

事業計画

| | |
|-------|------------------------------|
| 事業名 | 松戸のイメージ向上のためのコミュニケーション事業 |
| 団体名 | まつどのこもりかた。編集部 |
| 事業担当課 | 総合政策部 広報広聴課 シティプロモーション担当室 |

| | |
|---|--|
| 事業概要 | |
| <p>子育て世代前の若者を対象に松戸ゆかりの女性が市内の店舗や場所を紹介、松戸に暮らす人のあたたかさや地域のつながり・住みやすさが感じられる Web サイト「まつどのこもりかた。」を提供し、松戸への関心を高めます。</p> | |
| <p>取り組もうとする松戸市のテーマ（課題）</p> | <p>松戸市の「怖い人が多い」「女性の一人暮らしは心配」など治安に対するネガティブな印象を払拭し、「安全な街」、「地域とのつながりが強い街」、「おしゃれな街」を当サイトにてPRします。松戸に興味を持つ機会を増やし、「松戸の暮らし」を共感してもらうことで、20～30歳代の世代が松戸市に「行ってみたい」「住んでみたい」という思いを増幅させるとともに、中・長期的には若年層の地域に対する愛着や転出の抑制、定住へと繋げていきます。</p> <p>【松戸市の課題】</p> <p>①治安が悪い</p> <p>②若者の松戸市に対する関心が低い（若者の関係人口が低い）</p> <p>③若者向けや単身向け（特に女性）に着目した「住みやすさ」や「暮らし」をPRする松戸市の媒体がない</p> <p>※若者向けや単身向け世代へのアプローチ・事業展開が不足している。</p> <p>④おしゃれな街のイメージがない</p> <p>⑤コロナ禍で、地元の地域経済が停滞している</p> |
| 事業の目的 | <p>「地域への関係意欲」や「愛着」は、インフラ整備などの物理的な施策だけで解決するのは困難であり、松戸市民の感情や心に訴えかけるようなコミュニケーション戦略が必要だと考えます。当サイトは、<u>若者自身が制作し、若者自らの目線で選んだ</u>、市内の地域に根差した店や人々の会話、風景や雰囲気に着目し、松戸の魅力の掘り起こしを行います。また、協働事業として取り組むことで、広い視野を持って、取材時や広報活動など松戸市が連携している大学・企業・地域団体との交流を図ることができます。「<u>若者の地域に関わる力</u>」の意欲を持続的に高めていくことを目的とします。</p> |
| 事業内容 | <p>1 事業内容</p> <p>地元の人々と触れ合う写真やトークを交え、紹介していく超地域密着型 Web サイト「まつどのこもりかた。」を通じて、若者から見た松戸の多様な魅力を発信します。</p> <p>(1) Web サイトの内容</p> <p>○松戸にゆかりのある女性と地元の店舗や場所を映像美と会話を交えて掲載 松戸ゆかりの女性の採用により「女性が1人でも安心して暮らせる」「おしゃれで楽しいライフスタイル」といった部分を見せること、松戸での日常の過ごし方、地元の人との会話を掲載することで、治安等の不安を取り除</p> |

き、住みやすい街・明るく楽しい街であることを訴求していきます。

(2) Web サイト (Twitter、Instagram 含む) 公開までの流れ

①情報収集 (随時) → SNS・地域性・店舗状況等を勘案

例えば、

- ・若者世代に支持されている店か (アンケート、口コミ紹介等)
 - ・若い女性が一人で過ごしやすい、くつろげる店、場所か
 - ・地域で親しまれているか (客層、評判など)
 - ・オーナーや店員の人柄は魅力的か
- などから総合的に判断

②店舗下見、撮影交渉 (撮影日の約 1~2 カ月前)、編集会議

③モデル探し&事前説明 (約 1 カ月前)

④撮影事前準備 (機材の準備・設定、メイク・衣装調達など)

⑤撮影 (当日) → 設営、メイク、テスト撮影、料理、
モデル&店長インタビュー、本番撮影

⑥編集会議、インタビューのまとめ

⑦HP 作成・編集 → 内容確認 (店舗、モデル) → 公開

(3) Web サイト「まつどのこもりかた。」の周知

松戸市が発信する広報媒体を活用し、市公式 HP や SNS で本サイト情報を発信するとともに、市内の施設・団体、飲食店にもチラシを配布します。

2 スケジュール (2021 年度) 毎月 1 回更新 (12 回)

地元の人々と触れ合う写真やトークを交え、紹介していく超地域密着型 Web サイト「まつどのこもりかた。」を通じて、若者から見た松戸の多様な魅力を発信します。

| | 具体的な取り組み | 実施体制・対象・場所等 |
|-----|------------------|-------------|
| 4 月 | 「まつどのこもりかた。」5 月号 | 取材・撮影・記事作成 |
| 5 月 | 「まつどのこもりかた。」6 月号 | 取材・撮影・記事作成 |
| ... | (中略) ... | |
| 3 月 | 「まつどのこもりかた。」4 月号 | 取材・撮影・記事作成 |

協働の必要性

下記①~③により子育て世代前の若者の関係人口を増加させ、中・長期的に松戸市への愛着・シビックプライドを醸成し、松戸で接する機会を増やすことで、いずれは松戸市が目指す人口の増加へと繋げていけると考えます。

① 「まつどのこもりかた。」のメリット (信頼度向上)

- ・市の広報媒体の活用と市内の大学等地域の団体との協力・連携

松戸市が発信する広報媒体を活用して周知を図るとともに、オープンキャンパスや資料請求等での配布物に「まつどのこもりかた。」のチラシを同封していただき、大学だけでなく松戸市全体の良さも知ってもらいたいと考える他、出演いただくモデルも募集できればと考えています。

② 松戸市のメリット

松戸市の主な政策では、子育てや高齢者の世代向けに重点を置いており、若年層や単身世帯に対象を特化したアプローチが足りず、市民ニーズ調査の年齢別回収率にも顕著に表れています。「まつどのこもりかた。」では、サイトのデザインやレイアウト、人の表情や店の外観・商品等を映す写真の質も高く、市ではなかなか実現できないレベルかつ若者目線で Web サイトや SNS を作成・運営しています。公益・公平性の観点から松戸市が特定の事業者に着目していくことは難しいこと、また、次代を担う若者をターゲットとした視点で、若者が自ら作り上げるサイトを立ち上げることは難しいことから、「ま

| | |
|--------------------|--|
| | <p>つどのこもりかた。」の編集部が主体的に動きつつ協働することで、理想的な形で民間活力を高めていけると考えています。</p> <p>③ 双方のメリット (PR の相乗効果)</p> <p>不動産サイトなどで松戸に興味を持ってもらった方 (検索・閲覧した方) に「まつどのこもりかた。」の情報を誘導し、松戸への引っ越しを検討している方への後押しができます。また、本サイト (Web サイト・Twitter、Instagram) は、これまでにない若者目線での松戸のイメージ向上を図っていくとともに、多くの人の目に触れ、松戸を知ってもらい、松戸の安全性をアピールできること、また、「まつどやさしい暮らしラボ」をはじめとした様々な松戸市の活動と連携していくことで、相乗効果が図れると考えます。</p> |
| 事業実施の役割分担 | <p>① 「まつどのこもりかた。」編集部</p> <ul style="list-style-type: none"> ・松戸に住む人々の人柄や人の繋がりが見えるような店の調査・選定・撮影交渉、モデルの募集、スケジュール管理・調整 ・WEB サイト運営 (システム管理、画像等のアーカイブ、メンテナンス等) ・記事作成 (撮影、ヘアメイク、インタビュー、コンテンツ作成等) ・松戸出身メンバーの専門性を活かした役割分担 (広告代理店=WEB サイト運営、全体管理・調整、カメラマン=撮影、美容師=衣装・ヘアメイク) <p>②担当課：シティプロモーション担当室</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市の広報媒体を活用した WEB サイトの認知拡大 ・協力団体へのアプローチ・紹介、選定するお店や地域のアドバイス ・Web サイト運営の補助 (サイト内容の精査、画像提供など) ・関係機関との連携、インターネットプレスリリースの活用 |
| 既存の事業からステップアップした部分 | <ul style="list-style-type: none"> ・Web サイト・Twitter、Instagram の定期的な更新、充実、情報の拡散 ・飲食店の紹介だけに留まらず、今後は地元農家の紹介など、松戸での暮らしに着目して幅を広げる (例：矢切ネギを扱うカネキ近藤農園の紹介) ・各地区ごとの魅力発信など、松戸市内全域をカバーしていく |
| 事業の目標 | <p>本サイトは「見られること」が指標になり、Twitter や Instagram のアカウントフォロワー数を増やしていくことが関係人口やファンの獲得に繋がるものと考えます (2020 年 8 月末日時点での Twitter のフォロワー数：104 人、Instagram のフォロワー数：366 人)。活動を始めてから 1 年間で両アカウントフォロワー数 1,000 人を目標に、本サイトのファンを増やすことで、結果的に市内外から松戸に愛着を持ち、市域を超えた地域交流も生まれることを目指します。</p> |
| 今後の展望 | <p>本サイトは 2020 年 2 月から SNS アカウントの運用のみで限定的な PR に留まっており、若年層のファンは増加しているものの、まだ知名度は高くありません。今後、松戸市と協働で取り組んでいくことにより認知度をアップさせ、サイトをより充実したものにするとともに、掲載価値を高め、長期的にはサイトにスポンサーを得ることで、安定した運営へと繋げていきます。</p> <p>そして、松戸市と「まつどのこもりかた。」編集部が協働し、互いに強みを活かして弱みを補完し合って松戸のまちの魅力を伝えていくことで、「行きたいまち」から「住みたいまち」へ、結果的に若い世帯が松戸を選び、「安心して住み続けていけるまち」、「地域力の強いまち」、「皆で支え合うやさしいまち」として成長していく一助になりたいと考えています。</p> |

事業の予算計画

【労力換算（限度額算入）】

（単位：円）

| 区分 | 科 目 | 予算額 | 積算内訳 |
|----|-----------|-----------|----------------|
| 団体 | 労力換算額 (A) | ¥ 520,572 | ※別紙 労力換算計算書 参照 |

【収 入】

| 区分 | 科 目 | 予算額 | 積算内訳 |
|-------------------|--------------|-----------|------------------|
| 団体 | 団体拠出金 | ¥ 80,020 | 事業費の一部を団体の会計より拠出 |
| | 自己資金の合計額 (B) | ¥ 80,020 | |
| 市 | 協働事業負担金 (C) | ¥ 500,000 | |
| 合計額 (D) = (B + C) | | ¥ 580,020 | |

【支 出】

| 区分 | 科 目 | 予算額 | 積算内訳 | |
|-------------------|----------------|-----------|---|---------------------|
| 負担金の交付対象 | 報償費 | ¥ 180,000 | ・モデル報酬 （打合せ、撮影、インタビューの3日分） 10,000円×12回/年 ・その他出演者報酬 3,000円×20人 （撮影のエキストラ） | |
| | 消耗品費 | ¥ 126,000 | ・チーク、ヘアスプレー、ネイルなどの化粧品類 2,500円×12回/年 ・撮影対象品（料理、飲み物など） 5,000円×12回/年 ・撮影備品（トレーシングペーパー、照明資材など） 3,000円×12回/年 | |
| | 印刷製本費 | ¥ 34,020 | お店専用チラシ印刷 10円×100枚 配布用チラシ印刷 3.1円×10,000部 紹介用カード印刷 10.1円×200部 | |
| | 使用料及び賃借料 | | ¥ 7,000 | サーバー使用料 3,500円×2回/年 |
| | | | ¥ 1,000 | ドメイン使用料 1,000円×1年 |
| | 委託費 | ¥ 220,000 | ・ギャラリー増築、ページ修正などのSE委託 30,000円×4回/年 ・配布用・お店用チラシなどの制作物デザイン 50,000円×2回 | |
| | 対象経費の合計 (E) | | ¥ 568,020 | |
| | その他経費 (対象外) | 食糧費 | ¥ 6,000 | モデルお弁当 500円×12人 |
| 交通費 | | ¥ 6,000 | モデルの交通費 500円×12人 | |
| その他経費の合計額 (F) | | ¥ 12,000 | | |
| 合計額 (G) = (E + F) | | ¥ 580,020 | | |

【チェック項目】

- 1 協働事業負担金 (C) が、対象となる経費 (E) 欄の90%以内であること。
- 2 協働事業負担金 (C) が、自己資金 (B) 欄に労力換算額 (A) 欄を加えた額を超えないこと。
- 3 協働事業負担金については、50万円を上限とする。

労力換算計算書

(単位：円)

| 項 目 | | 換算額 | 積算内訳 |
|---------|----------------|------------|----------------|
| 労力換算額 | 活動計画 | | 人数×時間回数×895円 |
| | カメラマン撮影 | 88,608円 | 1人×8h×12回×923円 |
| | ヘアメイクモデルセットアップ | 88,608円 | 1人×8h×12回×923円 |
| | 全体ディレクター | 88,608円 | 1人×8h×12回×923円 |
| | 投稿準備、作業 | 66,456円 | 2人×3h×12回×923円 |
| | 写真レタッチ | 55,380円 | 1人×5h×12回×923円 |
| | 記事編集 | 33,228円 | 1人×3h×12回×923円 |
| | お店打ち合わせ | 66,456円 | 3人×2h×12回×923円 |
| | モデル打ち合わせ | 33,228円 | 3人×1h×12回×923円 |
| | | | 人×h×回×895円 |
| | | | 人×h×回×895円 |
| | | | 人×h×回×895円 |
| | | | 人×h×回×895円 |
| | | | 人×h×回×895円 |
| | | | 人×h×回×895円 |
| | | | 人×h×回×895円 |
| | | 人×h×回×895円 | |
| | | 人×h×回×895円 | |
| | | 人×h×回×895円 | |
| | | 人×h×回×895円 | |
| 合 計 (A) | 520,572円 | | |