

## 第4回ワーキンググループ会議

### 【展示・窓口WG】 議事要旨

**日時**：平成28年10月18日（火） 13:30～15:10

**場所**：本庁舎2階 21会議室

**出席**：委員3名、事務局3名、ゲストスピーカー2名、北大3名

**議題** 「とまこむ」の編集方法について

#### ■ 前回の振返りと今後の予定について

##### 前回の検討委員会の報告

- ・ 基本計画はWGでアイデアを出し、建設検討委員会でWGの意見を発展させる形で進めていく。今年度は施設でどのような活動がしたいかといった、施設活用のアイデアを話し合うことを予定しており、翌年度からどんな施設や設備が必要なのかといった、ハードの部分を考える予定である。苫小牧版アイデア集の報告は非常に評判が良く、検討委員会はそれらのアイデアの課題を発見するというよりは、実行するにはどうしたらよいか、連携の可能性や発展性のある意見を出していただいた会であった。

##### 配布資料について

- ・ 「他事例からのアイデア集」は、今後WGでアイデアを出してもらうために事務局で参考になりそうな先進事例をまとめたものである。最終的な目標としては、これらをベースにした苫小牧独自の活動事業アイデアを作っていきたいと考えている。キーワードは基本構想のなかで話し合われたものであり、各会議ではキーワードに基づいた話合いを進めていく。
- ・ 「苫小牧版アイデア集」は、これまでのWGで得られた意見を考慮しながら、苫小牧ではどのようなことができそうかというアイデアをまとめたものである。
- ・ 「穴埋めシート」は、キーワードごとにアイデアをまとめるためのシートである。視覚的に議論の不足などを確認する役割のものとして認識してほしい。

## ■ 苦小牧版アイデア集の紹介

### キーワード「リピーター」に関するアイデア

#### 1. デコレーション大作戦

- ・ 演劇鑑賞に行くというハードルの高さを、子供たちの工作等で演劇の舞台を装飾することで興味を持ってもらえたり、親も観に行くのが楽しみになったりするのではないかとこの参加型ワークショップ。舞台で行われる活動に別の活動が結びつくというかたち。可児市でも NPO 法人が加わってこのような取組を行っている。一方で課題もあり、実現するためのマッチングするコーディネーターがいないと、個人レベルでは行うことが難しく、担当する責任者が必要となる。

#### 2. とまこまい文化口座

- ・ 会員システムで、自分たちが関わる文化活動の参加経験によりポイントが銀行口座のように溜まり、利子がつきポイントが貯まると特典がもらえるシステム。図書館で読んだ本の記録が通帳に溜まっていくというアイデアを参考に、とまチョップポイント制度と合体させることで、新たな活動の契機になるのではないかと思われる。苦小牧市内各所で既に行われているシステムと結び付ければ、実現可能性は高いとされ、検討委員会でも評判が良かった。

#### 3. わたしの絵日記プロジェクト

- ・ 元々はコキアを育てるというアイデアから生まれた。植物を栽培しながら、時間をかけて施設に関わっていける、愛着をもってもらうためのアイデア。ポイントは何度もその施設に足を運ぶ、愛着を持てるような仕組みである。

#### 4. 特別公開！裏方の世界

- ・ 本格的な音響設備に触れてみるなどの、普段入れないようなところに入って、好奇心をくすぐるツアー。既に実施されているので、仕組みができれば実現可能ではないか。

### キーワード「日常の利用」に関するアイデア

#### 1. 図書館（ライブラリー）de ライブ

- ・ ホール独自の図書施設であれば、従来の一般的な図書施設とは異なる様々なことができるのではないか。例えば、宮沢賢治の公演があるときに、宮沢賢治関連の本を置いておくというように、図書施設との連携をとることで、訪れた人に関心をもってもらう。長野県の茅野市で先進的に行われている。

#### 2. まちカフェ企画室

- ・ 施設に入っているカフェがスターバックスなどのチェーン店ではなく、施設独自のカフェとして、テナントとして色々な企画を立ててもらおうというもの。この場を企画の発信拠点として位置付ける。おしゃれなカフェであったり、無料でくつろげる場所も欲しいというアイデアから。先進事例の武蔵野プレイスという、図書館等の複合施設を参考にしている。

### 3. ワクワク展示室

- ・ 展示空間が美術館のようではなく、展示室自体を市民の方々が使い易いよう積極的に利用する場所ができないかというアイデア。ハードに結びついてくるアイデアであり、活用するためにはどんな運営方法が必要か考えたい。

#### ■ ゲストスピーカーの話

- ・ 市民ホールの建設については大変関心を持っている。ここまで活発に意見交換や企画会議がされているとは知らなかったので期待している。今回は、「とまこむ」という情報誌をどのように制作しているのかを話すことで、それがヒントになれば良いと思う。

#### ■ とまこむの概要

##### 20年継続しており、月2回発行している

- ・ とまこむは発行して20年経過している。苫小牧市内は全域に配布しており、それ以外には白老町、安平町、厚真町の道新を購読している住宅に配布している。第1,3週木曜の月2回発行している。これからの生活に役立つような情報を中心に掲載しており、既に終わったイベント等の情報は取り上げないようにしている。
- ・ 女性（全員主婦、子育て世帯）7人で制作。ライター5人、営業1人と編集長の構成で、全員苫小牧に在住だが、居住地に偏りがでないようにしている。ライターの経験者はひとりもおらず、人とのつながりや好奇心で始めている。
- ・ ターゲットの読者層は30,40代の主婦層であるため、男性の募集はしていないわけではないが、採用にはなかなか至らない。ライター5人は、自分が生活している周りから企画のアイデアを得ている。

#### ■ 特集記事のテーマの決め方について

##### 編集会議はライター5人で行い、リーダーは輪番制で全員がアイデアを持ち寄る

- ・ 記事の内容は特集、街角通信、人や飲食店の紹介など。月2回、2種類の特集を組んでおり、紙面全体では一番力を入れている部分である。
- ・ 編集会議を月2回、一号につき約2時間開催する。一番時間をかけるのは「その号をどういう特集にするか？」という部分であり、どのような方向性、何人で取材するか等の細かい部分までを決定する。当日の朝までにライターが各自のネットワークやネタ帳を元に、1人につきA4で1枚ほどのアイデアを持参する。
- ・ ネタを出すのは一番苦しい部分であるが、季節や流行、子供つながりの母親ネットワークから、人気や興味があるものを察知して企画を考えている。
- ・ 編集会議では、読者が何を求めているのかを話し合い、毎回の特集テーマを決定する。ライター間で不平等が生じないように5回に1回担当が回るようにし、担当だけでアイデアを出させるようにはせず、担当以外の人もアイデアを持参するようにする。「自

分がやるとしたらどうしたらよいか？」ということを毎回考えるようにしている。特集テーマは設定せず、自由に考えてアイデアを出して考える。ライターらのやりたいという気持ちを一番大事にしている。

- ・ 編集会議の段階での複数のアイデアからのコラボレーションはあるのか？
- ・ 企画の段階で、よほどのことがない限りアイデアの合体はない。輪番制で毎号の責任者がいるため、責任者が考えるテーマに対して、他のメンバーも協働で内容を考え、どう面白くできるかを検討するという体制。それぞれが考えていることは異なるが、責任者が何をしたいかを突き詰めるようにしている。

### 具体的にどんな内容の記事になるかまで取材前の編集会議で共有する

- ・ (例としてカレーパンの特集記事を広げながら) パンの特集はありがち。そこでカレーパンをどう見せれば効果的かを考える。断面を見せて、重さを比べている。カメラマンはいないので、全て自分で構図も考えながら撮影する。
- ・ パン屋のシェフに家庭でも再現可能なカレーパンのレシピを考案してもらうなど、ありきたりな内容からどう抜け出すかも重視している。
- ・ 記事を文章で読ませるか、写真で見せたいかは編集会議で決める。特集テーマの切り口はたくさんあるので、アイデアを考えた人の核となる部分を大事にする。編集会議の時点で紙面の具体的なイメージを共有できる部分までを決定する。記事の方向性が決まったら、次に文字数を検討する。原稿を書くためのガイドラインはあるので、この部分にはあまり話し合いの時間は割かない。
- ・ ライターや編集長はその機会にしか顔をあわせる機会がないため、内容の再確認等もう一度集まるというような非効率的なことはしない。共通認識をもてるどころまで話し合いを行い、各自が取材・執筆にあたる。どうしても急な取材や企画の変更等が発生した際は全員が目を通してA4のアイデアシートから記事を作成する。

### 編集会議はライター全員が責任感を持って臨む

- ・ A4のアイデアシートは毎回担当でない人も同程度の質を心がけているのか？
- ・ 特集記事の担当責任者は輪番制で苦しいが、自分が担当でないときにアイデアを出すことの苦しさを避けたら、自分が担当となる際にさらに苦しくなる。絶えず企画を考えるということが重要である。何もアイデアを出さないというのが一番良くない。テーマを編集長が示さず、ライターが自由に設定可能としているのも、アイデアを広く探し、常に考えるための方法の1つである。

### 編集会議から発行までのタイムラグと情報の新鮮さの確保

- ・ 企画のアイデアストックはあるのか？
- ・ ストックがいくつもあるのが理想的だが、なかなか用意が難しいときもある。また、

時期的に合わない企画のアイデアはタイミングを考えてとっておくこともある。

- ・ 8月第2週のパン特集はいつ会議したものなのか？
- ・ 8月第2週のパン特集は2ヶ月前に会議した内容のものである。とまこむの編集記事の一部である「jimoto 通信」のコーナーの記事が検討されるのが最も遅く、発行の3週間ほど前に検討される。
- ・ 苫小牧の新しい市民ホールにも共通することではあるが、情報の新鮮さが重要になるのではないか。
- ・ 締切りと情報の新鮮さは常に考えなくてはいけないところであり、発行日とのタイムラグをどう無くすかが重要である。

## ■ 取材について

### 決まった方法は定めず口コミや突撃取材などあらゆる手段をつくす

- ・ 記事に登場する苫小牧市民は、芋づる式で人を当たっているのか、全くの新規の人に取材を申し込んでいくのか？
- ・ 記事作成の一番面白いところで、取材対象は友人の口コミで決定したり、気になった人に突撃取材をしたりすることもある。
- ・ 普段からアンテナはどのように張っているのか？
- ・ 特集テーマについて取材する内容をどう決定していくかは、趣味から拾い上げたり、友人のネットワークからテーマに関する情報を得たりと、敏感に察知できるように意識している。
- ・ ある程度テーマが決定していれば、企画内容を考えることはできそう。苫小牧市内の内容に限らず、インターネットも有効に使えるのではないか。
- ・ 取材先の選出は口コミだけなのか。またはテレビやそれ以外にあるのか？
- ・ 口コミから選ぶこともあるが、編集会議を行うまでに実際に足を運んで商品を買ったり、食べたりしてアイデアを決めている。また、主婦層向けのテレビ番組を見て、旬な情報を集め、苫小牧なら何ができるだろうと考えるようにはしている。
- ・ 何か他の体験談や苦労話はあるか。
- ・ 手帳の特集では、手帳というプライベートなテーマであることから、取材は手帳好きの人のツテを利用した。他には、会う人に都度「手帳を見せてもらえないか」と聞き、可能ならば取材を行わせてもらうというものだった。

## ■ とまこむの全戸配布

### 発行数の伸びは全戸配布の開始によるところが大きい

- ・ 全戸配布というのは20年前からなのか。また違う場合は、全戸配布するに至る考え方の変化はあるのか。
- ・ 全戸配布は10年ほど前からである。それまでは北海道新聞の購読者のみの配布であっ

た。

心境としては紙文化というのを大事にしてほしいというものがある。また、とまこむに企業広告を掲載することで、すぐに捨てられないような工夫を施していると同時に、チラシ収入も得られている。

- ・ 市民ホールが完成したとしても、初期段階はホールでの活動はどうしても無名であり、市民にとってわかりづらいことを懸念しているが、とまこむができた当時の認知度から、ここまで広まったきっかけというものはあるのか？
- ・ 全戸配布になる前は3万部だったが、全戸配布後は85,000部に伸びているので、それが大きなきっかけではあったと思う。また、20年継続しているというのも大きな要因だろう。
- ・ 苫小牧以外の地域でもとまこむのような情報誌を配布しているところはあるのか？
- ・ 地域ごとに情報誌を配布しているところもある（千歳なら「すまいる」、札幌なら「オントナ」など）。

## ■ とまこむの反響について

### 身近な人、店が掲載されていると反響も大きく、緊張感がある

- ・ 友人から企画の提案やどのお店を取材してほしいという話はないか。またその提案が自分の関心がないものだとしても、受け入れるのか。
- ・ 企画の提案をされることはないが、「このお店に行ってみて欲しかった」という話があり、その際は必ず名前を覚えておく。行って見ないとわからないというものもあるが、自分の興味関心に必ずしも当てはまらないものでも取材は行う。
- ・ 特集記事で紹介した商品と同じ品しか売れないということもある。記事内に顔写真を載せていたら、読者に話しかけられるなどの後日談がある。読者が多いことに緊張感もあり、怖いときもある。
- ・ 一般読者からの反応はどのように吸い上げているのか？
- ・ 普段はほぼ反応がなく、クレーム数自体は少ない。店舗では発行日の混雑が予測できるので、前もって発行日を連絡し混雑に備えるように伝えている。用意が難しいメニューはあえて紙面に掲載しないようにする工夫もあり、何でも載せるということはせず、店舗側に了解を得てからの判断になる。
- ・ 記事に知っている人が出てくると反響も大きくなる。そのため顔写真を積極的に掲載している。家族や友人など、どれだけたくさんの人を掲載するかを意識している。自分が載っているというのが一番発行を楽しみにしてくれると思う。

## ■ 情報発信について

### 紙の媒体であることは特に意識していない

- ・ 記事が紙媒体であることを意識していることは何かあるのか。

- ・ 特にはない。当たり前だから意識していないのかもしれない。媒体を何にするかというよりも、記事の内容が重要だと思う。

### 読者に何を求めるかではなく、こちらが何を読者に仕掛けるかである

- ・ どんな情報発信についても、テーマを持つというのは重要だと感じる。ラジオという媒体の情報発信であったり、世代を超えて伝承されるものであったり、情報発信のあり方は重要である。どういうテーマをどのような人に伝えるかは難しいことであり、面白いところでもある。もし新しい施設で、あまりそこへ行かない人たちに何かを伝えるなら、どのような可能性があるのかをしっかりと検討していく必要がある。
- ・ とまこむはターゲットを絞り込んでおり、そこは全くブレない。取材をとおして、苫小牧は手作りが盛んであり、自分で制作したものの発表の場が欲しいという声を知った。読み手に対して何かを求めるのではなく、こちらから仕掛けていくというのも重要だと思う。紙面で紹介された場所に赴くと、実際に紹介されていたカレーパンを食べられるという連動も面白い。
- ・ 「こんなことがありました」という記事は載せないという話にもあったが、今メディアは後載せの記事の方が圧倒的に多い。事前の情報発信がいかに重要かと思う。市民ホールについては半永久的に情報発信を行っていくことになるので、継続というのは特に重要になる。その中で、たとえ実現不可能な内容に思えても、どういう切り口なら実現できるのかという積極的なスタンスで臨むべきである。
- ・ アイデア集に掲載されている内容は全部を一度にできなくてもよく、継続していく中で少しずつ実行できればよいだろう。

### 具体的な情報発信の方法について

- ・ 市民ホールの活動をとまこむのような情報誌を発行して伝えることができると面白い。現在、市では広報とまこまいを毎月発行しているが、企業から広告料をもらうかたちをとっているのか。
- ・ 現在、市でも広報はその方法を取っており、ホームページにバナーを貼っている。
- ・ ホールの情報誌として月一回や、隔月でも全戸配布が可能な状態にはなるかもしれない。
- ・ 市の広報の全戸配布は町内会に委託していたのか？
- ・ 選択制で、町内会の希望により委託していた。現在では高齢化によりできないということであれば、業者に委託しているところもある。
- ・ 現在ある広報誌と一緒に配布する方法もあるかもしれない。全戸配布ではないが、「REATTA」などは商店や市役所でフリーペーパーとしてよく見るものもある。
- ・ 情報は市民にどのような内容を届ければよいのかという部分は非常に重要である。実際に掲載できるとなったときに、情報誌と市民ホールの活動のどのようなことを連携

できるかが大事であろう。

- ・ とまこむで主婦層をターゲットとしているように、新しい施設でも、子供やお年寄りなど多様な来訪者を想定し、それぞれにターゲットを絞った情報誌を発行できるかもしれない。

#### ■ 次回のWG会議に向けて

- ・ 「まちづくり」「機能連携」としているが、まずは、前回までに提示していた「居心地・居場所」「雰囲気づくり」「情報発信」の具体的なアイデアを検討したい。

#### ■ 今後のスケジュール

次 回（第5回）：11月16日（水）13:30~@市役所2階21会議室

次々回（第6回）：12月19日（月）13:30~@市役所2階21会議室