

5. 情報発信・共有化方策の検討

5. 1 情報発信内容の検討

5. 1. 1 普及啓発に対する現状認識と現時点で重要視される点

過年度における調査成果と、本年度調査で実施した実証事業の結果を踏まえて、現段階における普及啓発の必要性、重要と考えられる点を整理すると、以下のようになる。

■現状は、普及啓発の初期段階。

- ・平成 26 年度の調査結果から、居心地のよい公共空間をつくっていくことは、まだ専門分野の一部の人々（専門家や実務家）が関心をもつ段階にとどまっており、今後はそれらの人々を追いかけていくビジョナリー（アーリーアダプター）と呼ばれる人々への訴求が必要である。
- ・特に重要な普及啓発の対象は、都市を経営する観点から関心を寄せる自治体の首長であるが、それにとどまらず、市民や民間事業者に対しても訴求が必要である。但し、この場合、広く一般ではなく、パブリックマインドをもって公共空間の現状に関心を寄せる市民や民間事業者が訴求対象となる。
- ・平成 27 年度は、実証事業を通じて公共空間活用の好例を体験してもらい、意識を変えてもらうためのきっかけとすることを重視した。その結果、こうした取り組みは一般の利用者から高く評価してもらえることを確認できたことから、今後、さらにこのような取り組みを全国に普及啓発することの妥当性が改めて確認されたといえる。

■良い実例を知ること、実例に触れることを通じ、理解を深めることが必要。

- ・一般に公共空間活用の好例について体験できる機会はまだまだ少なく、居心地よい公共空間をつくる必要性について十分な理解があるとは言えない。
- ・「関心はあるものの、実体験はない」という人のためにも、当面は体験できる場所をさらに増やしていく必要がある。同時に、それだけでは普及に時間がかかるため、事例紹介などの形で公共空間活用の好例について知る機会を増やし、どのような活用が公共空間の現状の改善につながるのかを、短期的に多くの人に理解してもらえるよう啓発する施策も必要である。

■居心地よい公共空間づくりに、民間の人にも関わりをもってもらうため、きっかけとなる、わかりやすい情報発信が必要。

- ・公共空間の活用事例等を紹介する民間のサイトにおいても、閲覧者から「事例に刺激を受けたがどのようにすればよいかわからない」といった趣旨の問合せが寄せられていることから、良い実例を知り、それに刺激を受けた人が、実現に至るまでの大事なポイントを理解することで自ら実現に向けて行動を移すハードルを下げることも必要となる。
- ・実現に向けたポイントを理解するには、多数の実例をもとにノウハウを一般化し、処方箋として提示することが有効である。実際に、そのようなことを意図して作成された既往文

献もある。¹

- ・しかし、こうした文献は専門性が高く、解説が詳細で、広く一般の人の関心をひく体裁ではないことから、専門分野に関係した一部のみにしか関心を持たれておらず、公共空間の利活用に関心をもつ人の間口を広げることにはつながっていないのが現状である。
- ・2011年に始まったリノベーションスクールには、建築やまちづくり等の関係者以外にも、様々な分野や立場の人がパブリックマインドに関心を寄せ、参加者が増加している。このことから、公共空間自体に対する関心は高まりつつある状況がうかがえる。この機に、わかりやすい内容で情報発信を行うことにより、専門の人以外にも伝わりやすい普及啓発を実施することが肝要である。

5. 1. 2 情報発信内容の検討

公共空間活用の好例を示すことによって活用に向けた関心を高める際に、以下のような点が重要になると考えられる。

■ 公共空間活用に興味や親しみをもちやすい文章や内容

- ・専門書籍や国等が作成してきた既往の事例集は正確に物を伝える長所がある反面で、紙面が固い、とっつきにくい、面白く見えないといった点で課題があった。公共空間の活用事例などを紹介する民間のサイト等では、専門外の人でも興味をもちやすいように配慮されており、その長所をうまく取り入れていくことが効果的である。

■ 公共空間活用の成果をわかりやすく示す

- ・既存の民間のサイトによる情報発信は、速報性や興味のもちやすい内容という点で優れる一方、公共空間活用の成果等については具体的に示されていることが少ない。取り組みの普及につなげていくためには、成果をわかりやすく説明することも重要と考えられることから、その観点での情報の補完が必要と考えられる。

■ 興味を抱いた人に対して、実現に向けてのポイントを明確に示す

- ・関心をもったばかりの人にとって、実現に向けてのポイントが示されていることは有効な情報である一方で、詳細な解説はかえって興味を失うことにもなりかねないため、ポイントは簡潔に記載されることが望ましい。加えて、詳細を知りたい場合のリファレンスが示されていれば、さらに使いやすいものと考えられる。

これらの点を踏まえて、公共空間活用に関して情報発信が必要と考えられる内容を、事例シート¹の形でまとめた例を示す。

¹ 「公共空間の活用と賑わいまちづくり」（学芸出版社、2007年）など。

座り場が眺めに優れた緑地のポテンシャルを引き出した

座り場@ひろさき 2015

(青森県弘前市/吉野町緑地)

青森県、弘前市の吉野町緑地。かつて、奈良美智氏の個展が開かれた旧吉井酒造煉瓦倉庫に隣接したこの場所に、市民の心地よい居場所が現れた。「座り場@ひろさき 2015」。公共空間の魅力的な活用を図る国土交通省都市局が、地元弘前の青年会議所と連携して実現したプロジェクトである。

可動のイスとテーブルが緑地の日常を変えた

四方が見渡せるのびのびとした気分になる緑地に、軽くてどこにでも移動できる 100 脚のイスと 25 台のテーブルを配置。向きも自分で選べるので、眺める方向も、道行く人、公園の緑、レンガ倉庫や遠くに見える五重塔まで自由自在である。

珈琲の街、弘前らしく、老舗の成田専蔵珈琲店が臨時に出店し、薫り高いコーヒーとこの街のお茶受けには欠かせないアップルパイを提供。おしゃべりする人、仕事をする人、ミーティングする人、楽器を楽しむ人、犬の散歩中にお休みする人など、利用者も実に多種多様である。



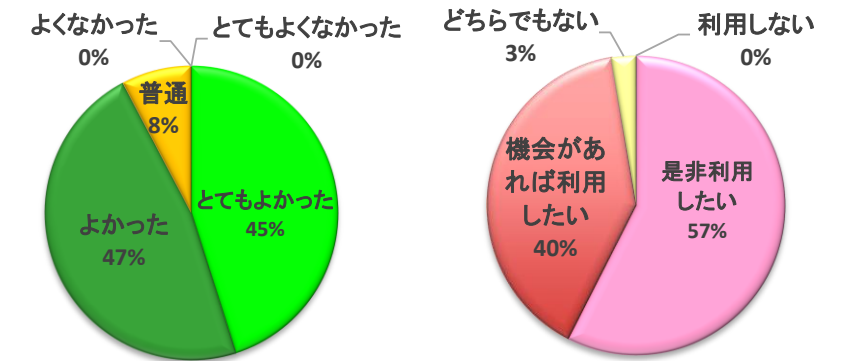
空間づくりのポイントは、「一人でも心地よい居場所づくり」。我が国ではプレイスメイキングの第一人者として知られる、筑波大学の渡准教授が監修を担当した。

機運を高めたのは市民の意を汲んだ市の構想づくり

この座り場が実現した鍵は、吉野町緑地と煉瓦倉庫に寄せる地元の人たちの思いが、このエリアをアートと文化の拠点として位置付ける弘前市の構想に結実したこと。現市長、葛西憲之氏が 2 期目の公約として、中央弘前駅を含むこの周辺一帯を整備する体制をつくったことで、大きく動き出した。吉野町緑地のあり方検討を所管する「ひろさき魅力プロデュース室」(現在は吉野町整備推進室)を中心に、まちなかの活性化に取り組む弘前青年会議所や、渡准教授らが連携しながら構想をあたため、今回の国土交通省の実証実験事業に参加した。

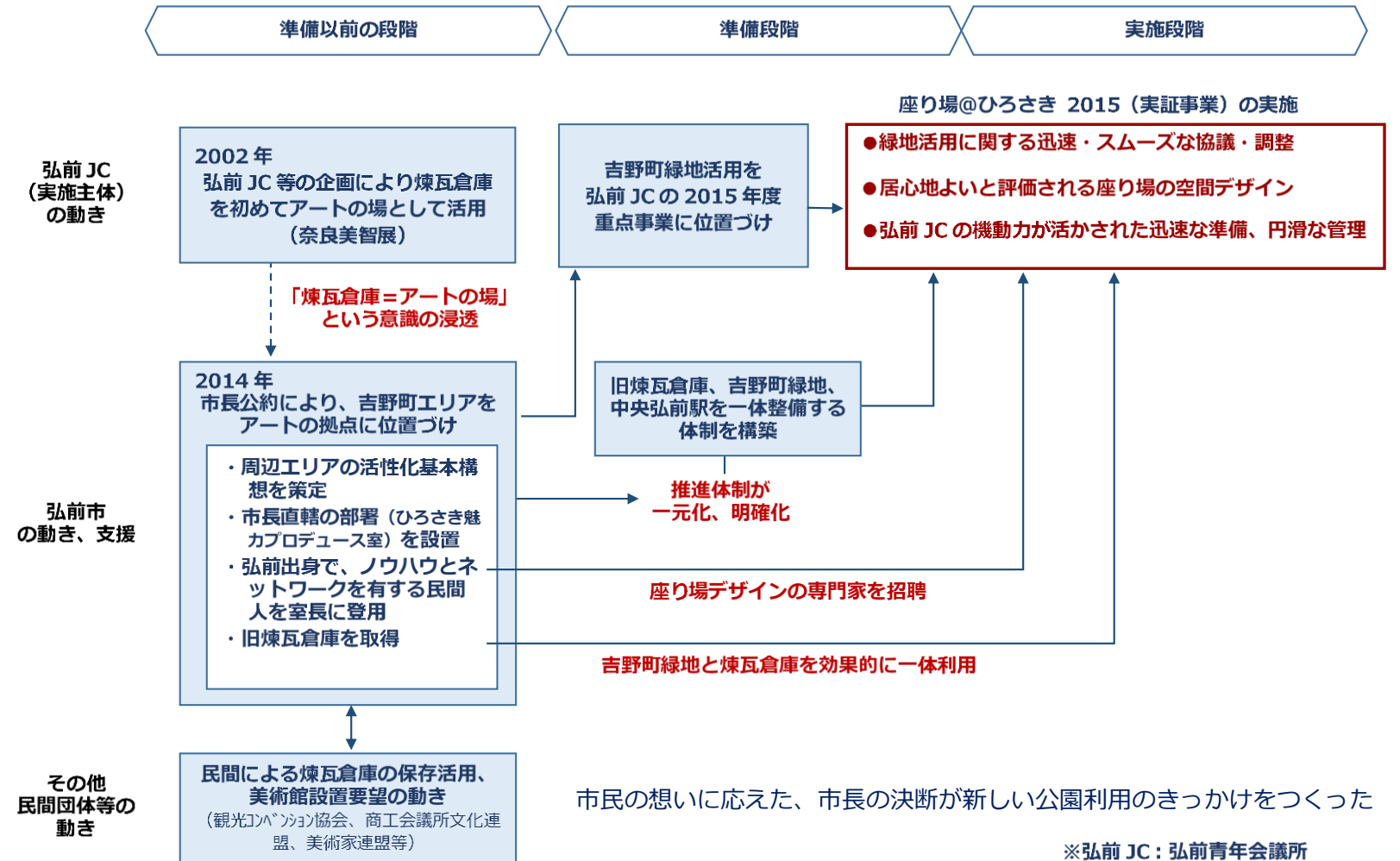
実際にこの場所を利用した市民の評価は極めて高く、継続的な実施に対するニーズも高い。今後は、吉野町緑地整備と煉瓦倉庫を活用した新しいアートセンター実現に向けて、このような場所の実現も継続して検討していく見通しである。吉野町緑地を管理する公園緑地課では、「公園等の利用が進まない現状においては、とても良い取り組みで今後の活用も期待される」としている。(平成 27 年 11 月)

市民からの高い評価は、公園の新しい利用のあり方を物語る



【プロジェクトデータ】

所在地	: 青森県弘前市吉野町 2-7
面積	: 6,265 m ²
種類	: 都市公園 (都市緑地)
主な関係法令	: 都市公園法
内容	: 社会実験 (可動イス・テーブルを用いた自由に利用できる座り場の設置 等)
実施主体	: 国土交通省都市局、弘前青年会議所
実施期間	: 平成 27 年 10 月 4 日 (日) ~ 12 日 (月・祝)
問合せ先	: 弘前市吉野町緑地整備推進室 (TEL : XXXX-XX-XXXX)



市民の思いに応えた、市長の決断が新しい公園利用のきっかけをつくった

※弘前 JC : 弘前青年会議所

5. 2 情報発信方法の検討

5. 2. 1 情報発信方法に関する現状での課題

既に整理した情報内容をどのような方法によって発信するか、それを検討するにあたり、従来、国交省等が実施してきた情報発信の方法についての課題をまとめると、以下ようになる。

■これまで実施してきた情報発信の方法における課題

- ・国等が普及啓発を図るために採用してきた情報発信方策としては、主に以下のようなものがある。

- 講演会・シンポジウムの開催
- 研修会の開催
- 事例集の作成
- 事例データベースの作成
- マニュアルの作成

- ・しかし、これらの普及啓発策は、本調査で意図する普及啓発の目的に照らすと、次のような点で課題がある。

- ①見る人が限定されておりインパクトが小さい
- ②情報が自律的に拡充されていく仕組みがない
- ③一方向の情報発信であり利用者からのフィードバック機能がない
- ④常に新たな情報に更新される仕組みがないため、情報の陳腐化が早い

- ・すなわち、従来、主に行ってきた情報発信の方法は、決定したものを広報していく仕組みとして適しているが、不確定なものを含めて発信し、常に情報を増やし、入れ替えていくものに対しては適しておらず、情報発信の方法に関しても、新たな工夫を必要としている。

■今後の情報発信において備えていくべき要件

- ・これらの点を踏まえると、今後の情報発信では、以下のようなことが大切になると考えられる。

- (1) 従来 of 国の広報が届いていないところ (対象) まで到達させる。
- (2) よい例をたくさん見せることができるように、時間を追うごとに情報が供給されていく仕組みを取り入れる。
- (3) 許認可や手続きの簡素化など、公共空間活用に関して、共通して課題となる事項に関するノウハウについても、情報が得られるようにすると、さらに有用である。

- ・これらの点に加えて、利用者の目線からみた評価やフィードバックが可能であること、情報の更新が進んでいくような仕組みが取り入れられているとさらにより。

5. 2. 2 情報発信方法の検討

情報発信方法の検討として、新たな情報発信方法を作業仮説として提案する。その際、国単独での情報発信に限界があることを踏まえ、より効果的な普及啓発を行うために、民間の機関との連携を含めた情報発信方法を検討する。

(1) 作業仮説としての新たな情報発信方法の検討

■ 既存の情報サイトと連携した事例情報の発信

- ・既存の情報サイトにおける情報発信では、国内外を含め公共空間利活用の新しい方法や事例を紹介することにより、公共空間の利活用に魅力を感じてもらうこと、従来の概念にとらわれない公共空間の利活用に関心を寄せることなど、市民意識の醸成に重点が置かれている。
- ・このステージをさらに一步前に進めて行く上では、本章の検討で例示した事例シートのように、魅力的な公共空間活用例とその効果、実現に向けてのポイントを一体に情報提供することが効果的と考えられる。
- ・既に一定の広報力をもつ民間情報サイトに、これらの事例情報を提供するページを付加することにより、公民の連携による効果的な情報発信を行うことが可能になると考えられる。

■ 事例情報の収集と蓄積の方法

- ・継続的な情報収集と蓄積の方法には、以下のようなやり方が考えられる。

➤ 原稿作成や寄稿の依頼

- ・一定の専門性を備えた人に取材と原稿の作成を依頼したり、当該事例の関係者に寄稿を依頼したりする。継続性を担保するためには、原稿作成を依頼できる専門家・実務家等のネットワークを構築しておくことや、寄稿によるインセンティブが働く仕組みなどを検討しておくことが必要となる。

➤ 投稿募集

- ・サイトの閲覧者などから、新たな情報提供が受けられるよう、投稿募集を行う。これに関しても、謝金やよい記事に対する表彰制度など、投稿に対するインセンティブが働くような仕組みを検討することが必要となる。

■ 許認可手続き等、実施に必要な実務情報の共通化・共有化

- ・道路や公園等の公共空間の利活用においては、占用許可、使用許可等の他、その内容によって、保健所への届け出や消防関係の協議など、様々な手続きが必要となる。通常、これらは窓口が分かれていることもあり、経験のないものにとっては、煩雑で時間がかかり、手戻りが多い、と感じるなど、公共空間利活用へのハードルともなる。
- ・従って、これらの手続きをどのようなプロセスで進めるのが円滑であるかを明確にして、共有することは、普及啓発を図る上で重要な要素となる。
- ・しかしながら、公共空間活用を行っている事例においても、これらの手続きプロセスは自

治体やケースによってそれぞれに異なっており、単純に共通化することは難しい。こうした状況に対する次善の策として、情報発信に以下のような機能を付加するアイデアが考えられる。

➤ **Q & Aコーナーの設置**

- ・予め、サイト運営者が質問を設定し、取材もしくは投稿段階で回答を依頼して、「Q & A」のかたちで各事例情報に付加する。（ある程度共通する質問を設定）

➤ **コメント欄の活用**

- ・各事例に対してコメントが記入できる欄を設置して質問を受け付ける。質問に対しては、サイト管理者が事例関係者に問い合わせる回答や問合せ先を掲載する。

■ **民間情報提供サイトの運営管理負担の増大に対する対応**

- ・既存の民間サイトの機能拡張により情報発信機能の強化を行うためには、機能拡張に伴うサイト運営管理者の負担増加にどのように対応するかが重要となる。
- ・一部委託等を行うことにより費用面で運営負担を軽減する、別途国で実施する調査成果を活用してコンテンツを提供することにより運営管理負担を軽減するなど、公と民での効果的な連携のあり方を検討していくことが必要である。

■ **フィードバック機能の付加に対する考え方**

- ・普及啓発においては、事例に利用者による評価システムを装備させ、フィードバックを可能とする仕組みとすることが有効である。このことは、既に広く普及している民間のグルメサイトや、観光地を紹介するサイトの例からも示唆される。
- ・ここには、評価が点数化されることで関心をひきやすくなることや、点数の高いところに人気が出るために評価される対象がより優れたものを提供しようと努力すること、利用者が参加している感覚になれることなど、より多くの主体を巻き込むための特長があり、フィードバックを得ることで情報の更新も可能となるなど、自律した情報の普及が可能となるための優れた性質を備えている。
- ・一方、これらのシステムが機能するためには、利用者側が情報をとりたくなる本質的な動機づけがある（「おいしいものが食べたい」「素敵な観光地に行きたい」という前提が必要である。魅力的な公共空間を利用したい、という動機づけが一般的なものとなるまでには、まだ相応の時間を必要とすると考えられることから、普及啓発の状況にあわせて、こうしたフィードバック機能を付加していくことを検討するのが妥当と考えられる。

(2) **作業仮説の検証**

パブリック空間の活用や魅力向上に関する情報発信を積極的に行っている2つの民間機関に対して、現状の情報発信における課題等についてヒアリングを行った。また、上記で作業仮説として検討した情報発信内容と方法についてもあわせて意見を聞いた。

1) 「ソトノバ」

① 「ソトノバ」の概要

「ソトノバ」とは

(「ソトノバ」のWEBサイトにおける紹介より引用 下線部加筆)

街は一人ひとりがかかわることで、もっと楽しくできる――。

「ソトノバ」は、身の回りの街のソトを楽しく豊かに使いこなすために役立つアイデアをお届けするパブリックスペース特化型ウェブマガジンです

あなたは、普段の生活のなかで「街がもっと気軽に、自由に使える場所になればいいの」と感じたことはありませんか？

日常に埋もれがちな小さな閃きやギモンを、「ソトノバ」と一緒に外に開いていきましょう。

運営主体：一般社団法人パブリック・プレイス・パートナーズ

URL：<http://sotonoba.place/>



図 「ソトノバ」での公共空間活用の紹介例

②ヒアリング記録

ヒアリング日時 : 平成 28 年 2 月 16 日 (火)

ヒアリング対象者 : 泉山 墨威氏 (一般社団法人パブリック・プレイス・パートナーズ共同代表理事 / 「ソトノバ」編集長)

ヒアリング結果概要

○「ソトノバ」の特色や運営体制等について

- ・編集室は編集長 1 名、副編集長が 2 名。その他に 8 名 1 のライターと 1 名のコラムニストがいる。大学、ディベロッパー、コンサルタント、ソフトウェア関連、マーケティングリサーチなど分野、所属は様々なであるが、新しい公共空間のあり方を研究、実践しているメンバーによって構成される。
- ・2015 年 8 月に起ち上げ、11 月から本格的に記事掲載を行っている。時期として、現在は認知度を高めることが重要であるため、特に掲載頻度を意識している。
- ・ソトノバの読者には、専門家と市民の両方がいるが、現段階では専門家が多い。
- ・ソトノバは基本的に屋外の空間を対象としており、公共 R 不動産とは取り扱う対象に重複がありつつも、その点が違う。ソトノバは形態が WEB マガジンであるため、事例も写真映えがするものが掲載しやすい。

○ユーザーに必要な情報発信の内容について

- ・紹介するプロジェクトがどのような経緯で実現したか、関連する許認可やそれをどのようにクリアしたかなど、確かに情報発信が必要である。現状でもそこまで書けないことはないが、現在は、更新頻度を優先するため、記事では触れていない。
- ・ニューヨークには、市が設置・運営するサイトにオープンカフェマップが掲載されており、その情報を googlemap 上で見ることができる。
- ・ピンタレストを使って、道路占用許可特例を掲載しているものがあるが、そのような情報発信も効果があると思う。マッピングの効果は、同時多発的に起きている出来事をわかりやすく伝えることができる、という点と新しい制度や活用方法等になじみや関心のない人も、気軽に目にする機会ができる、ということだろう。
- ・情報は見る人の属性などにより、媒体が異なる。現状でソトノバは行政関係者はほとんど見ていないと思う。逆に、行政関係者に訴求する場合は、やはり冊子を配布するような情報発信の方が確実である。
- ・また、ソトノバ閲覧者は 50%以上がモバイルユーザーであることから、コンテンツ作成においてはそれを意識する必要がある。

○継続的な情報発信における課題等について

- ・情報の発掘に関し、海外の事例情報は WEB マガジンなど複数の情報源を活用し、常にチェックしている。日本は事例をまとめて扱う情報サイトなどが少ないため、国内の情報を掘むのに労力がかかる。

- ・情報自体は発掘できても、記事作成に時間がかかる。コンテンツも足りないが、書き手が足りない。現状でメンバーはそれぞれに本業があるため、記事の執筆は一か月に一本程度が限界と考えている。今後、全国にライターを配置できる体制をつくりたい。
- ・アカウントを作成して全国にいるライターそれぞれに記事作成をしてもらい、記事増加とデータベース構築を同時に行うというアイデアはありうるかもしれない。その際、同時に、リアルでつながれる場を作ることが効果的。ソトノバには「ソトノバテーブル」と呼ぶ、リアルで集まる場も設置している。
- ・運営資金確保に関しては、広告を貼るという方法も一般論としてはあるが、現在、1万PV（ページビュー）程度。20万PV程度のアクセスがないと、広告を貼る対象にはならない。従ってそれは考えていない。
- ・認知度が高まることで、悩みの共有や規制緩和の機運を高めることもできると思う。

○公共空間活用の普及における課題等について

- ・公共空間の活用に関する共通の悩みは、「資金」「許認可」「デザイン性のある用具等を制作できる人材」「用具等の収納場所」ではないか。
- ・実証実験等は普及啓発に有効だが、期間が限定されるし、利用者にインプットできる上も限りがあるため、その場にいる人に実験の背景や趣旨を理解させるのが難しい。従って、社会実験を行うと同時に、後日、その背景や趣旨、意義・効果などを伝える情報発信をきちんと行うことは大事かもしれない。
- ・これを伝えるのに、コミュニティペーパーの活用など地元の人に伝わりやすい方法を検討することも大事である。（この際も属性による情報収集方法の違いに留意することが必要）
- ・オーストラリア・シドニーのメトカーフ・パークの実験では、現地に URL のみを掲示し、他の説明はあまりしていない。しかし、サイトにアクセスすると、利用の感想が書き込めるような双方向の情報受発信の工夫がある。ボストンのビッグディグでは、インターネットに接続すると最初にビッグディグに関する説明が出る。そうした情報発信の工夫も必要かも知れない。
- ・公共空間活用を広げていく際に、体制という観点では、行政とクリエイティブ系の人材、まちづくりやエリアマネジメント系の人材や組織の3社がミックスされないとうまくいかないように思う。
- ・また、まちづくりの現場では、公共空間、例えば広場の運営管理をやれる人材が不足しており、これも課題である。

○情報発信における国交省との連携の可能性について

- ・事例情報の発掘、という点に関しては、国交省の呼びかけで都市再生推進法人が集まる場があるので、これを活用して情報を集めていく、というのはいりうると思う。情報を集めるには、どのようなテーマやフレームを設けるかが重要（例えば、「プレイスメイキング」だが、プレイスメイキングは少し範囲が狭いと思う）。
- ・公共空間の質研究部会も一つだが、現在、パブリックスペースの活用を促進しようという趣旨の団体が多数、個別に生まれ始めている。また、全国まちなか広場研究会には公共と

民間、両方の分野の人が参加している。行政関係者へのネットワークとしては充実している。これらの団体やそこに所属する人々が一堂に会して情報交換するような場を国交省がつくるというのは（例えばパブリックスペースサミット）、普及啓発のスピードを上げる上で効果があるものと考ええる。

2) 「公共 R 不動産」

① 「公共 R 不動産」の概要

「公共 R 不動産」とは

(「公共 R 不動産」の WEB サイトにおける紹介より引用 下線部加筆)

使われなくなった、もしくは今後使われなくなる(使用停止)公共空間の情報を全国から集め、それを買いたい、借りたい、使いたい市民や企業とマッチングするためのウェブサイトです。

また、その再活用のアイデアや事業主体を募るシステムを持っているのが大きな特徴。行政の枠組みのなかだけでは生まれにくい発想や使い手を、市民や企業から引き出し、マッチングします。さらに、全国の魅力的でユニークな、公共空間再生の事例を紹介する役割も担います。

そこにはさまざまなノウハウや手法が存在し、それを全国で共有したいと考えています。そういう意味で公共 R 不動産は、公共空間再活用の総合的なアーカイブでもあります。

運営主体：株式会社オープン・エー（事務局運営）、R 不動産株式会社（サイト運営元）

URL : <http://www.realpublicestate.jp/>

The screenshot shows the homepage of realpublicestate.jp. The main navigation bar includes '全国のR不動産', '東京オフィス事情', '密着東京', 'Rスタジオ', 'toolbox', 'real local', 'HEADLINE', and a menu icon. The page features a search bar, a sidebar with category filters (学校, 公園/道路, 水辺, 文化/スポーツ, 役所/庁舎, その他), and a main content area. The featured article is titled '事件! 公共空間ジャック発生!' (Incident! Public Space Jacking Occurs!) and describes a project in Aichi Prefecture where public spaces were activated. It includes photos of the project site and a quote from the project team.

図 「公共 R 不動産」での公共空間活用の紹介例

②ヒアリング記録

ヒアリング日時 : 平成 28 年 2 月 18 日 (木)

ヒアリング対象者 : 飯石 藍氏 (公共R不動産運営スタッフ)、松田 東子氏 (公共R不動産運営スタッフ)

ヒアリング結果概要

○「公共R不動産」の特色や運営体制等について

- ・掲載している記事は、独自の取材と掲載依頼・紹介の両方。
- ・情報収集体制について、特段、選任の担当者を決めておらず、出張等とあわせて、取材を行っている。また、社内の定例会議において、取材すべき事例や取材方法等を共有している。
- ・メインの活用記事は、一般の人をターゲットにしており、いかに素敵な場になっているか、空気感を大切に伝えることを留意している。そこに、手続き等の内容を加えると行政的な記事になってしまい、見る側にとって重たくなるため、別に整理することを考えている。
- ・手続き等の内容については、もう少しまちづくりに関わっている方をターゲットとすることを考えている。「公共空間のとりせつ」として整理することを考えており、いくつかの事例をもとに、い手続き等の道筋をくつかのパターンにわけて、それぞれのセミモデルを整理することを考えている。最終的には、コラムとして掲載する予定である。
- ・カテゴリーとして 10 の項目を予定しており、場所や空間等で整理することを考えている。「指定管理」などの手法で整理することは、読み手にとって難しくなると思うので、まずは場所等で整理してみて、方針を決めていくことを考えている。また、事例とリンクすることでわかり易くすることを考えている。

○ユーザーに必要な情報発信の内容について

- ・事例に対する評価軸ができないか検討しているが、どの事例にも当てはまるものではないと思っている。レーティングは必要と思うが、どういった観点で行うか、誰が行うかなど、検討を行っている。
- ・コトブキが「PARKFUL (パークフル)」を立ち上げ、遊具があるか、トイレがきれいか、禁止事項が少ないかなどで評価を行っている (検索できるようになっている)。公園が対象であるため、シンプルな評価軸になっていると思われる。子育て世代のニーズもあり、最終的には、利用者であるお母さんとかに記事を書いてもらうことを目指していると思われる。

○継続的な情報発信における課題等について

- ・取材は、旅費等、経費がかかる。現在は、R不動産グループの戦略の一環として経費等を補てんしてもらっているが、基本的には独立採算が求められているため厳しい面がある。

HPに広告バナーを入れて費用を確保することも考えられるが、世界観が崩れてしまうため、記事の中に広告内容をしみこませたり、別の形で企画のサポートを行うことなどが、有効と考えている。

- ・ 情報供給を安定的にできる仕組みを模索中である。公共空間の利活用をかわっている人にライターになってほしい。特に海外のとんがった事例を掲載したい。
- ・ 都内を対象に、公民館などで公共空間の利用に関する対談（リアルな意見交換）などを行脚していくことも考えている。
- ・ 記事のもととなる情報の提供はやぶさかではない（Welcome）。記事にするかどうかは、ビジュアル的なインパクトや空間のしつらえ（「アーバン・ピクニック」など）が重要である。
- ・ 海外の記事作成にあたって、写真の利用が課題となる。フリーに使えるような仕組みがあればいいと思う。

○公共空間活用の普及における課題等について

- ・ 民間から記事に関して質問を受けることがあり、個別にメールで対応している（必要に応じて記事にも反映）。双方向で解決策を意見交換できるような場があればいいと思われる。

5. 2. 3 今後に向けて

(1) 現状の情報発信における課題や作業仮説に対する意見

公共空間の利活用に関する情報発信を積極的に行っている2つの民間機関へのヒアリング・意見交換の結果をもとに、民間機関による情報発信の現状・課題や作業仮説に対する意見を整理すると、以下のようになる。

■現段階では、魅力的な公共空間利活用事例を広く認知してもらうことが重要。

- ・現段階でわが国では公共空間の活用が可能であることや魅力的な活用例が存在していることなどがあまり認知されておらず、いずれの機関においても、それを広く知らしめることが重要であると認識されている。

■事例等の情報を継続的に発信していくための情報の調達、人材の確保が課題。

- ・現段階では、いずれの機関においても、このような情報発信の取組はまだ始まったばかりで、ある程度の頻度で情報発信を続けることが重要な段階であるため、多少の作業負荷があったとしても力を注いでいる。しかし、今後、継続的に情報発信していくためには掲載原稿を執筆するライターの数をもっと増やしていく、ライターのネットワークをつくっていくなど、体制の拡充が課題であると認識されている。
- ・運営者側の発意で原稿を作成するケースの他に、公共 R 不動産では、事例の掲載を希望するものから原稿を投稿してもらい、掲載料を受け取る方法も採用している。そのニーズが拡大していくか、コンテンツ作成上の負荷軽減につながるかを含めて、当面は様子を見たいとしている。

■事例等の魅力を伝える情報とノウハウ等を伝える情報は一体である必要はない。

- ・前節で作業仮説として作成・例示した事例シートのように、魅力的な活用事例の存在と、その効果や実現に向けてのノウハウを一体にまとめて情報発信を行うことに関しては、事例としての紹介とノウハウの提供は分けて行った方がよい、との意見を得た。
- ・その理由は、魅力的な活用事例の紹介は広く一般の人を対象に、あくまで「読み物」としての読みやすさを意識しているが、実現に向けてのノウハウ等は公共空間の利活用に関心を持つ人・実践する人が対象であるため、使い分けたほうがよい、というものである。
- ・実際に、公共 R 不動産では、公園や道路等、利活用の対象を分けながら活用する際のポイント等を解説するコンテンツの作成と情報提供に向けた準備を始めている、とのことであった。

(2) 今後の情報発信のあり方に関する提案

今回、ヒアリング調査の対象とした「公共 R 不動産」、「ソトノバ」といったサイトでは、日々新たな情報が発信されるなど、公共空間の魅力的な利活用に関して、民間の機関による情報発信が充実してきている。今後は、事例やノウハウ等の情報の蓄積や発信を国として独自に行うよりも、これらの先進的な民間機関の取組みがより活発になり、その情報発信が広く知られるよう連携を図ることが効率的である。

■ 先進的な民間機関による事例等の情報発信との連携

- ・ エリアマネジメント活動、新しい公共空間利活用事例等、全国の地方公共団体での新たな動きについて、国が把握した情報を先進的な民間機関と共有することによって、民間機関の情報を補完する。
- ・ また、情報発信の露出を高めるため、国から地方公共団体向けに行われる各種の研修や講習、セミナー等に民間機関から講師として招いたり、先進的な民間機関の情報発信の取組みを広く地方公共団体の職員等に伝えていく機会をつくること等が考えられる。

■ 実現のためのノウハウの普及のためのターゲットを絞った情報発信

- ・ 事例等を広く知らしめることと並行して、公共空間の魅力的な利活用を自ら実践することに関心を抱いた人がノウハウ等を身につけられるような情報の発信が必要である。公共空間の利活用に関心の高い人々や、まちづくりの実践に一定の経験を有する民間の担い手等にターゲットを絞り込んで、下記のような取組みを進めることが考えられる。

① ケースに応じた利活用ポイントの解説

- ・ 公共空間の利活用のノウハウをタイプ別に整理し、そのポイントを解説した資料を作成し、普及させていく。取組のハードルを下げ広く関心をもってもらうために、難しく見えないよう、堅苦しくならないように、コンテンツの量や表現の方法を工夫する必要があるため、デザインや表現方法など、民間機関のノウハウやセンスを活かして作成し、普及を図ることが効果的と考えられる。その際、国が有する情報も提供するとともに必要に応じ地方公共団体に対する周知・普及等も連携して行う。

② 情報発信サイト等での利用者とのやりとりができる運営への拡充

- ・ 質問コーナーや問合せ対応の機能など、現在、先進的な民間機関が行っている情報発信に利用者の疑問等に応えるための新たな機能を付加、充実する場合に、法令の解釈など国として必要な協力を行う。

自立的・継続的な公民連携まちづくりの
積極的推進を図るための基礎的調査

報告書

平成 28 年 3 月

発 行 国土交通省 都市局 まちづくり推進課
連 絡 先 〒100-8918
東京都千代田区霞が関 2-1-3
電 話 03-5253-8111(代表)
F A X 03-5253-1589