北名古屋広報戦略プラン
(外国人向け)

令和元年５月

北名古屋市国際交流協会

はじめに
～プラン策定にあたって～

この 4 月は、改正入管法が施行され、出入国在留管理庁が設置されるなど、新しい外国人材の受け入れ、多文化共生のための総合政策が、国を挙げて動き出しました。
このような中にあって、北名古屋も外国人との交流などの機会が増大しつつあり、「健康快適都市・北名古屋の豊かさを守りながら、外国人や外国籍市民と共生する地域をどう創っていくか」、大きなテーマとなっております。

この解決の糸口には、外国人や外国籍市民に、北名古屋の「素顔」を正しく伝え、彼らの文化を深く理解することが重要であり、そのギャップを埋める大きな力となるものが「広報」と考えています。
このプランは、今後の 10 年を見据えて、北名古屋が取り組んでいく「市民が主役となる広報」を、「どうあるべきか」「なにをすべきか」「どうすすめるべきか」という視点でとりまとめたものです。
私どもは、協会を「市民が主役となる広報」をめざす広報拠点として体制を整え、この 10 年プラン「北名古屋広報戦略プラン(外国人向け)」をもとに、「地域のこし」「地域づくり」「地域みがき」「地域じまん」を内外に発信していく考えです。
このプランが、私どもが考える「広報」を広く市民の皆様のご理解の一助となれば幸いです。

最後に、プランは、市民の皆さんの参加により「北名古屋広報戦略プラン(外国人向け)検討委員会」を立ち上げ、プランナー伊藤光弘氏のご指導のもとにとりまとめたものです。関係の皆様に心からお礼申し上げます。

令和元年５月

北名古屋市国際交流協会会長　　丹羽　幸雄

目　次

第１章　広報戦略プランの考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **2**

１　10年プランの位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **3**

（１）社会背景の変化と外国人向け広報の必要性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **3**

（２）「地域を売り込む」「地域を守る」～多文化共生社会と広報の役割・・ **4**

（３）国際交流協会による広報の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **5**

２　10年プランの戦略コンセプト（北名古屋方式）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **7**

３　10年プランの基本コンセプト・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **9**

第２章　広報戦略プランの展開案・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **10**

１　ロードマップの策定に向けて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **11**

２　ロードマップ～10年間の広報ステップ、マイルストーンの提示・・・・・・・・・・・ **13**

３　広報コンテンツの提案・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **15**

４　メディア計画～コンテンツを活かしたメディア戦略と効果・・・・・・・・・・・・・・・ **17**

５　広報ツール計画・・ **18**

第３章　広報戦略プランの推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ **19**

１　映像による発信～次年度ＤＶＤ制作ならびに今後の展開について・・・・・ **20**

２　市民参加手法～コンテンツの企画・運営、広報ツール制作への参加・・・・ **21**

３　最後に～地域社会を守り、外国人とともに歩む多文化共生都市へ・・・・・ **21**

巻末資料・・・ **22**

第１章
広報戦略プランの考え方

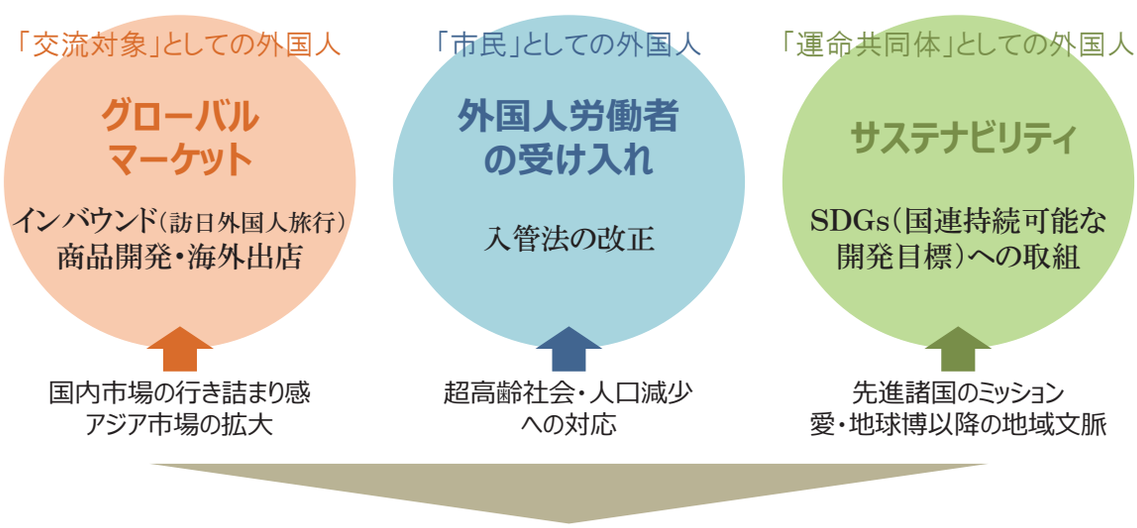
１　10年プランの位置づけ

（１）社会背景の変化と外国人向け広報の必要性

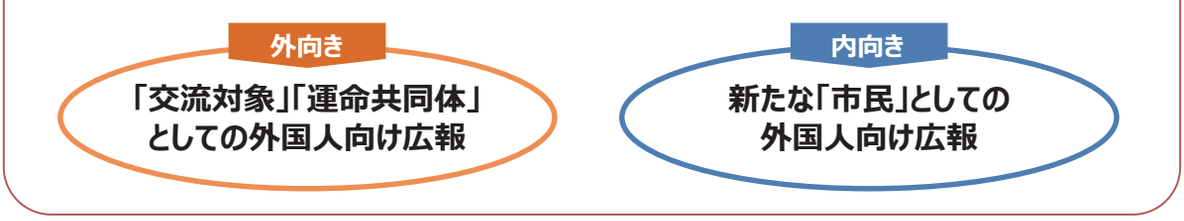
外国人とともに地域で生きる時代へ

21世紀初の国際博覧会が開かれた2005年を契機に、愛知県は国際社会における大きな課題に向き合い、そのリーダーとしての歩みをはじめました。
この動きに呼応するように北名古屋市は誕生し、旧町の歴史・風土を生かしながら新たなまちづくりを行うとともに、国際博覧会で生まれたアジアとの交流を中心に、世界とのつながりを大切にした多文化共生都市を目指しています。
いま日本は、本市誕生当時に比べ、ますますグローバル化が進展し、自治体においても国際社会における存在感が重要視されるようになりました。また、超高齢社会・少子化によって労働人口が減少するなど、外国人との関係性が大きく変わりつつあり、その対応に社会全体が舵を切ろうとしています。
2027年、愛知・名古屋にはリニア中央新幹線が開業し、そのインパクトを生かした地域づくりによって、日本ならびに世界での存在感をますます強めようとしています。この勢いを背景に、北名古屋市が快適で安全・安心なまちとしての評価を高め、国際交流協会が目指す多文化共生社会に拍車をかけるためにも、新たな10年を視野に入れた外国人向けの広報戦略をいち早く構築・推進することで、外国人と日本人が共生する地域社会の新時代モデルを発信するという、北名古屋市の意思を示すことが求められています。

諸外国ならびに外国人との主な接触機会・接触領域



外国人向け広報のベクトル

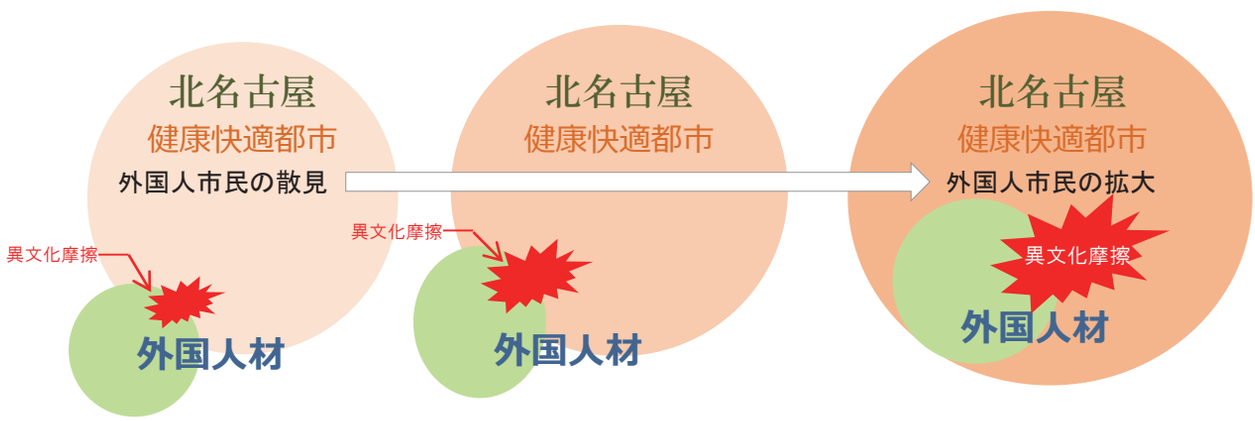


（２）「地域を売り込む」「地域を守る」～多文化共生社会と広報の役割

グローバル化、持続可能な未来に対応する「外向き広報」とともに、豊かな地域社会を守るための「内向き広報」の重要性に注目！

「諸外国・外国人に北名古屋市を知ってもらい、友好を育む」「草の根交流によって良好な関係性を築く」「ビジネスパートナーとして互いを知る」「世界が抱える課題を共に考え、行動する」等等・・・、これまでの外国人向け広報は、海を越えた相手に何かをPR・伝達するために行なわれてきましたが、外国人労働者の受け入れが本格化していくなか、新たな地域住民である外国人への「内向き広報」の重要度がますます高まっていきます。

今後10年で変わりゆく北名古屋市のイメージ



外国人市民が増えるとともに想起される異文化摩擦

豊かな地域社会での暮らしを共通の利益とし、外国人とともに地域で生きる！
日本の文化を押し付けず、諸外国の文化とともに暮らすための広報へ

本市は、健康快適都市を目指し、子どもから高齢者まで誰も安全・安心・快適に暮らせるまちを築いてきましたが、その一つひとつは市民共通の利益であり大切な資産と言えます。今後、この地域資産を外国人市民との摩擦によって失うことなく、ともに守り、発展させていくことが、多文化共生社会における大きな課題です。外国人向け広報には、諸外国に対する友好を基盤とする広報とともに、北名古屋市の素顔を伝え、多様な外国人の文化を学び、互いに認め合い譲歩するという地域文化を広報によって育んでいくことが重要と考えます。

北名古屋市のスタンスと外国人向け広報の必要性

豊かな地域社会を守りながら、外国人と共生する北名古屋市

“外国人とともに生きる時代”だからこそ、多様なギャップを埋めるために広報が力を発揮！

（３）国際交流協会による広報の位置づけ

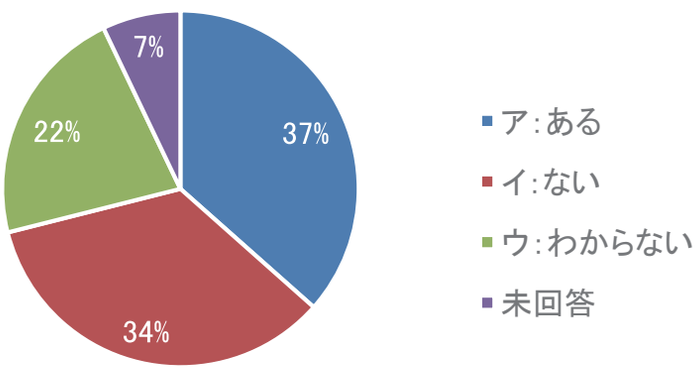
世界と地域をつなぎ、北名古屋市のまちづくりを後押しする広報戦略

冒頭で示したように、北名古屋市民が外国との交流を推進する領域は、「グローバルマーケットへの対応」「外国人労働者の受け入れ」「サステナビリティへの取組」と大きく3つに分けられますが、全市民に関わる問題としては、「外国人労働者の受け入れ」による、地域社会の変化が考えられます。こうした課題を積極的に受け入れ、広報によって解決していくことが、本市のまちづくりを後押ししていくことにつながります。

「外国人労働者の受け入れ」に関する市民意識調査

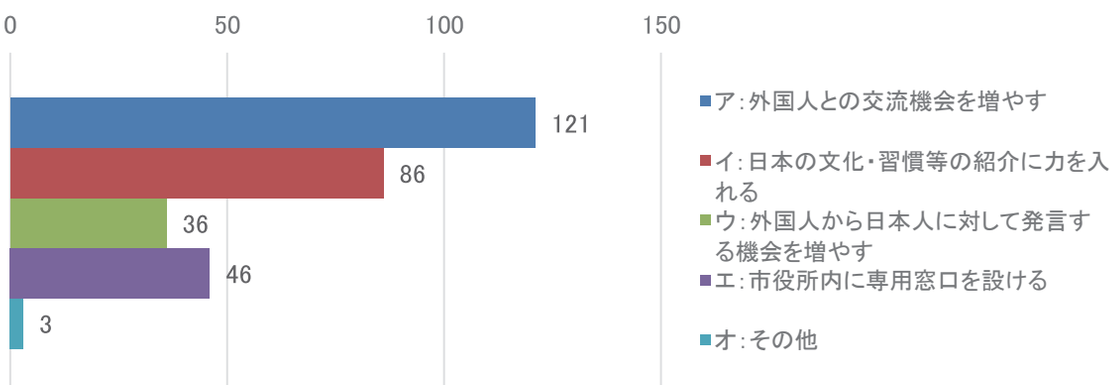
「第7回アジア太平洋フェスティバル」におけるアンケート結果から

【問4：外国人居住者が増えることで、不安に思うことはありますか】



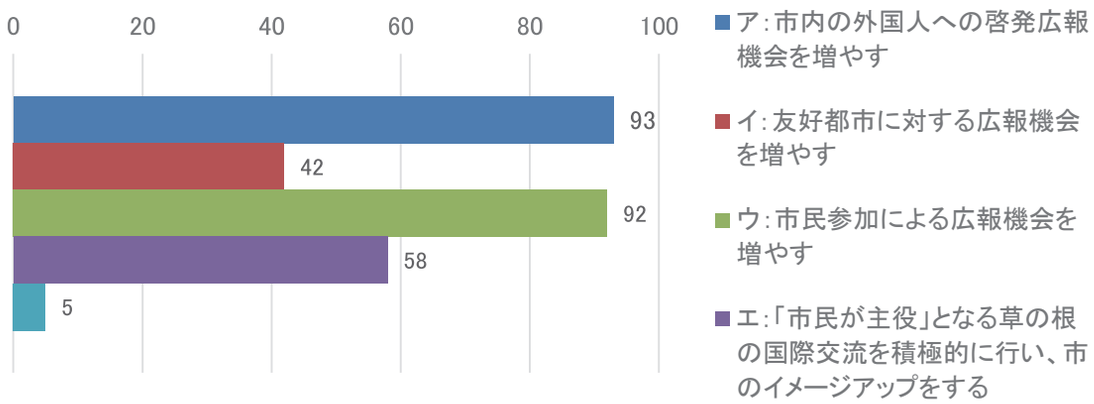
●「外国人居住者が増えることで、不安に思うことはあるか」に対し、「ある」「ない」の比率は、ほぼ同数。1／3が不安を抱えているわけですが、「わからない」を不安が「ある」方に入れ込むと、**半分以上が不安に思っているということが分かる**
※不安点は、治安、マナー・ルール、言葉によるコミュニケーションなど

【問5：不安を解消するためにできることは何だと思いますか(複数回答可)】



●「外国人との交流機会を増やす」「日本の文化・習慣の紹介に力を入れる」が不安を解消する方法ととらえている人が多い。
※上記の不安点に比し、具体的な提案は少なかった。

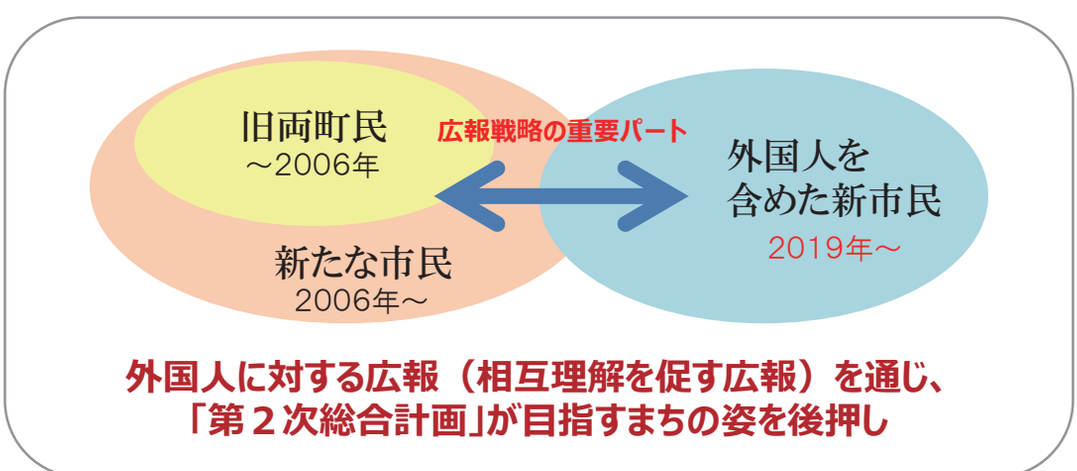
【問6：外国人向けの広報として重要な戦略とは何だと思いますか(複数回答可)】



●「市内の外国人向け広報」「市民参加による広報」が多く、対象への直接広報の重要性と市民自らがその発信者になって良い関係をつくっていきたいという気持ちが読みとれる。
※具体的な提案は少なかったが、「外国人同士の出会いの場づくり」という意見もあった。

外国人居住者に対する不安を解消するため、その当事者である市民の参加による積極的広報によって、“まちづくりをともに担う一員”として外国人市民を迎え入れる！

北名古屋市の発展は、「外国人とともに生きる時代」を避けて通れるものではなく、むしろ積極的にコミュニケーションを取ることが重要です。
国際交流協会の10年プランは、10年後を見すえた外国人とともに育つ地域の確立に資するものであり、北名古屋市総合計画にある未来のすがた「健康快適都市～～誰もがいきいきと安全・安心に暮らせるまち～」を後押しするものとして位置づけられます。



健 康 快 適 都 市
～誰もがいきいきと安全・安心に暮らせるまち～

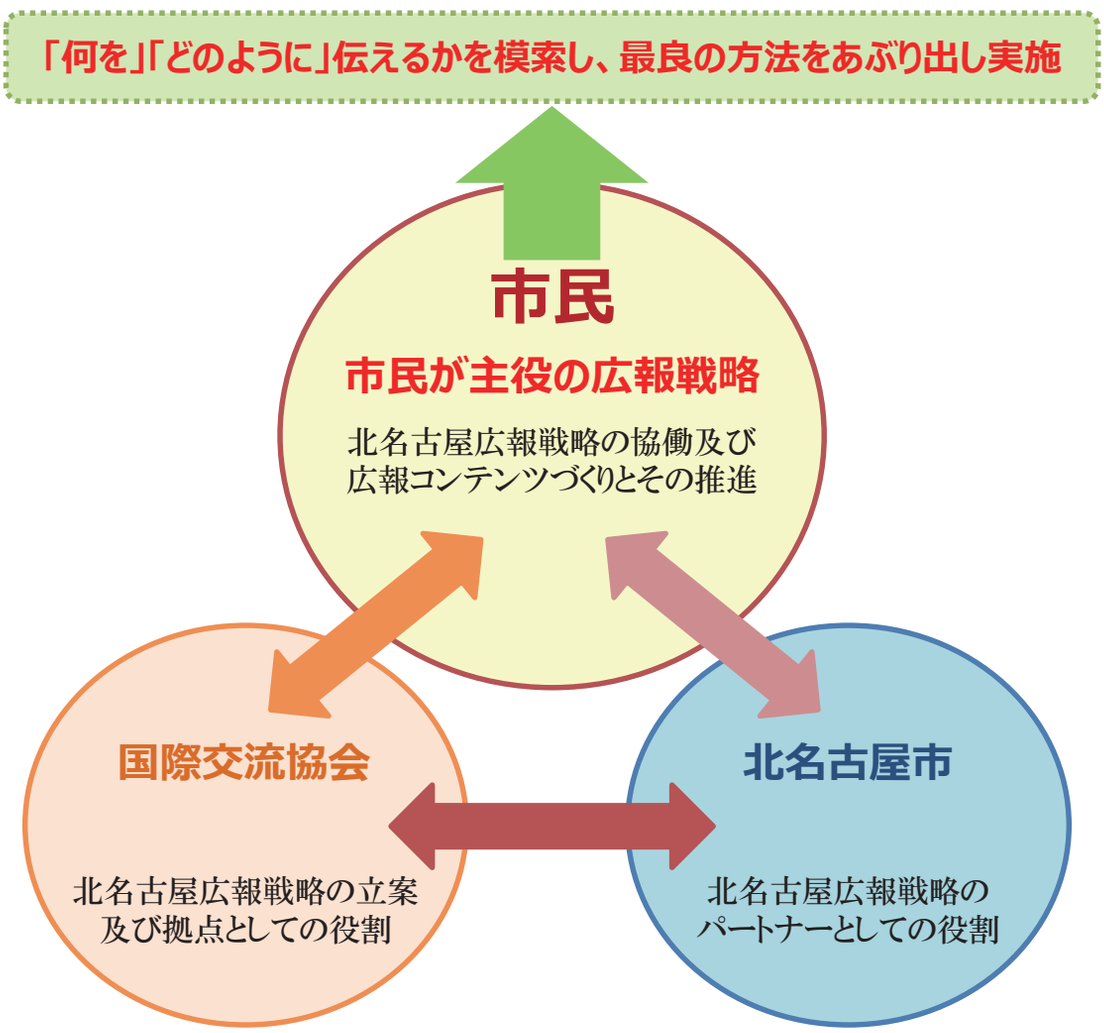
２　10年プランの戦略コンセプト（北名古屋方式）

広報コンテンツの抽出と“市民参加”による推進

国際交流の担い手は、これまで北名古屋市、北名古屋市交流協会、市民による三位一体によるもので、どの主体が欠けても成り立たないものだったといえます。今後、それぞれの役割はさらに重要度が増すものと考えられるため、10年プランにおいては、それぞれの役割を明確にしたうえで、外国人に対し、「何を（広報コンテンツ）」「どのように（広報手法）」伝えるのか、またそれをどの領域で行うのかを整理する必要があります。

１０年プランの推進＝北名古屋方式

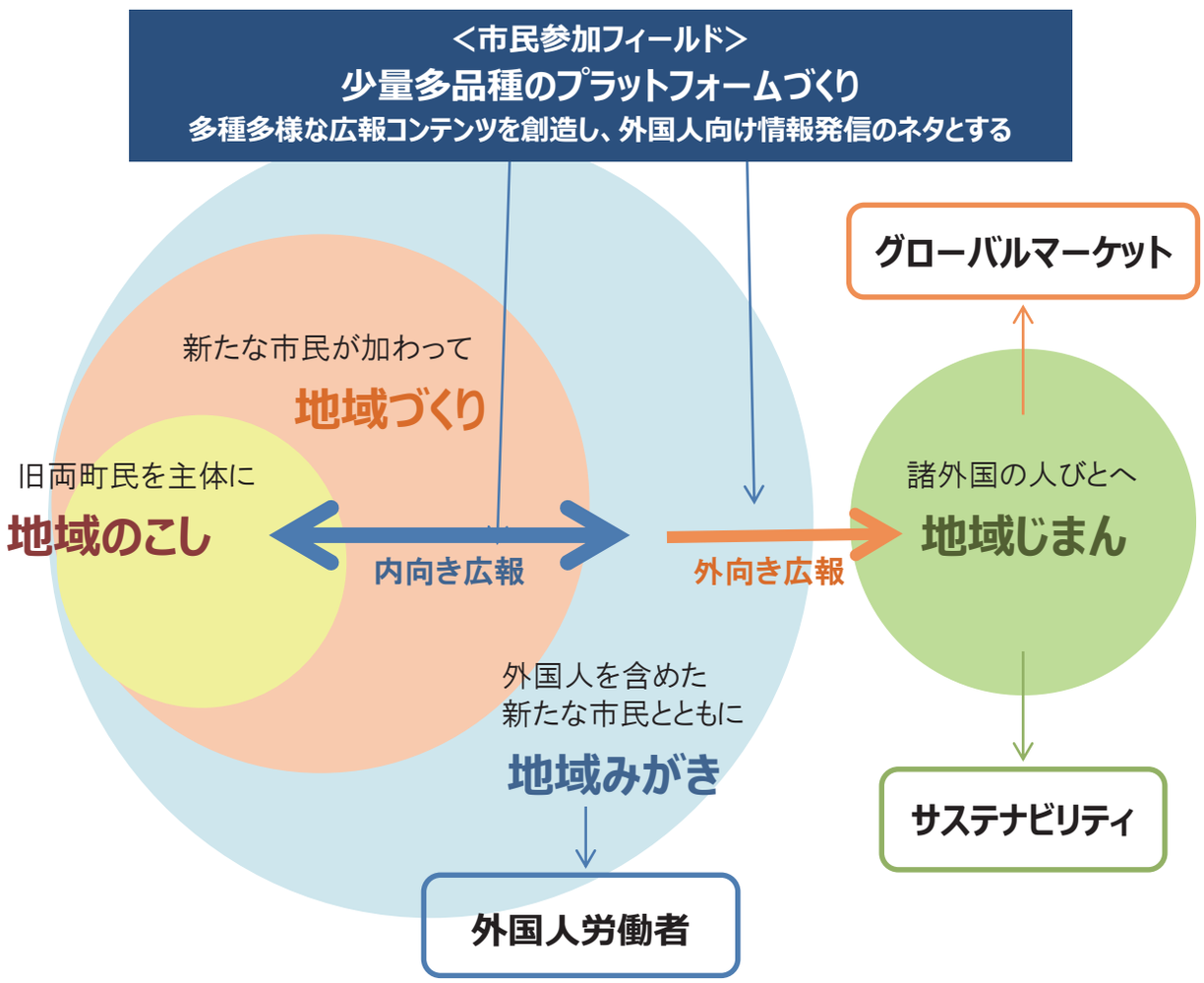
市民参加によって、「何を」「どのように」伝えるかを検討・企画・実行する！



外国人とともに生きる「市民」が自ら広報の担い手になり、多様なコンテンツづくりを行なうことで、多くの市民が広報マンとしての活動を行ないます。
そうすることで、広報効果を肌で感じとり、改善策を自ら考案し実践する好循環が生まれます。

「北名古屋方式」の事業推進構造

市民参加によって、「何を」「どのように」伝えるかを検討・企画・実行！



市民参加は少量多品種型＝誰でも、どこからでも始められる

２０２９年に向けた事業推進ポイント

外国人と市民が出会う機会が増えることから **これまで以上に「市民参加」を強化**

少量多品種のプラットフォームづくり
多様な「市民」がリーダーとなり、テーマ型コミュニティや各種取組を推進。北名古屋市の資産（例えば大学など）を積極的に活用

外国人向け広報活動を市民が主役となって推進！ **多文化共生都市の実現へ**

市民はもちろん、企業や教育機関の力を借りながら、多彩なコンテンツの立案とそれぞれのコンテンツにおける市民リーダーの発掘を並行して実施。地域にインパクトを与える外部人材・ファシリテーターなども登用し、市民のポテンシャルを引き出します。

３　10年プランの基本コンセプト

市民参加による広報が目指すべき姿とその手法

「地域を売り込む＝外向き広報」「地域を守る＝内向き広報」の両輪を視野に入れながら、10年後の本市の姿をイメージし、外国人市民とともに地域力を高めていくための広報とはどうあるべきかを、全市民が共有する広報コンセプトとして以下に設定します。

【事業目標】

市民が主役となって推進する多文化共生都市の実現

【広報戦略手法】

諸外国・外国人とのつながりをデザインし、新たな地域価値を創出する

【展開方針】

①地域の魅力を発掘し、外国人との多彩なつながりをデザインする

②地域の資産と資産をつなぎ新たな価値を創出し諸外国にアピールする

③アジア競技大会（2026年）の開催を、地域とアジアをつなぐ新たな資産として生かす

④ＳＤＧｓへの貢献を視野に、諸外国との協働によって新たなつながりを創る

⑤外国人市民のＳＯＳを見逃さないためのプラットフォームを構築する

アジア競技大会について

アジア競技大会は、4年に1度開催されるアジア最大のスポーツの祭典です。アジア・オリンピック評議会（OCA）が主催し、アジアの45の国と地域が参加します。スポーツを通じ、アジアの恒久平和に寄与したいとの願いを込めて、インドのネルー初代首相が1951年に提唱。アジアぱら競技大会も決定し、2026年、愛知・名古屋全域で開催されます。

SDGsについて

SDGs（エスディージーズ）は、Sustainable Development Goalsの略称です。国連加盟193か国が2030年までに目指すべき17の目標（貧困、ジェンダー、環境問題など）が設定されています。

第２章
広報戦略プランの展開案

1　ロードマップの策定に向けて

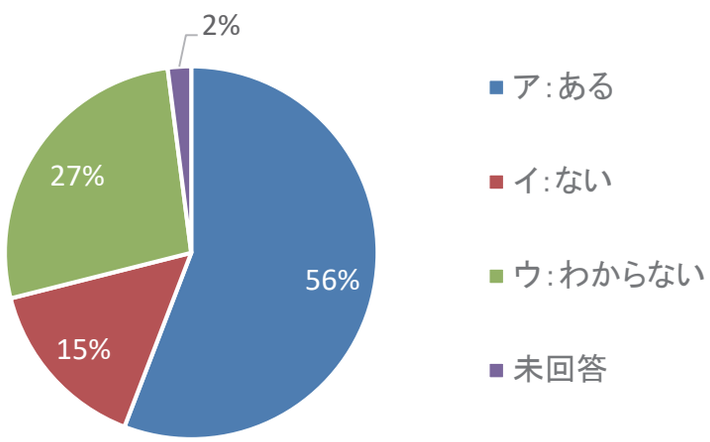
「何を」「どのように」伝えるか。その発掘・整理からスタート！

諸外国の人びと及び日本で働き学ぶ外国人に対し、北名古屋市が何を、どのように伝えるのか、その結果、10年後にどんな北名古屋市になっていたいのかを市民と共有するため、アンケートを実施。

「外国人労働者の受け入れ」に関する市民意識調査

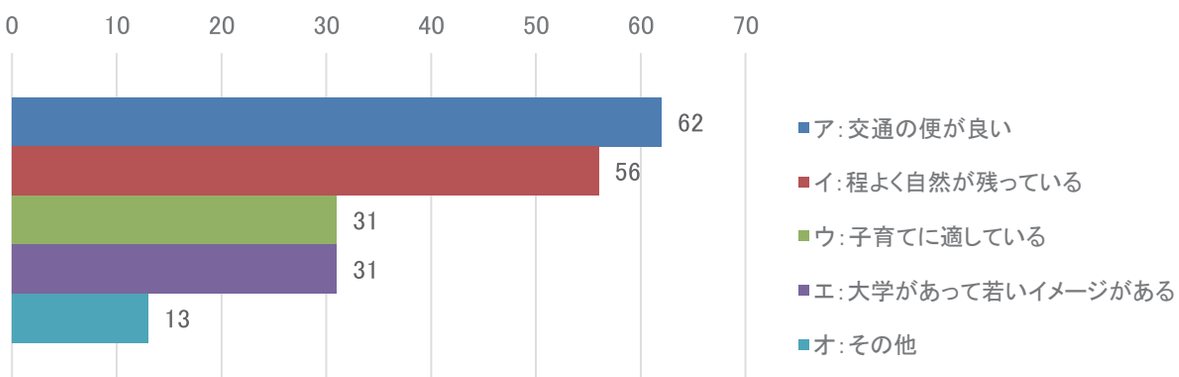
「第7回アジア太平洋フェスティバル」におけるアンケート結果から

【問１：外国人に紹介したい北名古屋市の良い点・良い所など】



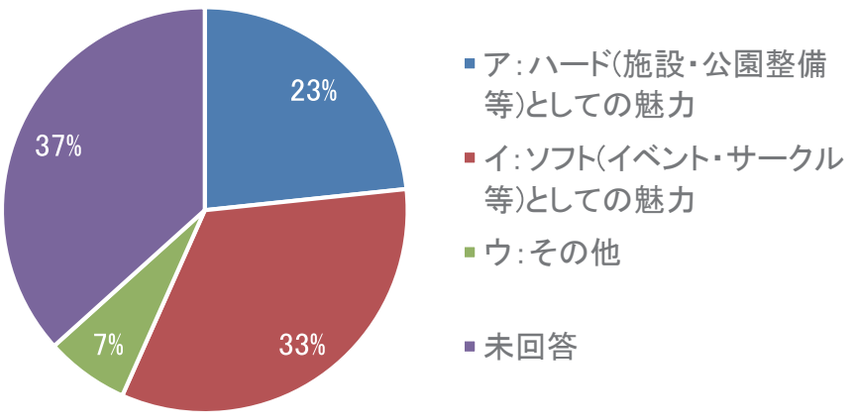
●「外国人に紹介したい良い所・良い点」は、半数以上の人が「ある」と答え、北名古屋市の良さを認識している人の多さを感じる。「わからない」と答えた3割弱の人も加え、「何」を発信していきたいかを市民参加によって再発見する取組によって、隠れた良さをあぶり出すことができそうだと感じる。

【問２：問1で「ある」とお答えの方は、何を紹介したいかを教えてください(複数回答可)】



●住環境に関する良さが上位。イメージとしては、芸大の存在が大きいようだ。回想法、歴史資産、国際交流機会の多さなどのキーワードをあげる人も多かった。

【問3：問1で「ない」とお答えの方で、市の魅力づくりに対するアイデア等があれば教えてください】

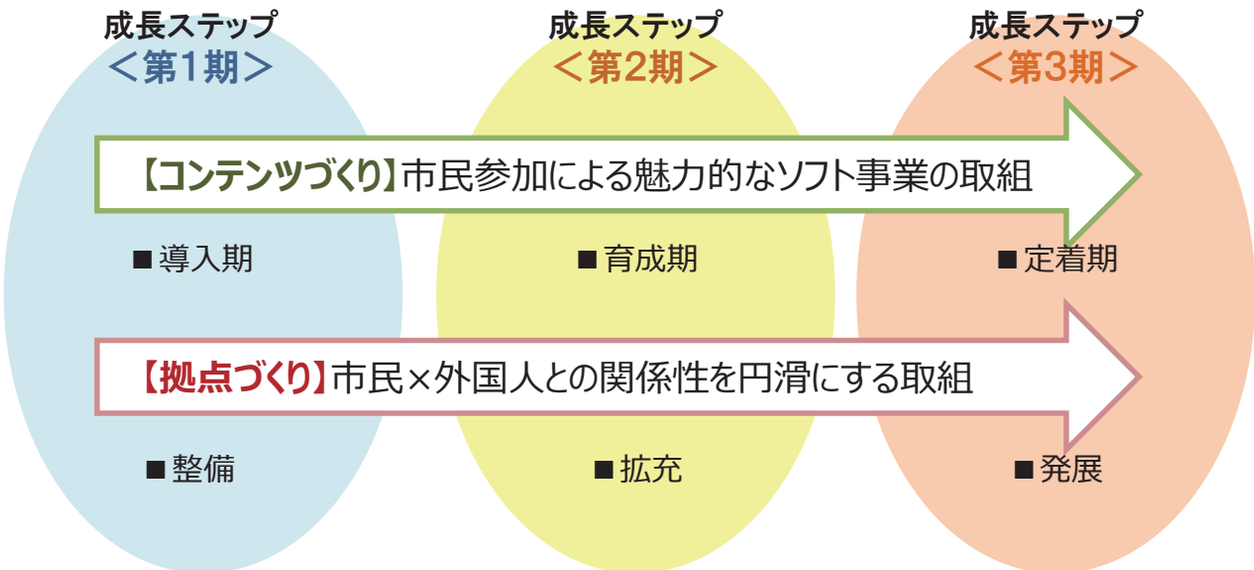


●新たな市の魅力創出については、ハード、ソフトの充実がそれぞれ3割程度。未回答の方が4割近くあったように、具体的なイメージは持っていない人が多いようだ。

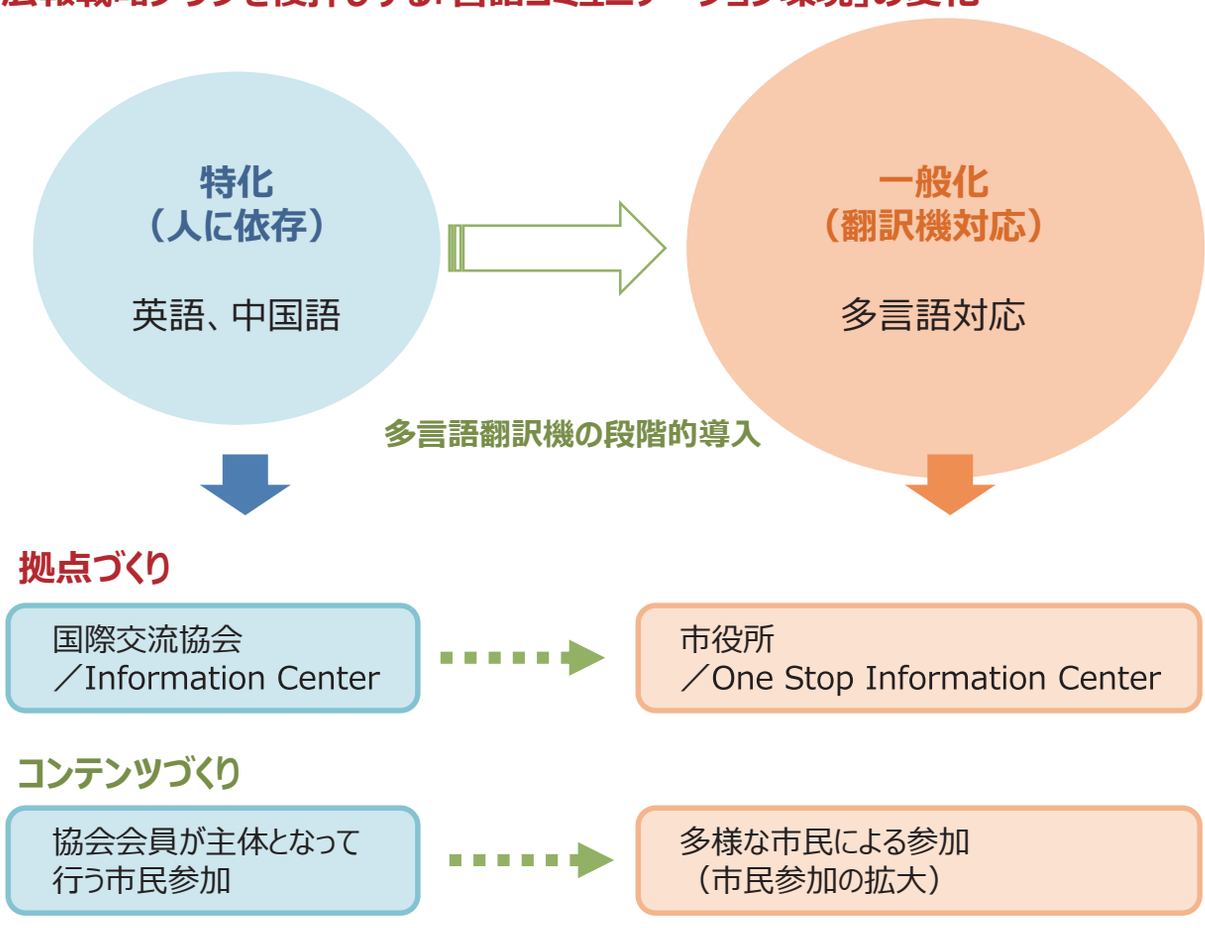
市民の意向を受け留めながら、10年後を見すえた新たな外国人とのより良い関係構築を行なうため、10年間を3つの成長ステップに分類し、**広報を担う市民参加によるコンテンツづくり**（ソフトによる魅力度アップ）、**広報の推進窓口としての拠点づくり**（市民参加を後押しし、外国人との共生を推進する窓口）」によって、広報のタネを育成すべきと考えます。
具体的なイメージは、事項にて提案します。

２　ロードマップ～10年間の広報ステップ、マイルストーンの提示

■10年間の広報成長イメージ



■広報戦略プランを後押しする「言語コミュニケーション環境」の変化



【コンテンツづくり】市民参加による魅力的なソフト事業の取組

２０１９年～	２０２２年～	２０２６年～
■第１期／導入 資産の発掘・整理 広報コンテンツの実施	■第２期／育成 広報コンテンツを生かした 積極的な広報	■第２期／定着 成果の継承・発展
●シンボルコンテンツ **「外国向けＤＶＤの制作」** 映画監督の堤幸彦氏と地元大学生が参加する堤ゼミナールの協力による映像制作。（詳細は後述） 市民参加により企画・制作・出演を行ない、その総体を広報価値としてメディアに提供。 市民参加のエンジンとして、名古屋芸術大学に参加いただくとともに、国際交流協会から多様な市民参加を得る。 **●サブコンテンツ** 「アジア競技大会」「ＳＤＧｓ」に対する市民取組を抽出し、実施手法を検討。可能なところから着手。	**●シンボルコンテンツ** **「フィルムコミッションの設立」** 堤幸彦監督との縁を継承し、北名古屋市でフィルムコミッションを設立。観光地である必要がないフィルムコミッションは、まちの隠れたチカラ（場所、人など）を顕在化する可能性を秘めている この取り組みを広範な市民によって立ち上げるとともに、外国との交流による波及効果を狙う。 **●サブコンテンツ** 「あいちトリエンナーレ」のパートナーシップ事業を名古屋芸術大学と実施。アジアの芸術家を招へいするレジデンス（滞在型制作）を行ない市民交流を深める。	**●シンボルコンテンツ** **「アジア競技大会」「ＳＤＧｓ」** **そしてリニア開業後を意識** 広報戦略実施から１０年間の成果を北名古屋市の財産としていく活動を行ない、リニア開業以降の存在感を高める。

【拠点づくり】市民×外国人との関係性を円滑にする取組

２０１９年～	２０２２年～	２０２６年～
■第１期／整備	■第２期／拡充	■第３期／発展
●協会を広報拠点とする **●外国人SOSセンター** **多言語翻訳機の導入**	**●フィルムコミッションの運営**	**●インフォメーション・センター** **整備**

３　広報コンテンツの提案

外国人の心に響くコンテンツを市民とともに立案し実施する

広報における重要ポイントは、「発信したい事柄がメディアにとって価値ある内容かどうか（情報価値）」という点と、「その情報がターゲットにしっかり届くかどうか（媒体価値）」という点の2つの価値を作り上げ、見極めることにあります。
ここでは、「情報価値」に軸足を置き、「グローバルマーケット」「外国人労働者」「SDGs」という3つの広報領域において、どんなコンテンツが構築できるのかの方向性を示し、今後市民参加によって情報価値の高いコンテンツが企画・実施される足掛かりとします。

グローバルマーケット

■諸外国向けＤＶＤ制作（前頁にて紹介）
【外部刺激】堤幸彦監督＆東海アクションプロジェクト
【市民参加】国際交流協会有志×名古屋芸術大学、他

■「アジア競技大会」を活かした地域活性化策

①子どもを対象としたアジア各国とのスポーツ交流
【外部刺激】アジア競技大会愛知・名古屋組織委員会
【市民参加】国際交流協会有志×スポーツ指導者×市内企業、他

②アジア版「Sport For Tomorrow」の実施
東京2020において、開発途上国を中心とした100カ国・1000万人以上を対象に推進されるスポーツ国際貢献事業のアジア版を企画
【外部刺激】アジア競技大会愛知・名古屋組織委員会
【市民参加】国際交流協会有志×スポーツ指導者×市内企業、他

③アジアのアーティストによるアーティストインレジデンス（市内滞在型作品制作）
名古屋芸術大学との連携により、アジアのアーティストを招へい。市内の子どもたちとのワークショップなどを企画し、市民に対しアジアンアートの魅力とは何かを訴求
【外部刺激】あいちトリエンナーレ実行委員会
【市民参加】市民参加×名古屋芸術大学、他

■北名古屋市フィルムコミッションの設立
ＤＶＤ制作によって構築された堤監督との縁を活かし、外国人も参加できる市民主導によるフィルムコミッションを設立。国内の映像制作会社へのプロモーションの他、海外の制作会社へのアプローチを行ない、当地域への関心を高めます。
【外部刺激】堤幸彦監督＆東海アクションプロジェクト
【市民参加】国際交流協会×北名古屋市×北名古屋市商工会、他

外国人労働者

■外国人の力を活用したテーマ型コミュニティの開発

【市民参加】外国人居住者×国際交流協会有志×多様な市民、他

■「外国人が住みたくなるまち」をテーマとした映像制作

外国人が住んでみたくなる要素を詰め込み、かつ外国人に理解して欲しい日本のルールを随所に差し込んだおもしろＰＲ映像を制作し、ネットを活用して発信。
【外部刺激】堤幸彦監督＆東海アクションプロジェクト
【市民参加】国際交流協会有志×名古屋芸術大学、他

■アジア競技大会　非公式競技「コマ対戦　アジアカップ（仮称）」

コマのまち・北名古屋をアピールする新たなチャレンジ事業として2026年のアジア競技大会を視野に、連携事業として実施。
市内の外国人居住者に参加していただき、母国との連携も含め、アジアカップとして開催することで発信力を高めます。
【市民参加】コマ対戦連携事業実行委員会×外国人居住者

SDGsへの取組

■アジアンキッズと“はつめいキッズ”

2020年から小学校プログラミング教育必修化を視野に入れながら、発展途上のアジア諸国の子どもたちとともに「発明」することの楽しさや学びの面白さを共有。名古屋芸術大学がある利点を生かし、
科学技術にアートを加えたSTEAM教育をベースに実施します。
【外部刺激】NPO法人CANVAS
【市民参加】北名古屋市少年少女発明クラブ×名古屋芸術大学、他

■堤ゼミ「SDGｓフォーラム（仮称）」への参加

県内の大学の横断的組織として堤幸彦氏が立ち上げた堤ゼミナールに名古屋芸術大学が参加。2019年度からの継続的なテーマとして予定されている当該フォーラムに関与すると同時に、北名古屋市としてどんな取り組みができるのかを市民とともに検討して実施します。
【外部刺激】堤幸彦監督＆東海アクションプロジェクト
【市民参加】名古屋芸術大学×市民参加、他

■「食」×「子育て」⇒「ワールドこども食堂」（仮称）

子育てに良いまちという市民評価を背景に、地域を代表する食関連企業などの協力を得ながら、外国人の子ども、地域の子どもたちが交流できる「こども食堂」を実施。諸事情で一人でご飯を食べることが多い子どもたちなどを定期的に招きます。

４　メディア計画～コンテンツを活かしたメディア戦略と効果

外国人と市民、そして市外の3方向を意識したメディア計画

市民参加を主体とした各種広報コンテンツは、それ自体が諸外国ならびに日本に住む外国人コミュニティに口コミやSNSなどによって拡散していくパワーがあるものです。その力は、多様なメディアを通じた発信が加われば さらに高まり、北名古屋市の評価もアップします。
メディア計画においては、その評価の源泉である「外国人」はもちろん、「北名古屋市民」にも向けられ、市に対する信頼を勝ち取るとともに、「市外の人びと」も意識した展開とし、圏域全体さらには全国からの評価を獲得することを意識します。

メディア対策の切り札

10年プラン「ファクトブック」の制作

ファクトブックとは、企業や団体がメディアに対して自社や自社の製品、サービスを理解してもらうための報道基礎資料のことです。企業の沿革や業績、トップの経歴などデータ（ファクト＝事実）を中心に構成します。広報をきちんとしている企業では制作されている資料ですが、認知度としてはまだまだ低く行政が制作することは、これまでまれでした。
事案ごとのプレスリリースでは、ニュース記事として扱われることはあっても、大きなニュースなどが入ると紹介されない場合もあります。その点、ファクトブックは、メディアへの情報提供を市の将来像とともに、その道筋や領域なども含めて伝えることができ、メディアの都合に合わせ、取材を受けられる元データとなります。
10年プランのスタートに合わせ、国際交流協会と市の広報が連携してファクトブックを作成し、かつ新たなファクトが誕生するなどの節目をとらえファクトブックを更新し、幅広いメディア（既存メディア、ネットメディアなど）に常にアプローチすることで結果を出していきます。

北名古屋市のファクトブックは、「ブランドブック」の進化系！

ブランドのコンセプトやビジョンを社内(社員)に理解・浸透させることを目的として制作・配布する小冊子のことをブランドブックといいます。10年ほど前から、シティプロモーションの一手法として全国の自治体が発行するようになりました。地域ブランドを、市民とともに発見しながら、対外的に発信していくというものです。
北名古屋市においては、シティ・ブランドを、これまでの資産の中から発掘すること、また、今後の取り組みなどによって作られていくもの、その両輪によって構築していく必要があります。
10年プランは、こうしたブランドづくりの取組と足並みをそろえて推進し、そのプロセスで生まれたファクトを掲載し、広報資料としていくファクトブック化するという流れが求められます。
「ブランドブック」⇔「ファクトブック」の両面を意識し、ブランドブック型のファクトブックを制作し、市のアイデンティティを確立していきます。

ブランドブック
北名古屋市のシティ・ブランドとは何か？
シティプロモーションの重要な広報ツールとして一部の自治体が発行しています。
※富士市、岡崎市、伊勢原市、町田市など

×

ファクトブック
ブランドを形成する市の資産とは何か？
資産＝ファクトを抽出し整理する
ファクトブック制作の動きも始まっています。
※飯田市の他、一部の市町で制作中

→ ？

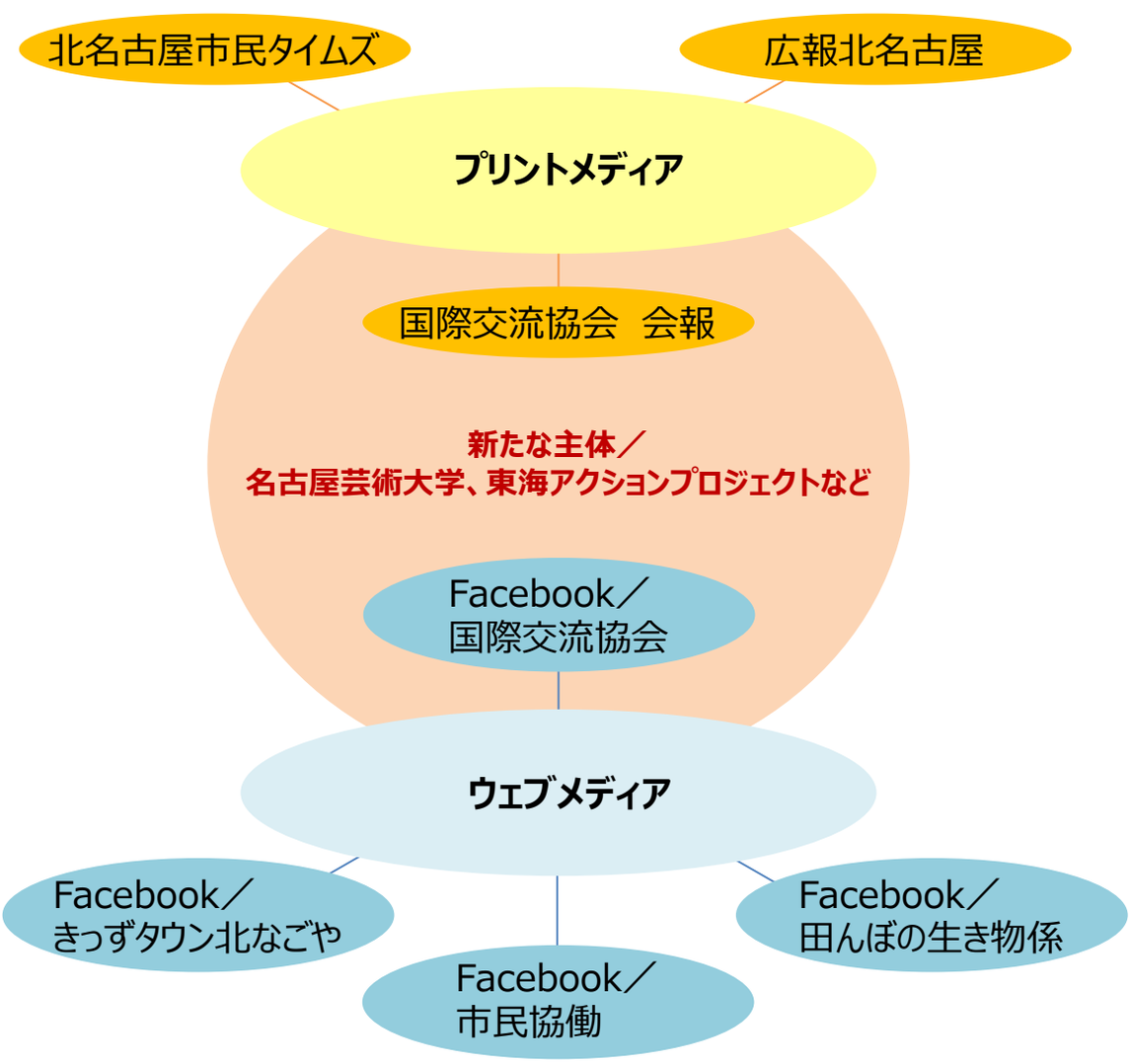
外国人と市民がともに創る
北名古屋市ならではの
ファクトブックを考える！

5　広報ツール計画

外国人を含む市民向け広報の見直し～市民参加を意識したツール制作

外国人向け広報戦略のねらいは、諸外国・外国人への北名古屋市紹介であることはもちろんですが、市の考え方や各種の取組に対する市民の理解が同時に必要となります。この点に配慮し、インナー向け広報を見直し、市民が市民目線で語り掛けられる広報へと舵を切る必要があります。
特に、外国人労働者が増大していく今後の北名古屋市を考えた場合、市民と外国人の文化的ギャップを解消する決め手が広報となります。
以下、これまでの広報ツールの見直し、新規ツールの検討も含め市民参加を意識した広報の手法を提案します。

既存広報ツール×新たな主体との連携…市民参加の新たなプラットフォームへ
多様な主体との連携により広報そのものを運動体へとシフト



第３章
広報戦略プランの推進

1　映像による発信～次年度ＤＶＤ制作ならびに今後の展開について

外からの目を生かした北名古屋市の紹介と市民の参加

すでに紹介した通り、諸外国の皆さんに北名古屋市を紹介するDVD制作については、映画監督の堤幸彦氏に参加いただき、多様な市民とともに北名古屋市の魅力を発信します。
この機会を、市民参加による10年プランの第1歩と位置づけ、北名古屋市の資産を洗い出し、制作過程を通じ市民と共有することで、次のステップへとつなげていきます。

今後の推進イメージ

堤幸彦監督による北名古屋市視察
＜市の資産の確認＞

堤氏主宰による東海アクションプロジェクトによる継続的な関与の確認

↓

東海アクションプロジェクトからDVDイメージの提案
＜市民参加の手法もあわせて提案＞

↓

東海アクションプロジェクトが関与する地元情報番組への協力
＜市民参加による番組への協力＞

↓

堤幸彦氏が名古屋芸術大学で特別講義（2019年度～）
＜学生×市民によるプロジェクトの実施／外国人との共生を意識＞

↓

東海アクションプロジェクトの協力によるフィルムコミッションの検討

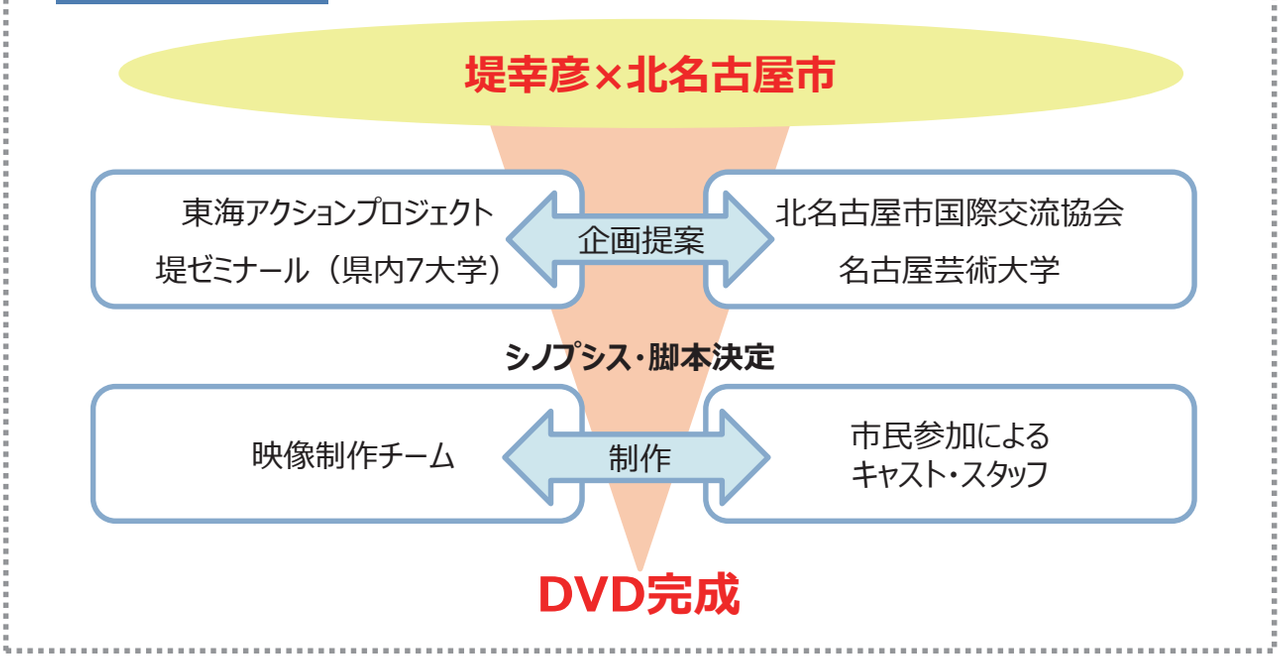
DVD制作のプロセスを通じ、北名古屋市の「何を」「どのように」伝え、魅せるのかを発掘。
なお、この取り組み自体が、大きな広報価値を持つコンテンツとなります。

2　市民参加手法～コンテンツの企画・運営、広報ツール制作への参加

DVD制作を契機に、10年プランへの市民参加を本格化

外国向けのDVD制作は、北名古屋市の資産を市民とともに再発見する絶好の機会となります。本プランに対する市民からの合意を皮切りに、資産の発見に基づいた新たな広報コンテンツの立案・実施、広報ツールの制作などを市民参加によって推進します。

DVD制作イメージ



3　最後に～地域社会を守り、外国人とともに歩む多文化共生都市へ

2020年代は、日本にとってこれまで以上に、世界と向き合い、世界の中で生き抜くことが求められる時代となるでしょう。今回の10年プランは、こうした時代に背を向けることなく、世界に対し積極的に扉を開き、行動することによって、新たな多文化共生モデルを地域から発信していくことを強く意識したものです。

根底には、地域の文化や安心・安全な暮らしを守ることにあります。諸外国の皆さん、外国人居住者の皆さんには、こうした有形・無形の資産を、私たち同様、愛着を持って受け入れていただき、それらを享受する当事者として、ともに生きていく仲間となっていただけるよう広報していくことを重視しています。

広報プランの主役は市民であり、“多様な市民のチカラ”が生かされるコンテンツづくりが、その原資となります。10年プランの先を見すえ、外国人の皆さんとともに暮らせる、すこやかで快適な北名古屋市としていくため、広報という舞台で皆さんの力を十二分に発揮してください。

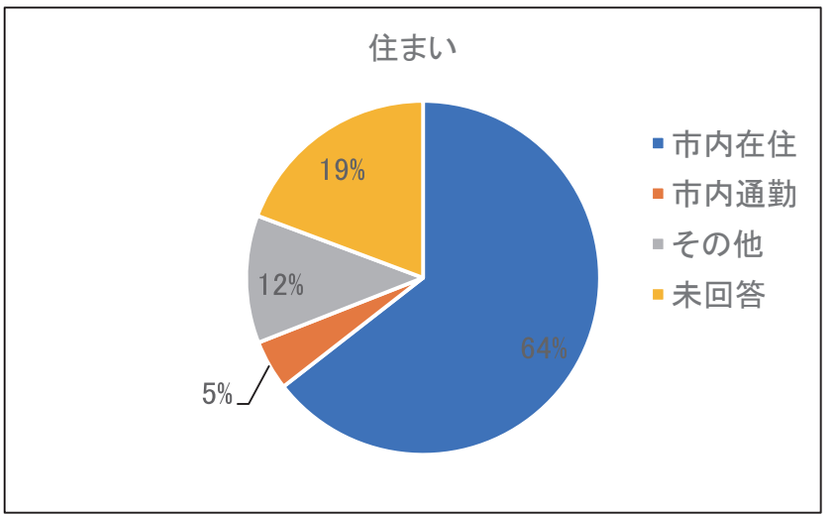
巻末資料

■アンケートデータ

広報素材に係るアンケート

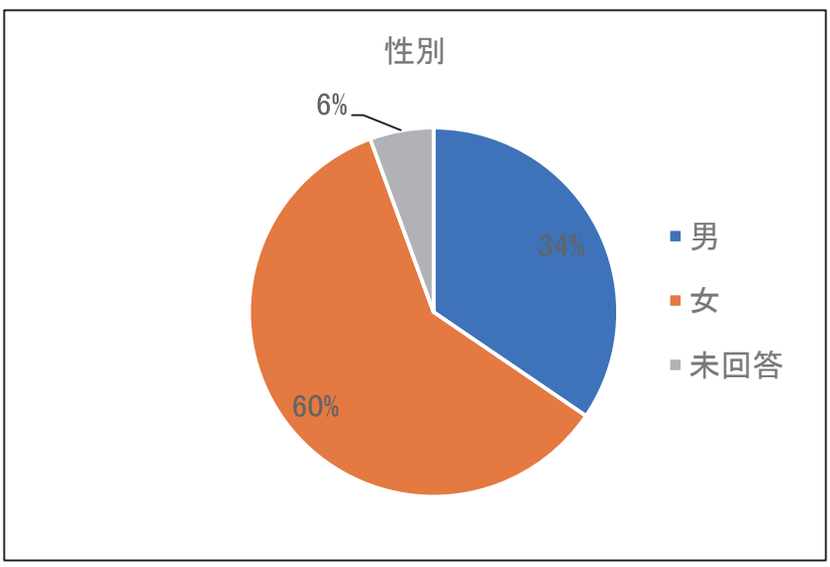
■アンケート参加者

住まい	回答数	割合
市内在住	127	64.5%
市内通勤	9	4.6%
市内通学	0	0.0%
その他	23	11.7%
未回答	38	19.3%
全体	197	100.0%



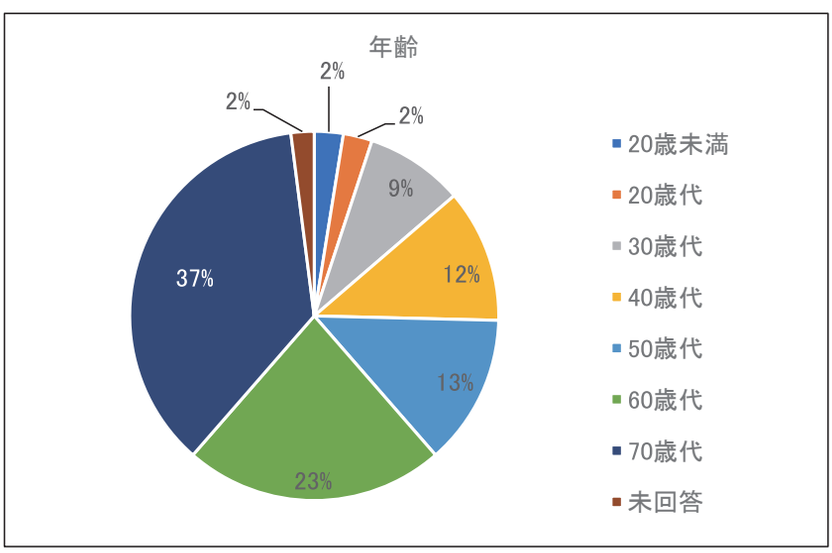
■男女比

性別	回答数	割合
男	68	34.5%
女	118	59.9%
未回答	11	5.6%
全体	197	100.0%



■年齢別

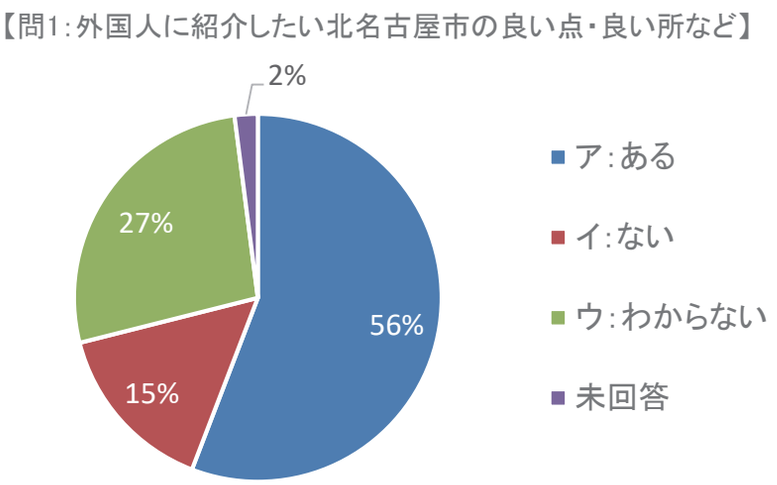
年齢	回答数	割合
20歳未満	5	2.5%
20歳代	5	2.5%
30歳代	17	8.6%
40歳代	23	11.7%
50歳代	26	13.2%
60歳代	45	22.8%
70歳代	72	36.5%
未回答	4	2.0%
全体	197	100.0%



■アンケートデータ

【問１：外国人に紹介したい北名古屋市の良い点・良い所など】

項目	回答数	割合
ア:ある	110	55.8%
イ:ない	30	15.2%
ウ:わからない	53	26.9%
未回答	4	2.0%
全体	197	100.0%



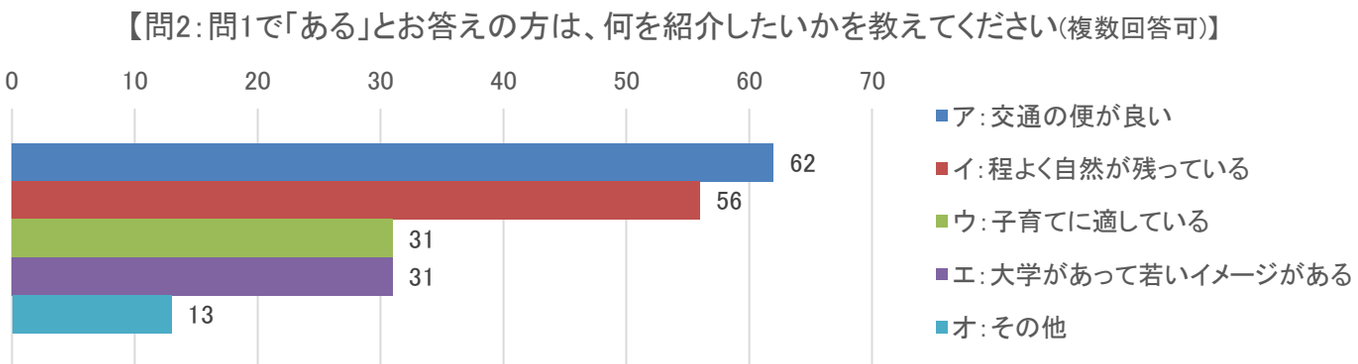
「わからない」とお答えの方はその理由をお書きください

	性別	年齢	内容
1	女	70歳以上	図書館・文勤←その国相手のやく本をして。
2	男	50歳代	高田寺
3	男	60歳代	在居していない
4	女	40歳代	北名古屋に来て間もないから
5	女	50歳代	北名古屋市在住ではないため
6	女	40歳代	地域のイベントに参加していない
7	男	70歳以上	市外につき情報乏しい
8	未回答	60歳代	文勤のからくり時計
9	男	70歳以上	情報が無い
10	女	50歳代	今回が初めての北名古屋市
11	女	20歳代	暮らしやすい市
12	男	70歳以上	先進都市と比べて無いと考える
13	男	50歳代	市外在住のため
14	女	70歳以上	北名古屋市のことが良く分かっていない
15	男	70歳以上	場所？人柄？

■アンケートデータ

【問2：問1で「ある」とお答えの方は、何を紹介したいかを教えてください(複数回答可)】

項目	回答数
ア：交通の便が良い	62
イ：程よく自然が残っている	56
ウ：子育てに適している	31
エ：大学があって若いイメージがある	31
オ：その他	13
未回答	80



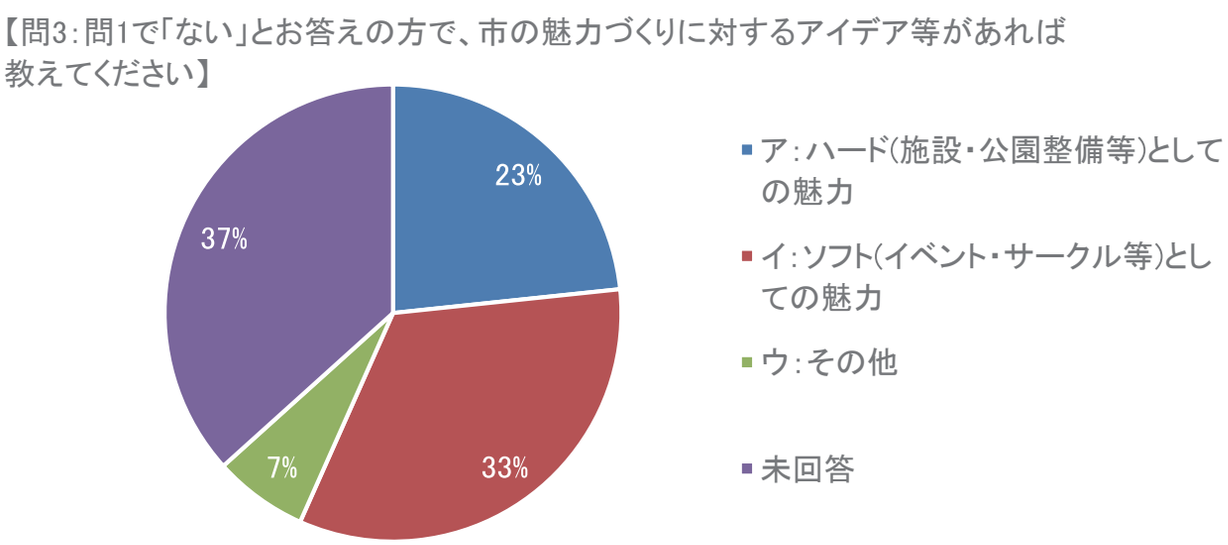
具体的な場所、良いと思うところなどがあればお書きください。

	性別	年齢	内容
1	女	50歳代	加藤家や歴史　文勤の人形演奏
2	男	50歳代	健康ドームがある
3	女	40歳代	文勤
4	男	50歳代	文化財(高田寺)
5	女	40歳代	歴史
6	男	40歳代	回想法
7	女	60歳代	買い物する場所が多く住みやすい
8	女	20歳代	国際交流に関心のある人が多い。英語をはじめ外国語を意識した教育。アジア圏への派遣事業、イベントがある！
9	女	40歳代	特産物のイチジク
10	女	30歳代	田んぼアート
11	女	50歳代	音楽にあふれている、管弦楽団など
12	男	60歳代	生活し易い ・買い物 ・名古屋市に隣接する割に土地価格が安い ・医療機関多い
13	女	30歳代	お年寄りに優しいイメージがある
14	男	70歳以上	人の和、交流。 スポーツ・文化・ラジオ体操・色々地域の活動に参加できる
15	男	40歳代	一日加藤家で和の雰囲気を味わってもらう

■アンケートデータ

【問3：問1で「ない」とお答えの方で、市の魅力づくりに対するアイデア等があれば教えてください】

項目	回答数	割合
ア：ハード(施設・公園整備等)としての魅力	7	23.3%
イ：ソフト(イベント・サークル等)としての魅力	10	33.3%
ウ：その他	2	6.7%
未回答	11	36.7%
全体数	30	100.0%



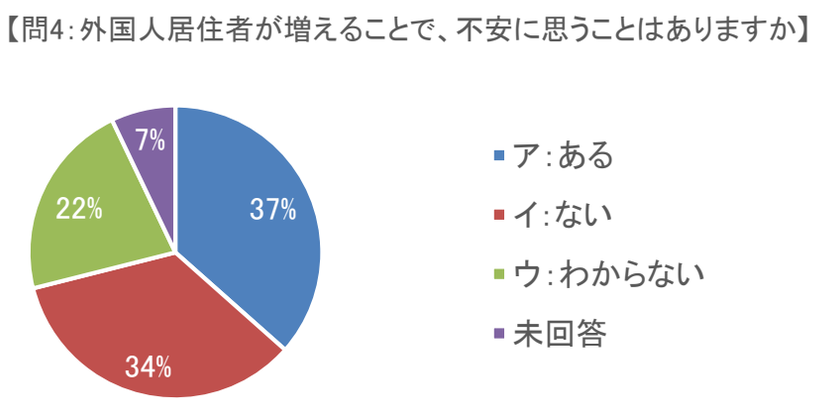
具体的なアイデアがあればお書きください。

	性別	年齢	内容
1	女	60歳代	ウ：アジアンフェスタ、ふれあいフェスタ
2	男	60歳代	ア：市内所在　文化財
3	男	60歳代	記述があるが読めない
4	女	30歳代	お寺
5	女	20歳代	ア：図書館での外国語読み物・実用書 イ：各施設・サークル一体となった取り組み ウ：日本語教室への職員参加・見学など 北名古屋市在住・在勤者との接点を作る ⇒困っていることを知り、より良いサービスにつなげる
6	女	30歳代	食文化
7	女	40歳代	ア：大きな公園・遊具の多い公園 イ：外国語絵本の読み聞かせ会
8	女	60歳代	イ：外国人の方との英語サークル

■アンケートデータ

【問4：外国人居住者が増えることで、不安に思うことはありますか】

項目	回答数	割合
ア:ある	72	36.5%
イ:ない	68	34.5%
ウ:わからない	43	21.8%
未回答	14	7.1%
全体	197	100.0%



不安に思うことを具体的にお書きください。

	性別	年齢	内容
1	女	70歳以上	習慣の違い・ごみ
2	女	50歳代	生活習慣
3	女	70歳以上	お互い警戒心が先にたち、心がひらけない？
4	女	70歳以上	生活習慣
5	女	60歳代	かかわり方、挨拶だけで終わってしまう
6	男	60歳代	住民トラブル各種
7	女	50歳代	治安
8	男	50歳代	マナー
9	女	50歳代	意思疎通が不安
10	男	70歳以上	治安
11	男	40歳代	治安
12	女	60歳代	言葉の問題
13	女	60歳代	言葉が通じないとトラブルが多い
14	女	50歳代	防犯
15	女	60歳代	環境面(ごみ処理等)
16	女	40歳代	治安
17	女	50歳代	治安
18	男	40歳代	教育が対応できるか
19	男	70歳以上	言葉　マナー
20	未回答	60歳代	言葉　生活習慣
21	女	70歳以上	言葉が通じないから
22	女	70歳以上	心が通じてない場合
23	男	70歳以上	治安
24	女	70歳以上	市の規律などを守れるか　ゴミ出し　大声
25	男	50歳代	治安　ごみ

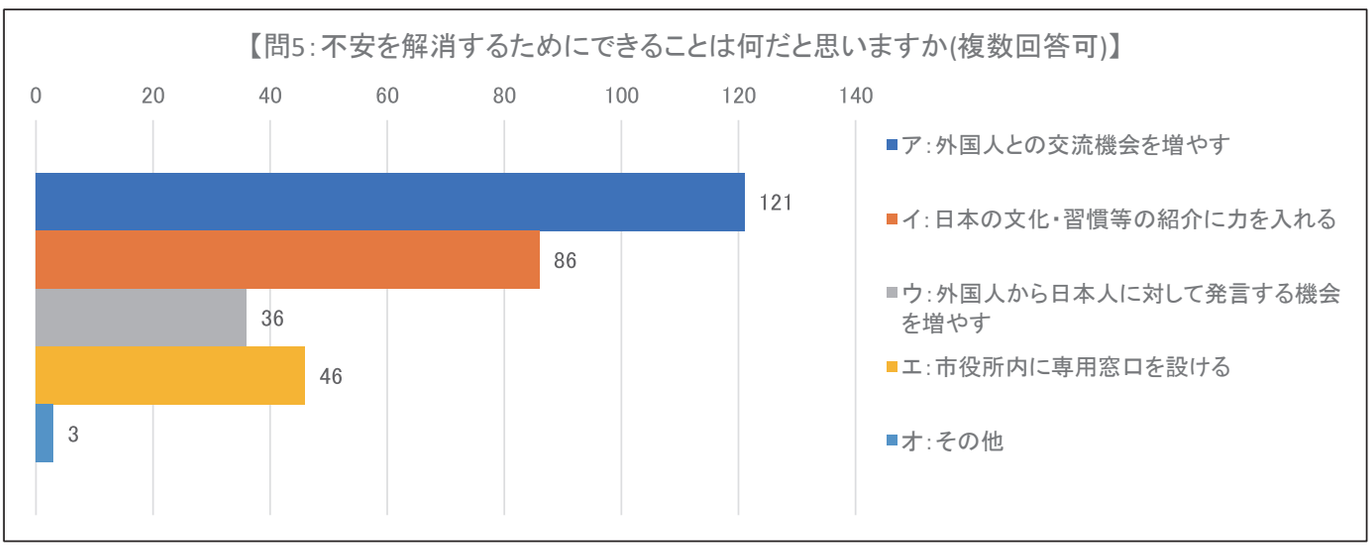
■アンケートデータ

26	女	70歳以上	言葉が通じない
27	女	60歳代	コミュニケーションの取り方等
28	女	60歳代	マナー
29	男	70歳以上	交通ルールが守れない　市内は20～30㎞で走る
30	男	60歳代	治安
31	女	40歳代	言語案内を進める
32	女	60歳代	文化習慣の違い
33	女	60歳代	居住環境の違い
34	男	60歳代	公共ルールを守ること
35	女	60歳代	治安　マナー
36	女	70歳以上	治安が悪くなる事
37	男	30歳代	治安
38	女	20歳代	言葉 ⇒関心があり、話したいが怖がられるかも ⇒出身国の言葉で話しかけれない
39	女	50歳代	マナー・ルールが守れない。治安
40	女	50歳代	治安
41	女	50歳代	コミュニケーション
42	女	30歳代	日本人としては常識でも、そうでないことが多い。治安
43	男	70歳以上	地域住民とのコミュニケーション
44	女	50歳代	決まりを守らない人がいるかもしれない
45	女	60歳代	治安
46	女	30歳代	言語・文化習慣の違い
47	女	70歳以上	国民性がわからない
48	男	60歳代	交流が無いので、習慣がわからない
49	女	40歳代	治安
50	女	70歳以上	長所・短所が出てくると思う
51	男	70歳以上	治安
52	女	60歳代	治安が悪くなる
53	男	60歳代	言葉が通じない
54	未回答	40歳代	治安の問題
55	男	70歳以上	理解しきれない
56	男	50歳代	日本人は外国人に対して無知すぎる
57	女	70歳以上	あまり外国の方に会ったことが無い
58	女	50歳代	言葉と文化の違い。相互理解が必要。
59	男	70歳以上	文化の違い
60	男	40歳代	コミュニケーション
61	男	40歳代	ルール・モラル
62	女	20歳未満	犯罪・病気
63	女	50歳代	治安
64	女	30歳代	犯罪

■アンケートデータ

【問5：不安を解消するためにできることは何だと思いますか(複数回答可)】

項目	回答数
ア:外国人との交流機会を増やす	121
イ:日本の文化・習慣等の紹介に力を入れる	86
ウ:外国人から日本人に対して発言する機会を増やす	36
エ:市役所内に専用窓口を設ける	46
オ:その他	3
未回答	16



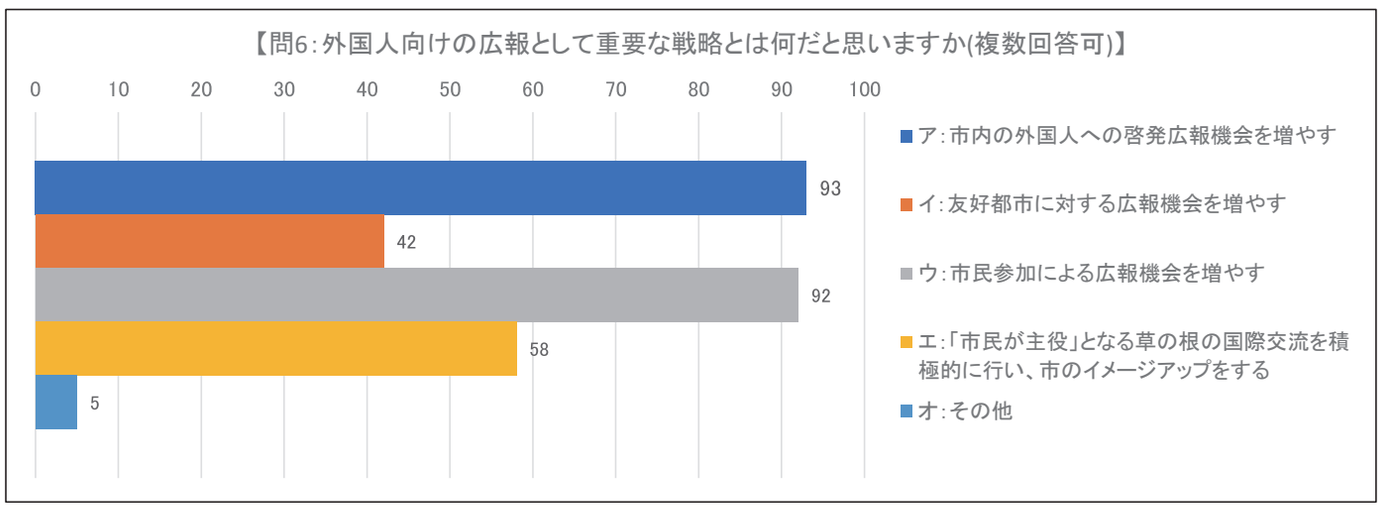
不安を解消するために具体的なアイデアがあればお書きください。

	性別	年齢	内容
1	女	50歳代	誰でも来やすい気軽な安いカフェを週に何回かオープン
2	男	60歳代	外国人によるイベント
3	女	20歳代	窓口 「外国人の人のお手伝いがしたい、仲良くなりたい、どう声を掛けたらよいか」という相談の場が欲しい
4	男	60歳代	・今回のフェスティバルに参加している外国人がとても少ない ・アジアの食べ物、料理の紹介や販売に力を注いでほしい
5	男	70歳以上	地域の活動に参加を呼び掛ける
6	男	40歳代	外国人向けサイトの充実

■アンケートデータ

【問6：外国人向けの広報として重要な戦略とは何だと思いますか(複数回答可)】

項目	回答数
ア:市内の外国人への啓発広報機会を増やす	93
イ:友好都市に対する広報機会を増やす	42
ウ:市民参加による広報機会を増やす	92
エ:「市民が主役」となる草の根の国際交流を積極的に行い、市のイメージアップをする	58
オ:その他	5
未回答	11



具体的な戦略アイデアがあればお書きください。

	性別	年齢	内容
1	女	70歳以上	「広報活動」といった方がよいと思います
2	女	20歳代	ハードルが高いかもしれないが、外国の方(在住・在勤)が市内施設やイベントを体験し、関係者に「外国人もいるから次からこうしよう」と気づかせる。広報にもつなげる。
3	女	50歳代	どういう外国人を増やすかに応じて内容が変わる 定住者の場合？
4	男	60歳代	・イ:アジアの国々に対し、領事館や交流センターを活用して広報機会を増やす ・今回のイベントは外国人と直接交流する機会が少なく、期待していたのに残念だった。次回は、外国人による演奏や、交流の場を希望
5	未回答	30歳代	音楽などの伝統工芸の紹介・体験
6	女	50歳代	外国人相談窓口
7	男	40歳代	企業で働く外国人(実習生)への生活面でのフォロー 特に情報提供

■東海アクションプロジェクトについて

TOKAI ACTION PROJECT

東海アクションプロジェクトとは・・・

1 長引く不況の中、地方自治体では、衰えた経済力や賑やかさを向上させ、地場産業を盛り上げようと、町おこしや地域活性化の活動が必要とされている。
そのような中、各地域がどんなアクションを起こすべきかを提案します。

2 映画監督堤幸彦を中心とするクリエイティブチームが、
先駆者的に地域映画を制作しています。その経験を元に、各地域がそれぞれに活動する事より、連携し情報を共有・集約化することで、よりベストな地域活性化活動プランを提案します。

3 個別に活動しているスタッフ（アーティストや芸術家・大学など）がまとまることにより、よりパワーアップした芸術作品を制作することが可能となり、新しい提案プランを構築します。

映像の力で
地元を盛り上げたい！

未来に向かって希望が持てる地域を作ろうと
頑張っている人たちがいる。
私たちが映像のチカラで応援します！

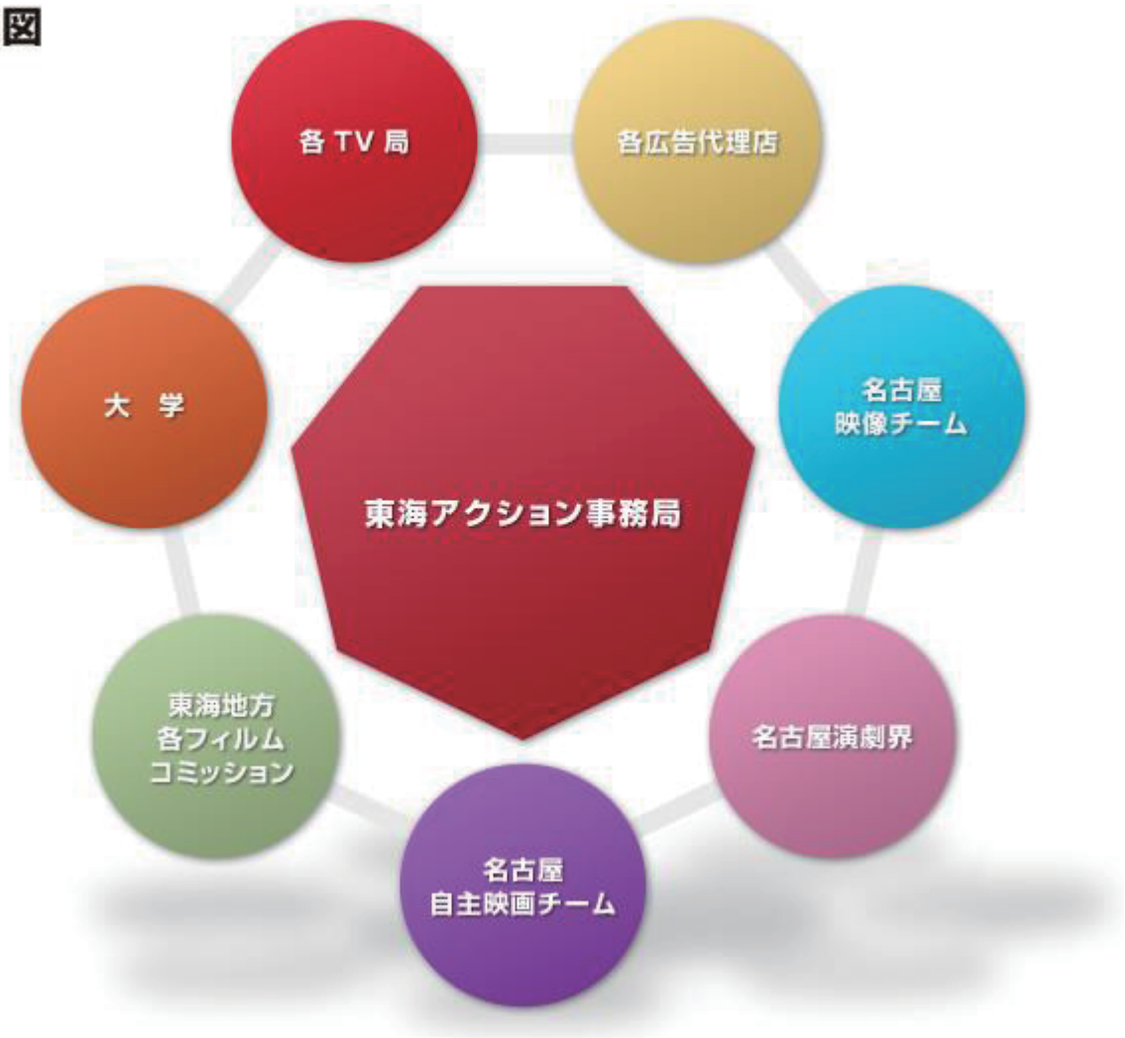
演出家・映画監督　堤　幸彦

町とあなたを元気にする！
サトウタリレー

東海 堤ゼミナール
Tsutsumi Seminar

■東海アクションプロジェクトについて

組織図



演出家・映画監督　堤幸彦

１９５５年三重県四日市市生まれ。名古屋出身。１９９５年に演出を担当した「金田一少年の事件簿」で斬新な演出が注目され、その後、ドラマ「ケイゾク」「IWGP」「TRICK」「SPEC」、映画でも「２０世紀少年」を始め、2015年は「イニシエーションラブ」「天空の蜂」で注目を集めた。

■東海アクションプロジェクトについて

主なプロジェクト

町とあなたを元気にする！
里サトウタリレー

名古屋出身の演出家・映画監督である堤幸彦の企画・監修で始まった「みなさんの里やまちをテーマとした歌」のリレーです。
歌詞の入っていないサトウタ楽曲に、それぞれの地域の自治体やグループのみなさんが、地域を盛り上げる歌詞をつけ、歌い、そして、地域の映像を撮影、出演、編集して、それぞれのまちのオリジナルプロモーションビデオ「サトウタ」を完成させます。
さらに、完成した「サトウタ」をどんどんとつなぎ合わせることで、地域の応援歌「サトウタリレー」が作り上げられていくのです。
このキャッチーでハッピーなサトウタの楽曲は、堤幸彦氏の「地域」への想いを受けとったSEAMOが作曲し、子供から大人までが親しめる楽曲として創作したものです。
また、SEAMOとともに名古屋のクラブシーンを中心に活躍する愛知県出身のサウンドクリエイターのYUU for YOUがトラックメーカーを担当しています。

東海 堤ゼミナール
Tsutsumi Seminar

東海地区の大学生が、人、街、モノ、コト、歴史、文化、芸能、芸術、地理etc…
いろんなことに取り組み、みんなと一緒になって、地域を元気にするために、アクションする。それが堤ゼミナールです。

東海地区に眠る様々な社会課題を解決する、地域を牽引するリーダーとなる人材を育成。
学生が前向きに社会参加を行い、地域を元気にするフラッグとなるべく、堤ゼミナールの活動を進めていきます。

堤ゼミナールが大切にすることは、
学生がもつチカラ＝情熱、発想、行動力。
東海地区の企業や社会の課題に主体的に携わり、東海エリア発のアイコンとなる女性リーダー達を育成し、地域の未来をつくっていくことです。

■SDGｓの17目標

SDGs(エスディージーズ)は、Sustainable Development Goalsの略称。国連加盟193か国が2030年までに目指すべき17の目標は以下の通りです。
(※一般社団法人イマココラボのホームページから)

1. 貧困をなくそう
あらゆる場所で、あらゆる形態の貧困に終止符を打つ

4. 質の高い教育をみんなに
すべての人に包摂的(※)かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する

2. 飢餓をゼロに
飢餓に終止符を打ち、食料の安定確保と栄養状態の改善を達成するとともに、持続可能な農業を推進する

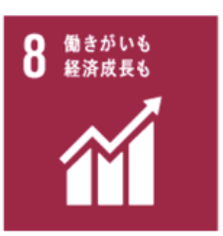
5. ジェンダー平等を実現しよう
ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る

3. すべての人に健康と福祉を
あらゆる年齢のすべての人の健康的な生活を確保し、福祉を推進する

6. 安全な水とトイレを世界中に
すべての人に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する

7. エネルギーをみんなに そしてクリーンに
すべての人々に手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する

10. 人や国の不平等をなくそう
国内および国家間の格差を是正する



8. 働きがいも経済成長も
すべての人のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク(働きがいのある人間らしい仕事)を推進する

11. 住み続けられるまちづくりを
都市と人間の居住地を包摂的、安全、強靭かつ持続可能にする

9. 産業と技術革新の基盤をつくろう
強靭なインフラを整備し、包摂的で持続可能な産業化を推進するとともに、技術革新の拡大を図る

12. つくる責任 つかう責任
持続可能な消費と生産のパターンを確保する

■SDGｓの17目標

13. 気候変動に具体的な対策を

気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る

16. 平和と公正をすべての人に

持続可能な開発に向けて平和で包摂的な社会を推進し、すべての人に司法へのアクセスを提供するとともに、あらゆるレベルにおいて効果的で責任ある包摂的な制度を構築する

14. 海の豊かさを守ろう

海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する

17. パートナーシップで目標を達成しよう

持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

15. 陸の豊かさも守ろう

陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る

20190119

第１回北名古屋広報戦略プラン（外国人向け）検討委員会概要

事務局長

まず初めに、広報戦略プラン検討委員会において、会議の進行、取りまとめ役として、委員長の選任をお諮りしたいと思います。

（事務局一任の声あり。）

事務局長

それでは、事務局から米田理事をご推薦したいと思いますが、いかがですか？

（異議なしの声あり。）

ありがとうございます。それでは米田さんに委員長をお願いします。

委員長

ありがとうございます。広報戦略プラン検討委員会の委員長を務めさせていただきます。それでは、始めさせていただきます。事務局から説明させていただきます。

事務局長

来年度の重点事業として、広報を拡充していきます。

わが国の「ひと、もの、カネ」の国際化が待ったなしで進展するなか、北名古屋も多文化共生社会づくりの実現が大きな課題になってきました。

「市民が主役」の国際交流をめざす協会は、外国人や外国籍市民と交流をしながら、安心安全な豊かな北名古屋を、これからも、守り、育てていきたいと、考えております。

そのためにも「北名古屋の素顔」を広く、外国人に周知し、相互理解を深めていくことが大切であり、「広報戦略プラン」を策定し、様々な広報活動の取り組みの基本としていく考えです。ここでは、協会の広報プランづくりを考えていきますが、北名古屋市からも市が活用できる内容にして欲しいという要望を受けています。

年度末のこの時期に、ギアをチェンジするキッカケになったのは2つあります

1つ目は、本年度市と合同で実施した台湾のスタディツアーの成果として、市で外国人向け DVD を作成する検討が始まったこと。2つ目は、外国人材を活用する入管法が改正され外国人との多文化共生社会づくりが本格化してきたこと。

このようななかにあって、外国人向けの広報のあるべき姿を定め、それに近づく道筋をプランという形で作っておくことが大切だと考えております。実のところ、これまで、プランづくりは、大切なことはわかっていましたが、それに予算をかけたことはありません。昨年暮れから、今年度の予算の執行状況をみて、余力ができましたので、市の理解も得て、思い切って、専門家に調査委託し、その戦略プランづくりにチャレンジすることにしました。

私どもがめざす広報戦略プランは、「10 万都市のモデルとなるプラン」であり、「市民が主役となるプラン」です。そして、その実現までの道筋をロードマップとしてまとめたいと考えております。

委員長

ありがとうございました。

広報戦略プランを取りまとめていただきます会社は、プロポーザル方式で株式会社シンクに決定いたしました。今日は株式会社シンクの伊藤光弘さんに来ていただいております。伊藤さんから説明を受けますが、北名古屋市民の意見も幅広く聞いていただいて、皆さんの考えも反映させた広報戦略プランを策定したいと思います。伊藤さん、よろしくお願いいたします。

伊藤プランナー

初めまして。株式会社シンクの伊藤でございます。昨年末に声をかけていただいて、微力ながら企画書をまとめました。皆様から色々と教えていただいて、今年度中にプランを作っていきながら 10 年先を見据えた活動をさせていただけたらと思います。

少しだけ自己紹介をさせていただきます。2005 年の愛知万博の際、愛知県の市町村コーディネーターを担当しておりました。ご存知のように万博会場は長久手と瀬戸でしたが、折角愛知県で開催されるわけですから、他の市町村にも参加意識を持っていただき、地元にとって何か良い効果を出していけるように活動すべきではないかと、各市町村への働きかけを行いました。その時に師勝町、西春町にお邪魔させていただきましたが、師勝町では一市町村一国フレンドシップ事業における韓国との交流プログラムをお手伝いさせていただいた縁もあって、長久手愛知県館のおまつり広場で行われた「師勝町の日」の企画提案をさせていただきました。

師勝町では、歴史民俗資料館で昭和の日常風景を保存する展示や、昭和を回想することで記憶力を高めるなど、「昭和」を意識したまちづくりを行なっていることが特徴かもしれないというお話を伺い、「師勝町の日」にふさわしいゲストとしてフォークシンガーの高石ともやさんを紹介させていただきました。高石さんは 1970 年の大阪万博の時に、モノにあふれ、便利で豊かになっていく時代の風潮を見て、こんな生き方は良くないんじゃないかと、都会暮らしを捨て福井の田舎を拠点とした音楽活動と子育てを行うようになりました。子どもが巣立った後、夫婦で京都に戻って音楽活動を継続されているところに我々がお邪魔し、「環境問題をテーマとした愛知万博の意義を説明しながら、師勝町の日に参加していただけないか」とお願いしました。大阪万博から 35 年が経過し、ようやく時代が自分に合ってきたのかなあと印象を持たれ、師勝町の日に出演していただく運びとなりました。

万博の 185 日間、あいちおまつり広場を介して各市町村の皆さんとさまざまな取り組みを行いましたが、とても良い思い出となっていることはもちろん、その経験を財産にプランナーとしても若干は成長できたのかなあと思っています。

今回の事業についても、万博当時のスタンスを変えず、市民の皆様としっかり意見交換しながら作っていきたいと思っています。今日は、その第一歩として、プランの骨格となる部分をペーパーにしてきましたので、まずこちらのお話を聞いていただいて、その後皆さんのご意見を伺いたいと思います。次の運営企画会議では、皆さんの意見を反映したプランを提案させていただきますので、どうぞよろしくお願いします。

では、資料に沿って説明させていただきます。北名古屋市国際交流協会がめざす都市像とは何かを前提として整理いたしました。世界に開かれた多文化共生都市の実現、市民参加を基本に「市民が主役」となって推進する「ばづくり」「ひとづくり」「ちいきづくり」により「地域活性化」と「国際平和」に貢献する 10 万都市を目指すということです。 地域活性化と国際平和に貢献するという二つの視点を持ったうえで 10 万都市を目指すということがとても重要だと思います。その実現を後押しするのが広報戦略プランだととらえております。広報戦略プランは 10 万都市のモデルプランになるということ、市民が主役であるということ、10 年後の都市像へのロードマップをしっかり敷いていく、といったものにならなければいけません。これから先、市制 20 周年、国際交流協会 20 周年がございます。それに向けて外から見ても頑張っている市だな、と思われるようにブランニングしていくことかなと思います。広報というのは発信業務です。そして、その広報の源泉は、市が持っている多様な資産です。人であったり、人の活動だったりという資産を生かして広報していく、それを通じてブランドというものが作られると思います。

外国人向けに発信力のある広報戦略プランを考えるとき、世界や愛知県の動向を知ることは重要です。世界が注目している国際プロジェクトなどをうまく取り込み、足並みを揃えた活動をしていくことによって、北名古屋市が貢献した部分は評価されます。10 年あれば一つ二つはできるんじゃないかと思います。

世界各国が最も注目している課題として、国連が定めた SDGs(持続可能な開発目標)があります。環境問題はもちろん、貧困、ジェンダー平等など、2030 年までに解決すべき 17 の目標が定められています。愛知県は、2005 年に愛・地球博を開催し、その 5 年後に生物多様性の国際会議（COP10）を開催しました。そして、2014 年には ESD ユネスコ世界会議で、持続可能な開発のための教育をテーマに世界の国々と 10 年間の活動を共有しました。SDGsは、愛知県が行なってきたこうした国際プロジェクトの文脈と重なっています。「持続可能な開発」には、世界中の市民一人一人がエンジンになることが求められていますが、国際的な連携の重要性から考え、国際交流協会が果たすべき役割は大きいものと考えます。

愛知県では、この SDGs を多様な行政施策の中に取り込んでいこうとしていますが、注目されるのは 2026 年アジア競技大会（アジアのオリンピックと言われている大会）の開催インパクトを生かし、アジアの国々と SDGsへの貢献を行なっていこうという考えを持っていることです。アジアを舞台に相互交流によって 2026 年までに色んな国際貢献をしていこうではないか、それによってアジアの中で愛知・名古屋の存在感を高めようというものですが、その意図を受け止め、今回の 10 年間の広報戦略に入れ込んでいきたいと思います。できることならアジア競技大会に向けた愛知の活動の中で、北名古屋市が頑張っているねという評価が得られるようにもっていきたいと考えています。

また、アジア競技大会の翌年にはリニアが開通しますが、そんなことも視野に入れながら我々に何ができるのかということをやっていきたいです。

10 年プランの第一歩となる 2019 年度には、諸外国に北名古屋市を紹介するDVDをつくるというお話が出ています。この機会を生かし、皆さんとディスカッションし、皆さんの意見を反映する形で DVD 制作を行おうと考えています。また、制作にあたっては、映画監督の堤幸彦さんに協力していただくこ

とを提案します。彼は四日市生まれ名古屋育ちで、地元愛が強いことから東海アクションプロジェクトという団体を立ち上げ、地域を映像で元気にするということをミッションに、子供たちと名古屋港水族館のCMをつくったり、蟹江町のフィルムコミッションを立ち上げに協力したり、さまざまな活動を行なっています。
来年度、北名古屋市のDVDをつくる予定があり、市民と一緒に限られた予算で行いたいが協力いただけないかということを堤監督に話したところ、快諾いただきました。
市内にどんな資産があるか、監督と一緒に街歩きをしながらどんな紹介映像にするかを考えたいと思っています。
このあと、DVD制作ならびに広報戦略プランをつくっていくうえで役に立つ情報をいただくため、みなさんにご発言いただけないかと思っていますので、よろしくお願いします。

T 委員

北名古屋市としての広報戦略プランはもともとあるのか、ないのか。

事務局長

ないです。協会がつくるプランです。良いものができれば、市のプランに取り上げてくれるという約束はとりつけました。協会では、外国人向けの広報戦略としてくくりましたが、市との議論の中で、全体まで広げて整理してほしいという市の要望を受けて取り組みます。伊藤さんには協会でも市でも使えるプランにしていただけるようにお願いしました。

伊藤プランナー

補足をさせていただきますと、仕様書を読ませていただいた時に、外国人向けのものなんだ、と思いましたが、2006 年に北名古屋市ができ、一市町村一国フレンドシップ事業を継承してきているのは他市にはない売りでありアイデンティティだなと思い、そこを大切にしていくことで、市としての広報戦略プランにもなるのではと考えました。

YS 委員

名古屋芸大の水内先生と学生さんが一緒にビデオを作ったことがあると聞いたことがありますが。

事務局長

水内先生は協会の理事で、今度相談させていただく予定になっております。このプロジェクトの中に名芸大の関係者が加わってもらえるといいなと思っています。

伊藤プランナー

名芸大のことを監督に伝えると、監督が主宰している堤ゼミナールに、名芸大の学生さんに参加してもらえたら、お互いにいい方向にいくのではと話されていました。

YS 委員

外国人向けとなっていますが、どのような外国人が対象なのですか？
日本で働く人たちなのか、観光客なのか。

伊藤プランナー

DVD は 5 分間なので全てはまかなえないと思います。表敬訪問用として制作しますが、ここなら住んでみたいなと思えるようなものにしたいですね。

K 委員

日本人が外国人のためにいいと思っても全然役に立たないことも多いので、外国人限定でどのようにやっていくか戦略を練らないといけないと思います。北名古屋市には 20 か国くらいの外国人の方がいて、特にベトナムが多いです。日本で住む上でのルールを DVD に入れるのか、どこに魅力を見つけていくのか、一つに絞らないと難しいのではないでしょうか。

伊藤プランナー

DVD に関しては北名古屋市を留学生も連れて街歩きしたいと思います。

みなさんから、北名古屋の自慢をお聞かせいただけないですか？

UK 委員

近所に松林寺というお寺があります。木が集まってゴジラの形をしているものがあるのですがこれは市民でも気づいていません。日本人でさえ気づかない所に面白さがあると思います。

伊藤プランナー

これは Facebook などを発信する時に使えそうですね。

O 委員

五条川の桜が有名で、外国人の方も桜が好きだと思うし、我々も美しいものを見ると心が洗われてここに住んで良かったなと毎年思います。

KT 委員

北名古屋には自然がたくさんあるのでそれを大事にして欲しいと思います。緑が減っていくのが残念です。みんなが気を付ければ今の環境が保たれるのではないでしょうか。

IK 委員

宗教による食事の問題があると思うので、レストランをクローズアップしてはどうでしょうか。

TM 委員

自分が子供の頃に小さなショッピングセンターで買い物をしていたのが思い出にあります。適度な田舎感が北名古屋のいい所だと思っている人が多いのではないでしょうか。

K 委員

北名古屋は桜やイチジク、庭に柿の木がある家やお寺も多いです。田んぼや畑もあるので地域を季節ごとに歩いて見てもらうのも一つの方法かなと思います。

伊藤プランナー

車だと細かいところまで分からないので、歩いて中に入るといいかもしれませんね。

A 委員

北名古屋の自慢として伝統芸能に着目するのはどうか。

伊藤プランナー

文化・芸術も大きな資産です。

W 委員

北名古屋はコンパクトな街でも市役所が 2 つあったり、平たんで自転車があればまわれるくらいの住みやすさや便利さをアピールするのがいいのではないかと思います。

伊藤プランナー

名古屋に近いとか、動きやすいとか、住みやすさに関しては高評価のようですね。

YK 委員

西春日井郡という珍しくて貴重な名前が以前はついていました。昔、ボーイスカウトの関係で外国人と関りがあり、豊山に空港があり韓国からすぐ来ることができる、うちに来て泊まっても名古屋にすぐに行ける、などとても便利だと驚いていました。やはり便利さは欠かせないと思います。桜も本当に綺麗でこれはぜひ紹介したいです。

T 委員

北名古屋市民になる前は名古屋に 30 年くらいいましたが、ここは住みやすいと感じています。芸大生がいる街というのは外から見ても魅力があると思います。

B 委員

北名古屋市の文化的なもの、国際交流ついては韓国との交流・語学講座などをメインに、それに自慢のところを加えて PR したらどうですか。

N 委員

北名古屋市は健康ドームやきらりなど未就学児の施設が充実しています。

IK 委員

アートエリアロードは散歩コースには最適です。22 号線に繋がる道は自慢したいです。

MN 委員

シニアにとってはすごくいい町です。DVD を外国人向けだけではなく、他府県から北名古屋に来る方も多いと思うので、対象を外国人だけにしないほうがいいのではないでしょうか。

YS 委員

田んぼアートや歴史民俗資料館・林證寺のお駕籠があります。昔は農作業の合間にみんな抹茶を飲んでいたという話を聞いたこともあります。緑豊かで都心に近くてこんなに便利なところはないと思っています。

UN 委員

私は人を自慢したいです。師勝の鼓っつ太鼓に所属していて、毎年海外で行われているジャパンウィークに参加しています。レクリエーション協会にも所属していまして、人間紙芝居をやっています。師勝や尾張の地域の昔話を題材にしています。こういう活動であったり、自分が海外に行った時にお世話になるボランティアさんとの繋がりや笑顔を体験することで色々開けてきます。人と人との繋がりを北名古屋市の歴史として入れられたらと思います。

MI 委員

西は国道 22 号線があり、名鉄は地下鉄が相互乗り入れして発展してきた中で、田んぼの時期には農業用水にフナやモロコがあふれます。焼却場が出来たら環境も変わってくると思いますが、そのようなところは残してほしいなあと思います。

伊藤プランナー

アジア太平洋フェスティバルで予定しているアンケートの内容も含め、次回までにたたき台をつくって

きます。今後やっていきたいこと、改善するべきことを考えていただいて、また皆様のご意見をいただきたいと思います。

委員長

2 月 9 日のアジア太平洋フェスティバルでアンケートをとって参加された市民の皆さんに幅広くご意見をいただきます。集計の結果も含めて次回報告するかたちになります。

次回 2 月 23 日（土）10 時から会議を行います。全項目たたき台として文書化したものをだします。またご案内はいたしますが 3 回目の会議は 3 月 23 日です。2 月、3 月の会議は 10 時から 15 時まで時間をとって検討していきたいと思いますのでよろしくお願いいたします。

20190223

第 2 回北名古屋広報戦略プラン（外国人向け）検討委員会概要

伊藤プランナー

先月、皆様と初めてお会いして、北名古屋広報戦略プラン（外国人向け）をこちらから提案しましたが、その企画案に基づいて整理を始めたというところです。今後、外国人の方が日本のために一緒になって住み働いていく。我々も世界とともに歩んでいく、という両方の視点を考えると外国人を意識した広報戦略を立て、それを日本人が共有していけばいいのではないかと考えています。皆さんの意見を出してもらい、来年度以降修正しながら市民参加で広報戦略を成り立たせていきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

まずは広報戦略プランの考え方です。

今後外国人との接触機会が増えていくと思われます。

この地域は 2005 年に愛知万博を行い、愛知県が国際社会における大きな課題に向き合い、その後リーダーとしての存在意義を高めていこうということでスタートしています。北名古屋市は、その動きに合わせ、合併前の師勝町・西春町の歴史や風土を生かしながら、国際博覧会で生まれたアジアとの交流を中心に、世界との繋がりを大切にした多文化共生都市を目指しています。グローバル化が日本全体で進んでいくなか、愛知・名古屋は 2027 年リニアが開業します。このタイミングを生かし、この地域が世界とどうつながるか考え行動するのが重要だと思います。

諸外国ならびに外国人との共創・協働領域というものを 3 つに分けました。

1 つはグローバルマーケットです。インバウンドや日本の技術力・商品開発、海外出店などを狙っていく。それによって外国人とのつながりが深まっていくという領域です。2 つ目は外国人労働者の受け入れです。超高齢社会・少子化による人口減少問題に直面していくなか、日本が世界と戦っていくために労働力を確保していかなければいけません。3 つ目はサステナビリティです。万博以降、持続可能な開発というものが大切なテーマになっています。万博などの流れを受けて国連が SDGs（持続可能な開発目標）をかかげました。多くの人を不幸せにしない社会をつくるという目標です。SDGsへの取り組みを広報戦略の中に入れていかなければいけないだろうと思っています。地域経済活性化の対象としての諸外国、外国人労働者とともに生きていく地域社会、持続可能な開発を念頭に置いた世界との連携、という 3 つの領域が広報戦略の重要な背景になっていくのではないでしょうか。

外国人向け広報はなぜ必要か。

外国人とともに生きる時代だからこそ、多様なギャップを埋めるために広報が力を発揮するものだと考えています。外国人から選ばれる地方都市、外国人とともに地域力をアップする広報にしていきたいです。

次は、国際交流協会による広報の位置づけです。北名古屋市はどのようなスタンスで広報戦略をつくり、どのように役立てていくのかを整理しました。アジア太平洋フェスティバルでおこなったアンケート結果は、「外国人居住者が増えることで、不安に思うことはあるか」に対してある・ない・分からない、

の比率はほぼ同数で、半数が不安に思っていることがわかりました。治安の問題、生活習慣によるギャップ、コミュニケーションがとれないのではないかという不安。そういった中で広報をどのように位置づけるか整理しました。2006 年まで師勝・西春の両町民がつくった町、2006 年の合併以降以降は、新たな市民が加わり方針が決まってまちづくりがスタートしたと思います。今後 10 年間外国人が増えてくると思うので、広報によってギャップを埋めることをしていきたい。これを推し進めていくことで北名古屋市の第 2 次総合計画を支えていくのが今回の広報戦略の大きな意義だと捉えています。
次に、10 年プランのコンセプトがどうあるべきか、ということです。ベースとなる広報コンテンツ、それを誰が担っていくのかということが大切になってきます。外国人に対して北名古屋市の何をどのように伝えるのか、皆さんと検証しながら進めていきます。
10 年プランの推進について、行政である北名古屋市はプラン推進のパートナーとして、国際交流協会は戦略についての立案とプラットフォームづくり、推進していく主役となるのは市民の皆さんです。三位一体で「何を」「どのように」伝えるかを模索して、最良の方法をあぶり出して実施していきます。
外国人向け広報で最も重視すべき点は、まちの資産をしっかり外国人の皆さんに伝えることにあります。その資産を時系列で整理すると、2006 年までは旧両町民の「地域のこし」、合併後今日までは、新たな市民が加わり旧町の資産を生かした「地域づくり」を行ってきた時代です。そして今後は、外国人を含めた新たな市民とともに「地域みがき」を行うことであり、その当事者であることを外国人の皆さんに伝えるインナー広報が重視されます。さらに、こうした地域の皆さんの活動を 10 年かけて海外に広報していくことが「地域じまん」になるだろうと捉えています。
どうやって事業を推進していくか。これから外国人と出会う機会は増えていきますが、地域住民の不安を解消し、相互に輝くことができる地域を目指すには、多文化共生を推進する交流コンテンツをつくっていく必要があります。アジアや南米などさまざまな国から訪れる外国人のことを考えれば、少量多品種のプラットフォームづくりが妥当ではないか、市民一人ひとりがリーダーとなって、多品種のテーマ型コミュニティを作っていく。それによって、いろんな課題に対応した取組が増え、それを多くの市民が担っていくという形にしたいと思います。具体的な目標を設定し多文化共生都市の実現をめざします。
以上のことを勘案し、事業方針を整理しました。
事業目標は「市民が主役となって推進する多文化共生都市の実現」、広報戦略手法は「外国人とのつながりをデザインし、新たな地域価値を創出する」ことを挙げました。
次に、つながりをデザインする展開方針を５つ挙げました。「地域の魅力を発掘し、つながりをデザインする。」 大学や回想法など「地域の資産と資産をつなぎ新たな価値を創出し諸外国にアピールする」。「アジア競技大会の開催を地域とアジアをつなぐ資産として生かす。」「SDGsへの貢献を視野に、諸外国との協働によって新たなつながりをつくる」。「外国人居住者のSOSを見逃さないためのプラットフォームを構築する。」 この 5 つを目標にして動き出すことを広報戦略第１章のまとめとします。

T 委員

このプランを見て外国人はどう思うのか。この場に外国人がいたほうがいいのでは。

伊藤プランナー

外国人にこれでいいのか、と問いかけたいですよね。留学生などに入ってもらって一緒になって出来ないかな、と考えています。国際交流協会に関係している外国人に意見をもらうのもいいと思います。

事務局長

外国人の有識者の意見といっても、それぞれバックグランドが違うし、背負っている文化も異なっています。どのような人の意見を拾うか、悩ましい。少量多品種のプラットフォームづくりとして、私たちが持っているネットワークでの外国人の意見は反映できます。知人でもいいですし、それぞれのネットワークの意見を集約したほうが効果的と考えます。

T 委員

例えば日本語教室の生徒さんに抱えている問題などを聞くとかいいかもしれません。

B 委員

海外から北名古屋に来た外国人に住みやすいようにPRするものと、こちらから全く分からない国に行った時に北名古屋のPRするものと一緒にはできないのではないか。

伊藤プランナー

色んなメディアがあるのでそれをうまく活用します。第一の作業としてDVDを制作するというのが出ましたがそれが全体を包括するものではありません。DVDは北名古屋市がどんなところでどんな魅力があるのか、海外の人に見てもらうものになります。

広報戦略プランで魅力を発掘するとともに、課題も見つけることを来年度早々から始められたらいいと思います。

K 委員

外国人はアジア・英語圏・ロシア、どこをターゲットにしていますか？

伊藤プランナー

基本はすべての国ですが、アジアとその近隣の国々と北名古屋市は交流を続けてきたこと、アジアからの労働力が多いこと、一緒になって取り組める場として近隣のアジアをまずは視野にいれていきたい。アジア競技大会の時期をとらえてこの 10 年はアジアから手始めにというイメージを持っています。

K 委員

北名古屋にはアジアの人が多いですが、イランやイラク、ブラジル・アルゼンチンの人で働いている方も多いです。

伊藤プランナー

言語の問題はあると思いますが、言葉がなくても人の動き、文化・資産をうまく差し込んでいくことで北名古屋のことが伝わるようなDVDができるのではないかと思います。

次に、第 2 章広報戦略プランの展開案です。

アンケートの北名古屋市に良いところはありますか？という設問に「ある」と答えた人は 3 分の 1 くらいでした。色んな意見がありましたが、その中でも隠れた良さや気づいてない良さを抽出していくことも必要ではないかと考えます。

2019 年は広報戦略の導入期として資産の発掘・整理、少量多品種のプラットフォームをつくっていき、2022 年は育成期・2026 年は定着期としました。

導入期のシンボルコンテンツは「外国向け DVD の制作」です。言葉がなくても伝わるようなものにしたい。堤幸彦監督や名芸大生の参加で一度、外からみてもらい、その考えをもとに皆さんと一緒にどのように DVD をつくるか積み上げていきたいと思います。また、アジア競技大会を活かした地域活性施策を、国際交流協会として立ててやっていくのもいいと思います。
堤監督との縁を活かし、フィルムコミッションを設立する案もあります。海外の映画の撮影を誘致し、聖地巡礼としてその国の観光客が増えたという県もあります。海外の人と交流するという面でフィルムコミッションが果たす役割もあるわけです。
2026 年以降はアジア競技大会の本番を見据え、SDGsにも広がりができるようになればいいなと思っています。そこで北名古屋市が存在感を示すことにより、リニア開業以降、北名古屋市が経済的な力を蓄え人材を集める地域になったら色んな人が住むようになりますし、働く場もできるようになると思います。
アジア競技大会を活かした地域活性化策として、子どもを対象としたアジア各国とのスポーツ交流を開催したらどうかと考えました。アジアらしい競技を 1 つ取り上げて、北名古屋の子どもとアジアの国の子どもが交流できるものを、市内企業やスポーツ指導者・愛知名古屋組織委員会の協力のもとやっていけたらと思います。
アジア版「Sport For tomorrow」という国がすすめているプロジェクトがありますが、これはスポーツを通じて国際貢献をしていくというもので、海外にスポーツ指導者などが出向いてスポーツ振興に協力するということをやっています。このようなことを愛知県が始めようとした時のために何かできることはないかと考えておくのも 1 つの軸になろうかと思います。スポーツ以外では、名芸大に協力してもらい、アジアのアーティストを招いて北名古屋に滞在して創作活動をしてもらう（アーティストインレジデンス）ことによって、作品制作に市民が協力したり、子どもたちにアートワークショップを展開するなど出来ると思います。あいちトリエンナーレとタイアップし、公式プログラムにのせていくことが重要ではないかと思います。
外国人労働者に対しては、地域につながりを持ってもらうためのテーマ型コミュニティが必要になってきます。家と職場以外に地域内で居場所をみつけてもらうためのテーマ型のコミュニティ開発を積極的に行ないたいと思います。新たなDVD制作として、外国人が住みたくなるまちをテーマとした映像も考えています。制作は堤監督と東海アクションプロジェクトの協力の延長線上でやれるといいなと思っております。市民参加として名芸大のカリキュラムに取り入れてもらうことなども検討していきたいです。
SDGsへの取組としては、少年少女発明クラブの活動と名芸大を組み合わせ、プログラミング教育とアートのチカラを生かした北名古屋市ならではの発明イベントを、アジアの途上国の子ども達の参加を視野に開催し、途上国の人材育成につながればよいと考えています。
来年度、堤監督が主宰する堤ゼミナールでは、「SDGsフォーラム（仮称）」を継続的に開催していきますが、名芸大にもぜひ参加してもらいたいですね。
メディア計画は、広報コンテンツをうまくメディアにのせることが大切です。公益的で発信力のある広報コンテンツはメディアを動かす力があります。そこでメディア対策の切り札として、10 年プラン「ファク

トブック」の制作を提案します。ファクトブックとは、企業や団体がメディアに向けて自社の製品のいいところを知ってもらう資料です。事実だけを入れたファクトブックをメディアに配布します。行政ではまだあまり取り組んではいませんが、市の資産をしっかり整理する意味もありますので、チャレンジしてみたいと考えています。

広報ツール計画ですが、今までのツールを見直したり、外国の人と一緒につくる方法はないかなど、市民が発信者になるかたちをつくろうと思います。

第 3 章広報略プランの推進については、2019 年に DVD をつくるということで、堤監督主宰の東海アクションプロジェクトとつながっているテレビ局に取材してもらおうと思っています。

最後に、本広報戦略プランを通じて新しい北名古屋市のイメージをつくっていくことを念頭に、しっかりまとめていきたいと思います。

IK 委員

この広報戦略プランに、子供がどのように参加できるか教えていただきたい。

伊藤プランナー

来年度の DVD 制作において、例えば市内の人と子どもたちで多文化共生をテーマに芝居を作る。その過程を記録し DVD の重要なパートとする。人が生き生きと輝いている姿を外国の皆さんに見ていただくのはどうかと、堤監督と話しましたが、こういう形で子どもが参加することができるわけです。

委員長

思いつくことをいくつか皆が出せば、それが繋がっていいものができると思います。

事務局長

昨日、名芸大の理事長・学長・堤監督との懇談がありました。名芸大の学長からの申し出により、堤監督の特別講義などが具体的に決まりそうです。また、市長と監督との懇談では、市長から「地域の宝は無尽蔵にあるが、内からはなかなか気づかない。それを外の人に拾いあげて欲しい」と話され、堤監督は、「人がいて暮らしがあれば宝は無尽蔵にある」と即答。市長は堤監督の DVD に大きな期待を膨らませました。

TY 委員

皆さんでつくる広報戦略プランをベースとし、北名古屋市の広報戦略プランとして来年度から練り上げていく予定です。皆さんと一緒にいいものをつくっていきたいと思っております。先日、堤監督とお会いして感じたことは、物静かではありますが発する言葉には熱をもっていて、そういう方にお力添えをいただけることはとても有難いと思っています。

委員長

皆さんのご意見をお聞かせください。

UK 委員

今は特にありませんが、これから日々の生活の中でいいものを見つけていきたい。

TK 委員

説明を聞いてとても素晴らしいと思ったのですが、予算としてはどれくらいになるのですか？

伊藤プランナー

DVD の予算はみえていますが、それ以降はまだ分かりません。

事務局長

このプランを見て全部実現可能だと思いました。協会の予算の中でなんとかやっていける感触です。フィルムコミッションも、どこも受け手がなければ最終的に協会が受け取ると覚悟しています。

W 委員

先日行われた「はだかまつり」では、外国人の方も参加されていて文化を身近に感じられるものになっているのではないかと思いました。

K 委員

ビデオの映像だけをみて、この町に行きたい！住みたい！と思えるような DVD にしたいです。北名古屋は住みやすい町ですが、それをどのようにアピールするか考える必要があると思います。

T 委員

とてもいいプランなので DVD 作成のお手伝いをぜひさせていただきたいです。

事務局長

他県・他市の広報戦略プランを調べると、行政が関与する広報プランは、行政という枠に縛られていると感じました。北名古屋のプランは、「主役は市民」だということをしっかり打ち出している。地域の広報の担い手を「市民が主役」とする、全国的にも面白い着想になると思います。

N 委員

今まであまりまわりを気にしていなかったので、これからは気にするようにして縁の下の力持ちでやっていきます。

O 委員

愛知県の中で北名古屋市が出産・子育てに関していい町だということを先日雑誌で見ました。それと、コマも有名なのでそういう点を PR できたらいいなと思います。

伊藤プランナー

非公式だがコマ対戦をアジア競技大会に入れてしまい、アジアにコマの良さ広げていくというのもいいかもしれませんね。

IK 委員

今日の説明で市民がどのように参加すればいいかよく分かったので、自分のできることを協力してや っていきたいと思います。

MK 委員

日本語ボランティアをやっています。子どもはすぐに日本語を覚えますが、その子どもの親は日本人と接する機会が少ないこともありなかなか上手くなりませんが、親に北名古屋市のいいところ、悪いところを聞き出すのもいいのかなと思いました。

B 委員

市民が海外に行く機会がある時に DVD を持っていけたら、世界中に北名古屋の PR ができるのではないかと思います。コマをつくる会社などもあるので北名古屋の経済のことを海外に発信するくらいまでできたら楽しいのではないでしょうか。

MN 委員

健康快適都市というのは外さないでほしい。

伊藤プランナー

健康快適都市というのは誰もが共通して思うことで、外国人も含めていい関係を築いていくかが大切ですよね。

H 委員

外国人と日本人の人口がひっくり返るのでは、と思うくらいいい内容のプランだと思います。

MI 委員

プランが具体化するのをみてみたい、そのプランに参加したいと思いました。

伊藤プランナー

ありがとうございました。これから協会事務局と詰めていきますが、皆さんの情報があれば入れていきます。市民が変わらないと閉塞感はなくならないと思います。市民の皆さんに先頭に立ってもらい、色々アイデアを出して、自分も堤監督と協力しますので今後ともよろしくお願いいたします。

委員長

今日の意見を含め、次の第 3 回の検討委委員会で成案として取りまとめます。来年度も引き続き伊藤さん、堤監督にご指導をいただくような形で来年度事業も考えていきます。次回 3 月 23 日㈯は検討委員会と運営企画会議を同時開催で進めていく予定です。

20190323

第 3 回北名古屋広報戦略プラン（外国人向け）検討委員会概要

会長

最後の検討委員会になるので、今日はしっかりまとめていきたいと思います。よろしくお願いいたします。

T 委員代理

委員長の米田さんに代わり、私が本日の進行を務めさせていただきます。

それでは伊藤さん、よろしくお願いします。

伊藤プランナー

まずは社会背景の変化と外国人向け広報の必要性です。これから外国人とともに地域で一緒に生きていくことになっていくと思います。外国人との共創・協働の領域として、「グローバルマーケット」「外国人労働者の受け入れ」「サステナビリティ」としてまとめました。この 3 つを意識した中で広報戦略プランを考えていくべきなのかなと思います。豊かな地域社会を守りながら外国人と共生する北名古屋市。そのためにギャップを埋めていく広報が重要であります。

北名古屋市の総合計画「健康快適都市」をつくりあげる仲間として、外国人が入っていくというイメージを書きました。豊かな地域社会の今後を考えた場合には、外国人とともに地域力をアップして、地域の資産をベースにし、それをいいものにしていくことが求められると思います。

世界と地域をつなぎ、北名古屋市のまちづくりを後押しする広報戦略プランを立案します。「外国人労働者の受け入れ」に関する市民意識調査として、アジア太平洋フェスティバルでアンケートを行いました。「外国人居住者が増えることで、不安に思うことはあるか」という質問に対して「ある」「分からない」と答えた方にも、広報の重要性があるのかなと感じました。「不安を解消するためにできることは何だと思いますか」という質問に、外国人との交流を増やす、日本の文化・習慣等の紹介に力を入れるというのが大半でした。「外国人向けの広報として重要な戦略は何だと思いますか」という質問には、市内の外国人への啓発広報を増やす・市民参加による広報機会を増やす、という意見が多かったです。市民の皆さんが参加して広報していく、それによってより良い環境をつくっていきたいという想いを持っている方が多いかなと感じました。このアンケートを整理しながら、外国人居住者に対する不安を解消するため、市民参加も含めた積極的広報によってまちづくりをともに担う一員として迎え入れます。

旧両町の市民・そこに加わった外国人を含めた新たな市民が 2019 年以降担っていくと思いますが、両方のコミュニケーションを円滑にしお互いに理解しあう関係性をつくるための広報であり、なおかつ健康快適都市をつくりあげていくものになります。

10 年プランの戦略コンセプトとして重要なのは、市民が主役になることです。国際交流協会が推進役となり、プラットホームづくり・拠点として役割を担っていきます。北名古屋市には広報戦略のパートナーとして役割を果たしていただき三位一体となってやっていきます。今後我々がやっていくことは、旧両町民を主体とした「地域のこし」、新たな市民が加わった「地域づくり」、外国人を含めた新市民とと

もに「地域みがき」をしていくことだと思います。
2029 年に向けた事業推進の事業目標として、「市民が主役となって推進する多文化共生都市の実現」。広報戦略手法として、「外国人とのつながりをデザインし新たな地域価値を創出する」、とまとめました。実現にむけた展開方針として、「地域の魅力を発掘し外国人との多彩なつながりをデザインする」。「有形・無形の資産をつなぎあわせ価値を創出する」などです。2026 年にアジア競技大会が名古屋で開催されるのでこれを活かしていくのが重要だと思います。これらの事業目標・広報戦略手法・展開方針によって、10 年間進めていきたいと思います。
第 2 章にいきます。「何を」「どのように」10 年間伝えていくかということに関して、アジア太平洋フェスティバルでアンケートを実施いたしました。外国人に紹介したい北名古屋市の良い点・良い所という質問に半数以上の人が「ある」と答えました。交通の便がよい、等の答えを活かすように取り組んでいけばいいのかなと思います。「ない」と答えた方にはアドバイスをいただきました。ハード（施設・公園）、ソフト（イベント）などを成長ステップ 3 期に分けてやっていき、各期で反省しながら受け渡していきます。
広報戦略プランの展開案です。コンテンツづくりとして、第 1 期シンボルコンテンツで外国向けの北名古屋市を PR する DVD の作成、サブコンテンツでアジア競技大会などを視野に入れながら検討を重ねて決めていきます。第 2 期ではフィルムコミッションの設立を考えています。これは映像コンテンツをつくるための撮影現場としてふさわしい所を提供するものです。フィルムコミッションはいつでもどこでも、さらに映像コンテンツを支えていく意思があればできるものです。外国人居住者と一緒にできる方法がないかを考え、色合いの少し違うフィルムコミッションができれば広報の武器になる可能性があると思います。2026 年以降はアジア競技大会の本番、リニアも開業するので、ここで開花させるような流れにしたいです。DVD の他に、アジア各国とのスポーツ交流、アジア版 Sport For Tomorrow の実施、アジアのアーティストによるアーティストインレジデンスがグローバルマーケットになるのかなと思います。
DVD 制作には堤監督に協力していただくので、それを活かし「外国人が住みたくなるまち」をテーマとした映像制作を名芸大や東海アクションプロジェクトと一緒にできることがあるかもしれません。2026 年のアジア競技大会を視野に入れ、非公式競技「コマ対戦」に市内の外国人居住者に参加してもらい、母国との連携をはかることも可能かと思います。SDGsへの取り組みとしては、堤ゼミとSDGsフォーラムを来年度以降展開していきます。子育てしやすい町ということで、ワールドこども食堂（仮称）を外国人の子どもも含めて月 1 くらいで開催して交流できる場をつくりたいと思います。
メディア計画の大元としてファクトブックの制作を提案します。地方自治体でファクトブックをつくっているところはほとんどありませんが、ファクトブックとブランドブックをかけあわせて化学反応を起こすようなファクトブックを外国人と市民が一緒になって作れたらと思っています。原型をつくり、定期的に更新してずっと続けていくもの、人が見て面白いものにしたいです。ファクトブックも広報ツールになりますが、既存の広報を発信するプラットフォームとしてつなげていけないかという考え方をまとめてみました。プリントメディアだと国際交流協会の会報、ウェブメディアだと国際交流協会の Facebook があります。ここに名芸大や東海アクションプロジェクトとの関係ができ、市民の皆さんと一緒に広報の元ネタをつくったらそれを関連しているところに発信して連携していく。このようにして露出機会を増やして外国人・市

民の皆さんに伝われば、外国人との接し方が浸透していくと思います。
来年度以降の DVD 制作は、堤監督と東海アクションプロジェクト、そして市民の皆さん・名芸大が関わってやっていきます。市民参加の手法として、企画提案をし、脚本を決定して制作していきます。東海アクションプロジェクトが映像制作をして、市民の方にも撮影協力や出演をしていただきます。

T 委員代理

ありがとうございました。何かご質問はありますか？

A 委員

10 年は長すぎではないですか。

事務局長

9 年目まで毎年更新して実現可能なことをやっていきます。10 年は理想のゴールと考えてください。

伊藤プランナー

10 年というのは確かに大きく変わります。その中で 3 期に分け、1 期毎に変化を見据えながらやっていけばいいと思います。

K 委員

「今後 10 年で変わりゆく北名古屋市」のイメージ図がぼんやりしたものに思えます。健康快適都市のイメージも今後変わるかもしれません。

事務局長

文化の衝突があるのが現実で、国の考えている政策とは少し違い、北名古屋市は守っていきたいと思っているので分かりづらくなっているのかもしれません。

伊藤プランナー

補足させていただくと、「豊かな地域社会での暮らしを共通の利益とする」と、資料に書かせていただきました。これが「この地域を守る」という意識なのです。外国人が地域の一員として一緒に地域力を高めていくという広報を展開することを資料に入れました。本音としては多文化共生の難しさはあると思います。

SK 委員

生活の様式だけでなく、日本文化の活動に外国人の方が入ったり、日本人が外国の文化に入っていけたらお互い理解できると思います。相手を知ると考え方や接し方が変わってきます。

W 委員

SDGsの 17 の目標をマークだけではなく、もう少し分かりやすく紹介したほうがいいのではないでしょうか。

伊藤プランナー

巻末資料で入れていきます。

O 委員

我々はこのプランにどのように関わったらいいのか、具体的に教えてほしい。

伊藤プランナー

DVD作成がきっかけになるので、意見がほしい・参加してほしいというのは来年度早々に出していき

ます。ファクトブックについては、北名古屋市の情報を得るためのアンケートを出す予定ですが、それは国際交流協会の事務局と相談しながら決めていくことになります。

TT 委員

DVD などを作成するうえで、外国人の方と一緒に暮していく中で困っていることを知ったほうがいいと思います。実際に隣人の料理時の匂いが気になるなど聞いたことがあります。

事務局長

理事会でもそのような話は出ています。文化の違いをお互いに伝えて理解していくことが、我々が今やっている広報の切り口です。問題解決につながるように、このプランでどのように表現できるかが重要になります。

IK 委員

北名古屋市に住んでいる外国人のコミュニティはあるのでしょうか。

事務局長

外国人の広報ネットワークをつくらなければいけないということで、市も協会もアンテナを高くしています。ネットワークの情報は入っていませんが、来年度は日本語教室の生徒さんに声掛けしてみようと思います。

T 委員長代理

まとめにはいりますので皆さん一言ずつお願いします。

UK 委員

それぞれが持つ文化を大切にしながら共生していきたいです。

KT 委員

外国人の方が日本人と上手に付き合っていけるようにしたいです。

MK 委員

外国人のお友達がいるので、困っていること・やってほしいことがあればやっていこうかと思います。

IK 委員

外国人でも市民と観光客では必要としていることが違うので、それもふまえながら広報戦略プランに携わりたいです。

O 委員

日常生活で外国人と接する機会がないので、この機会をきっかけに何か貢献できればと思います。

W 委員

外国人ともっとコミュニケーションがとれるようになれればいいなと思っています。

K 委員

外国人の大半は労働で来ているので、そこを加味したものを 4 月以降提案していきたいです。

YK 委員

最初は多文化共生なんてあり得るのかと思いましたが、目標に向かって考えるのは大切なことなのでぜひ協力していきたいです。

TT 委員

文化の違いを受け入れられるようになりたいです。

IT 委員

市民の意識を改革しないと何も始まらないような気がします。

SK 委員

お互いの文化を理解し認め合ってこそ地域の共生のルールが出来ると思うので、このプランがきっかけになればいいと思います。

S 委員

外国人が急に増える可能性もあるわけで、そうなると住んでいる市民との摩擦が生じ、大変なことになるのではないかと危惧しています。SOS センターなどの拠点づくりは早期から立ち上げる必要があるのではと思います。

H 委員

DVD の撮影を桜が咲く季節に行うといいと思います。

MI 委員

広報戦略プランをつくるうえで、名芸大が中心になっている気がしますがずっとここに住んでいるものにとってはあまり大きな影響はないと思っています。

IK 委員

名芸大は地域に存在している資産で閉鎖的な印象があったと思いますが、今は変わろうとしていて地域との連携や防災にも貢献しようとする動きがあります。使えるものは使おうという我々の発想です。大学が目立っていますが、あくまでも主役は市民の皆さんです。

TM 委員

シンボルコンテンツの制作にあたって、資料の中に外国人の方が参加するという文言がないので、参加するということを加えていただくとよりいいのかなと思いました。

TY 委員

日々外国人と暮らしていくのは大変なので、身近な問題を市の広報としても市民に伝えていく役割があるのではと今日の議論の中で感じました。

会長

色々なご意見ありがとうございました。私の考えですが、このプランは外国人向けとなっていますが、もともとは北名古屋市民向けにつくられ、市民の皆さんに読んでいただいてこのような世の中になりつつあることを知る必要がある、という強い思いがあって作られるのではないかと思っています。多文化共生に向けて協会も PR していきます。

T 委員長代理

広報戦略プランに関する意見・提案については、今後伊藤さんと事務局に任せていただき、プランをつめていきますのでご了承いただきたいと思います。

本日はありがとうございました。

発行 北名古屋市国際交流協会
Kitanagoya City International Association (KIIA)
北名古屋市役所西庁舎 4 階
〒481-8531　愛知県北名古屋市西之保清水田 15 番地
TEL　0568-22-1111　FAX　0568-25-1800
E-MAIL　info@kitanagoya-kiia.jp
URL　http://www.kitanagoya-kiia.jp/
FACEBOOK　https://facebook.com/kitanagoyakiia