

チャレンジ！！オープンガバナンス 2019 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No. 2_1/3_2	タイトル 八戸の魅力を伝えるプロモーションについて	自治体名 八戸市
アイデア名(注2) (公開)	八戸市のイベントを伝えるにはどうしたらよいか		

(注1) 地域課題タイトルは、COG2019 サイトの中に記載してあるエントリー自治体(連合)が掲げる地域課題を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームが応募されるアイデアにつけるものです。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)	うちらしいチラシ！		
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)	6名		
代表者情報	氏名(公開)	林 莉央	
メンバー情報		田中 亜実	

(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 COG2019_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 COG2019 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin_padit_cog2019@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、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「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、「3. 自治体との連携」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、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。「自治体との連携」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) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、課題解決のために、何をやる社会的なサービス（活動）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したり、活用したくなる、そしてその結果として、課題が解決される、そんなワクワク感のあるアイデアを期待します。2 ページ以内でご記入ください。

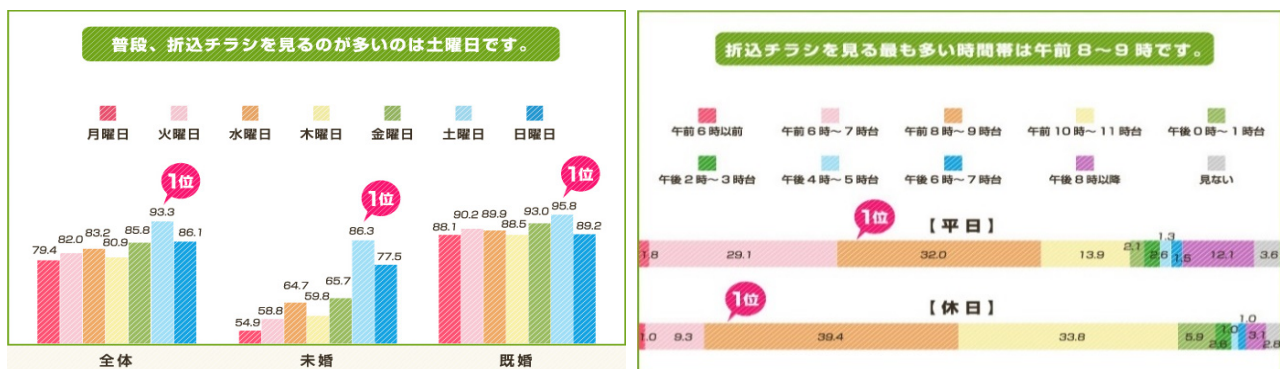
<応募チームとして解決したい課題>

・八戸市のイベント情報が市民にあまり伝わっていないこと

<解決アイデアの内容>

八戸市にはたくさんイベントがありますが、その情報を知る手段があまりなく、調べても詳しい時間や内容が書かれていないことが多いです。そこで市民が一目で詳しい情報を知れる手段を考えた結果、**新聞の折り込みチラシに掲載**するというアイデアが出ました。

下の表では、土曜日の午前 8 時～9 時の時間帯に折り込みチラシを見る人の割合が多くなっています。結果、前月の最終土曜日の朝刊に折り込みチラシを入れることで、多くの人イベント情報を知れると考えました。例えば、2 月のイベント情報を 1 月の最終土曜日の朝刊に折り込みチラシとして入れるということです。



出典：株式会社タートルライド社 (<http://www.turtle-ride2.com/knowhow/03.html>)

都道府県	計	セット	朝刊	夕刊	1部当たり人口	1世帯当た	世帯数	購読率	
富山	410405	2317	402014	6074	2.58	1059931	1.01	406712	100.9%
秋田	354881	20	354098	763	2.89	1025559	0.84	424124	83.7%
兵庫	1942961	766152	1152143	24666	2.83	5506465	0.79	2455561	79.1%
青森	460906	228424	223909	8573	2.86	1319349	0.78	587232	78.5%
大阪	3151213	1611989	1445764	93460	2.74	8646380	0.77	4106385	76.7%
愛知	2382264	464157	1864045	54062	3.07	7315013	0.77	3104950	76.7%
埼玉	2309745	405409	1892182	12154	3.11	7194582	0.74	3141115	73.5%
千葉	2011462	477072	1516637	17753	3.06	6152877	0.73	2746659	73.2%
岩手	375605	61	374961	583	3.38	1271103	0.72	519584	72.3%
福岡	1592595	247056	1342001	3538	3.18	5062176	0.68	2329283	68.4%
宮城	661070	48725	610278	2067	3.48	2300472	0.68	969291	68.2%
神奈川	2823046	1014448	1759857	48741	3.18	8969530	0.68	4150956	68.0%

出典：日刊紙の都道府県別発行部数と普及度 2018 年 10 月、新聞協会経營業務部調べ

(<https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation02.html>)

上の表を見ると、青森県内の世帯数に対する新聞購読者の割合は 78.5%となっています。

(青森県の人口・面積・人口密度ほか)

名称	人口	面積	人口密度	人口増減率	全国順位
青森県	1,308,265	9,645.59	135.6	-4.74%	31

出典：ランキングサイト rank-J 人口ランキング

<http://databasejapan.com/?p=1579>

(青森県 40 市町村人口ランキング)

順位	名称	人口	面積	人口密度	人口増減率	全体比率
1	青森市	287,648	824.61	348.8	-3.96%	21.99%
2	八戸市	231,257	305.54	756.9	-2.68%	17.68%
3	弘前市	177,411	524.2	338.4	-3.30%	13.56%
4	十和田市	63,429	725.65	87.4	-4.06%	4.85%
5	むつ市	58,493	864.16	67.7	-4.21%	4.47%

(単位)

全体比率：市町村の人口÷県全体の人口 (%)

出典：ランキングサイト rank-J 人口ランキング

<http://databasejapan.com/?p=1579>

青森県の都市別人口ランキングからも分かるように、八戸市は青森県で 2 番目に人口が多い都市になります。青森県の新聞購読率の高さから、八戸市も新聞購読率が高いことが推測されます。

そこで、新聞に折り込みチラシをはさむことで購読者が八戸のイベント情報を知ることができると考えました。

また、私たちは**ポスティング**も実行しようと考えました。ポスティングとは、ビラやチラシを各家庭の郵便受けに入れることです。このようなポスティングをすれば、新聞を購読していない人でもイベント情報を知る手段ができます。

このように、新聞に折り込みチラシとして掲載する方法とポスティングをする方法を実行すればより多くの方々に八戸市のイベント情報を知ってもらうことができると思いました。

(2) アイデアの理由（公開）

このアイデアを提案する理由について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの資料や関連の計画、既存の施策などの定性データのことを総称します。データは出所を明らかにしてください。

八戸市内のイベントはたくさんあるにも関わらず、その情報が市民にあまり伝わっていません。そこで新聞に折り込みチラシを入れることで、購読している家庭でイベント情報を知ることができ、また、そこから情報が広まっていけば良いなと思いこのアイデアを考えました。

折り込みチラシでイベント情報を伝えるメリットは、主に3つあります。

1つ目は、**信用性がある**からです。SNSはたくさんの情報を知ることができますが、その情報が必ず真実であるとは限りません。ですが、折り込みチラシはイベント企画者に承諾を得ているため信用性があるので、チラシを見る人が安心してイベントに参加することができます。

2つ目は、**イベントに興味のない人にもイベント情報を伝えることができる**からです。興味のない人はSNSで検索しようとしないのでイベントを知るきっかけがありません。ですが、折り込みチラシは新聞をとっていれば見ることができ、イベントに参加するきっかけになります。

3つ目は、新聞にはさむことで**ファミリー層や中高年の世代にも情報を知らせる**ことができます。

	LINE	Facebook	Twitter	mixi	Mobage	GREE	Google+	YouTube	ニコニコ動画	Vine	Instagram
全体 (N=1500)	67.0%	32.3%	27.5%	6.8%	5.6%	3.5%	26.3%	68.7%	17.5%	2.9%	20.5%
10代 (N=140)	79.3%	18.6%	61.4%	2.9%	6.4%	3.6%	28.6%	84.3%	27.9%	5.7%	30.7%
20代 (N=217)	96.3%	54.8%	59.9%	13.4%	9.2%	6.9%	29.5%	92.2%	36.4%	7.4%	45.2%
30代 (N=267)	90.3%	51.7%	30.0%	9.4%	9.7%	4.5%	37.5%	88.4%	19.5%	3.7%	30.3%
40代 (N=313)	74.1%	34.5%	20.8%	8.3%	4.8%	3.2%	30.0%	77.3%	15.3%	1.6%	16.0%
50代 (N=260)	53.8%	23.5%	14.2%	5.8%	4.2%	2.7%	25.4%	55.4%	9.2%	1.2%	12.3%
60代 (N=303)	23.8%	10.6%	4.6%	1.0%	1.0%	1.0%	10.2%	29.7%	6.6%	0.3%	1.3%

主な SNS の利用率（2016 年 全体・年代別）

出典：総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

(<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111130.html>)

前ページの資料は世代別の SNS 利用状況を示しています。資料からわかるように、若者（10～20代）と比べて中高年（40～60代）は SNS 利用率が低いことが分かります。あまり SNS を利用しない人に情報を伝えるには、**幅広い世代が見ることができる折り込みチラシが良い**という考えに至りました。中高年がイベントに来てくれれば、街の活性化につながるし、家族でのコミュニケーションが増えるきっかけにもなります。

ポスティングでイベント情報を伝えるメリットは、**新聞を購読していない人でもイベント情報を知る手段ができる**ことです。新聞を購読していないと折り込みチラシを見ることができません。ですが、ポスティングをすることで新聞を購読していない人でも情報を知ることができ、もっとたくさんの人をイベントへ招ききっかけになります。

(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）の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの実現にいたる時間軸を含むプロセス、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、アイデア実現までの大まかな流れについて、2 ページ以内でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

折り込みチラシのアイデア実現のためには、

1. 市内のイベント企画者に折り込みチラシにイベント情報を掲載する了承を得ます。
2. 折り込みチラシのデザインを考え、イベント企画者に承諾を得ます。
3. 承諾を得ることができたら、チラシ会社にデザインを発送し、印刷をしていただきます。
4. 印刷していただいたチラシを、折り込みチラシを扱っていただける新聞社にもっていき、はさんでもらい、配布していただきます。

このような流れで実現することができれば、イベント情報が新聞を購読している家庭に広まると考えました。

また、新聞を購読していない家庭でもイベント情報を知ってもらうために、店頭などにチラシを掲示したいとも考えています。

例えば、下のような折り込みチラシを月別で作り配布できれば良いと考えました。

12月のイベント

12/1（日）映画の日限定
マチニワにて、1日映画上映！！
『太郎と炎の王子』など人気映画がたくさん

12/24（火）クリスマスイブ
はっちにて、限定商品販売！！

12/25（水）クリスマス
イルミネーション
サンタによるクリスマスツリー点灯式

パンダのサンタクロース (<https://kaiunillust.com/santapandapresent/>)

サンタ(<https://sozai-good.com/illust/season/winter/santaclaus>)

トナカイ

(<https://jp.depositphotos.com/12840283/stock-illustration-christmas-illustration-of-cartoon-reindeer.html>)

プッシュドノエル (<http://mangatop.info/sozai/xmas/879>)

正寸サイズ(化粧断裁) 絵柄・用紙サイズ 210×297mm

部数	片面カラー	両面カラー
1万部	13,711 円	16,967 円
2万部	25,152 円	28,676 円
3万部	37,162 円	41,092 円
4万部	48,354 円	57,022 円
5万部	59,534 円	72,951 円
6万部	72,099 円	88,391 円
7万部	84,664 円	103,842 円
8万部	97,219 円	119,281 円
9万部	105,009 円	128,874 円
10万部	106,388 円	130,583 円

出典：みらい新聞 印刷料 (<http://orikomi-mirai.com/lot.shtml>)

地区	新聞名	サイズ		
		A5/B5	A4/B4	A3/B3
八戸市	東奥日報・デーリー東北・毎日新聞	3.3 円	3.3 円	5.5 円
	中央紙、他	2.75 円	2.75 円	5.5 円

出典：みらい新聞折込 新聞折込料 (<http://orikomi-mirai.com/index/aomori.html>)

ポスティングのアイデアを実現するためには、

1～3までは、新聞折り込みチラシと同じです。

4. 上記の青森ポスティング.com さんに見積もりを依頼し、見積もっていただきます。

ポスティングのチラシのデザインは、折り込みチラシと表面だけ同じにしようと考えています。

また、ポスティングは株式会社ミッド八通 (<http://www.mid82.jp/>) 様に協力していただきます。

八戸市			セグメント項目						
配布物サイズ			事業所含む	事業所除く	戸建配布	集合住宅	住接商店	事業所	
チ ラ シ	B4以下	定形	3.00	3.00	4.00	5.00	14.00	14.00	
		厚形	4.00	4.00	6.00	8.00	16.00	17.00	
	B3以下	定形	5.00	5.00	6.00	7.00	20.00	20.00	
		厚形	6.00	6.00	8.00	9.00	22.00	23.00	
	B2	定形	10.00	10.00	14.00	16.00	34.00	34.00	
	B1	定形	20.00	20.00	25.00	30.00	50.00	50.00	
オ ー プ ン	MMカード		15×21まで	5.00	5.00	10.00	10.00	15.00	15.00
	封筒	定形	25センチまで	12.00	12.00	20.00	20.00	30.00	30.00
			50センチまで	17.00	17.00	25.00	25.00	35.00	35.00
	封筒	定形外	50センチまで	25.00	25.00	40.00	40.00	60.00	60.00
			100センチまで	35.00	35.00	60.00	60.00	80.00	80.00

出典：株式会社ミッド八通 料金表 (<http://www.mid82.jp/posting4price.html>)

新聞を購読している家庭は、折り込みチラシとポスティングのチラシで同じデザインのチラシを2枚配ってしまうこととなります。そこで、新聞を購読している（折り込みチラシをもらっている）家庭には、裏面に季節に合ったデザインの塗り絵を印刷して配布しようと考えています。また、折り込みチラシをもらっている人にはイベント企画者の方が許可を出してくださった会場に折り込みチラシを持っていけば割引券や限定商品、お菓子などをもらえるサービスもつけようと考えています。このサービスは、その月の1～2個のイベントで行えれば良いなと思っています。また、サービスの内容を変えていければ利用者に楽しんでもらえると考えています。

