必ずしも多くの体験をもたらす存在ではないが、交流や楽しさを求める者に対しては、居心地の良さや、そこで得られる他者と通じ合える体験をもたらすということが示された、と発表されている。

※3、「オンライン・コミュニティにおける利用者のニーズと体験に関する研究」2. CMC (Computer-Mediate Communication) を生活の中で活かす視点

<http://www.hues.kyushu-u.ac.jp/education/student/pdf/2006/2HE05032K.pdf>

次にオンライン・コミュニティのメインとしてボランティア活動を取り上げたが、実際の大学生活の課外活動において大学生がどれだけボランティア活動に関わりを持っているかどうかについては、次のデータにおいて大学生がボランティア活動に対し関心が高いことを示しており、オンライン・コミュニティとして有効である。

日本学生支援機構が平成 18 年 3 月に発表している、学生ボランティア活動に関する調査報告書<sup>※4</sup>において、65%の学生がボランティア活動の経験が「ある」、半数以上の学生が「自発的な意思で」ボランティア活動を始めている、現在行っているボランティア活動の形態・方法は、「大学内のボランティアグループの活動として」が35%、また7割強の学生がボランティア団体に参加、65%の学生が「満足している」と回答というように、大学生におけるボランティア活動の意識は高く、さらに国や市町村のボランティア活動支援についての要望では「情報、知識の提供」、「技術や知識等の研修」が上位を占め、市町村からの支援を要望している。

このように、大学生とボランティア活動は、大学生の課外活動の中で大きなウエイトを占めており、同時に行政への支援を望んでいる。

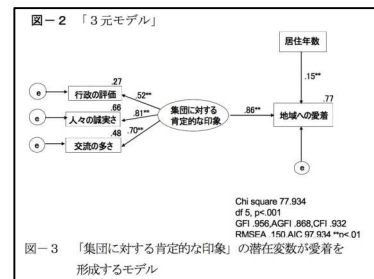
※4 学生ボランティア活動に関する調査報告書 独立行政法人 日本学生支援機構

[http://www.jasso.go.jp/about/statistics/volunteer/\\_icsFiles/afieldfile/2015/10/09/houkoku\\_02.pdf](http://www.jasso.go.jp/about/statistics/volunteer/_icsFiles/afieldfile/2015/10/09/houkoku_02.pdf)

またポイント制の導入に関しては、ポイント市場が様々な事業分野やサービス分野において導入が進み、今後もポイント市場が拡大すること、またポイントそのものが共通化の方向に進んでいること<sup>※5</sup>で、ポイントを導入することがコミュニティを推進する上で重要な要素になる。

※5 「2016年版 ポイントサービス・ポイントカード市場の動向と展望」矢野経済研究所調査資料

また、このポイントの利用についてコミュニティ内でのみ交換だけではポイントの価値としては低いので、他のポイントと交換できるように「ポイント合算サイト」でポイントを交換できるようにする。さらに今後仮想通貨とも交換できるようにもする。（すでにポイントタウン、Gポイント、ちよびりッチ、モッピーのポイントサイトが仮想通貨と交換可能）



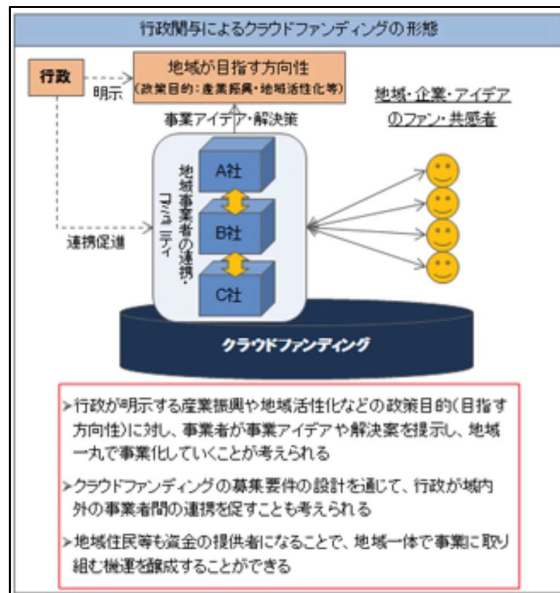
### 3) アイデア実現までの流れ（公開）

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）

ここまで触れてきたアイデアをカタチにするにあたっては、関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科の「システムデザイン演習」という科目において、枚方市の「ひらかた魅力推進課」の方々と“協働”のスキームに基づき、約3ヶ月をかけディスカッションを重ねてきた。枚方市が抱えている実際の課題や様々な資源を踏まえ、今回の「枚方市が人口をどのようにすれば維持・増加できるか」という問題を解決するアイデアを実現するにあたっては、基本的に枚方市の“公共サービス”として2018年から提供を目指し、実施・運用する主体は枚方市とする。

このアイデアの実現のために必要な資源について、まず人については、枚方市長を頂点に「ひらかた魅力推進課」が中心となって推進する。具体的な外部人的サポートも今回のアイデアに加わったメンバーを中心とした人が加わってサポートをする。

次に重要な調達資金については、クラウドファンディングを利用する。



引用資料：三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング「地方自治体でのクラウドファンディングの利用：意義と効果－総論」

必要とする資金について、初年度はオンライン・コミュニティの準備として位置付け、1. ボランティア活動支援の体系化調査と具体的支援方法の設計、2. ボランティア活動支援の枠組み作り、3. オンライン・コミュニティ上のサービスコンテンツの洗い出しと調査、交渉、仕組み作り、4. 枚方市内の大学への協力依頼と具体的協議、5. オンライン・コミュニティの設計、6. クラウドファンディングの準備等、これらを行うための資金を枚方市の予算と不足する部分については、枚方市内の大学、企業から「Hirakata Urban City」レインボープロジェクト協賛金を募る。

この「Hirakata Urban City」レインボープロジェクトの流れは、初年度は、1. ボランティア活動支援の体系化調査と具体的支援方法の設計、2. ボランティア活動支援の枠組み作り、3. オンライン・コミュニティ上のサービスコンテンツの洗い出しと調査、交渉、仕組み作り、4. 枚方市内の大学への協力依頼と具体的協議、5. オンライン・コミュニティの設計、6. クラウドファンディングの準備、次年度はクラウドファンディングによる資金調達、オンライン・コミュニティの制作、3年以内に基本的コンテンツ（枚方ソーシャルネットワークサービス）、地域ボランティア募集、アルバイト募集、サークル募集、友達募集、就職相談、枚方市内企業インターンシップ紹介、起業相談等）を準備したオンライン・コミュニティを立ち上げる。立ち上げ初年度（3年目）は、大学生6,000人の参加を目指す。（大学生の

30%)

4年目（立ち上げ2年目）以降、コンテンツを充実（市内の提携ショップ(飲食店、書店・CD・DVD・レンタル店、アミューズメント施設等)、エンターテインメント、オンラインスクール、企業体験等）し、ポイントシステムも導入、オンライン・コミュニティの価値を高め、「Hirakata Urban City」の参加を促進する。目標 10,000 人。

毎年入学する大学生と一般枚方市民、また枚方市以外の住民も加わり、2035 年では「Hirakata Urban City」で 20 万人の市民を形成できるようにする。