

第5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11月16日（水） 13:30～15:30

場所：本庁舎2階 21会議室

出席：委員3名、事務局5名、北大3名

議題 「情報発信」、「居場所・居心地」、「雰囲気づくり」について

■ 今後の予定について

スケジュールの変更点

- ・第6回の議題を「フォーラム報告」「フォーラムに関連したキーワードの議論」、第7回を「今年度の確認」「検討委員会の成果報告」に変更。
- ・第7回は「今年度の確認」「検討委員会の成果報告」について他WGと合同で行う。

■ 前回までの振り返り

見習うべきとまこむの特徴

- ・編集者全員で企画を生み出すが、一方で編集作業は誰か一人が責任をもって行う。また、情報を発信することにより、読者に対して影響があることを自覚することが大切である。
- ・とまこむの特徴は身近で愛着を持たれるような地域の情報を発信している点である。

■ 情報発信のためのアイデア

既存のフリーペーパーを利用

- ・スポーツや食についての情報が掲載されている CoCot というフリーペーパーや、とまこまいイベント情報を載せている pressbank というフリー雑誌がある。pressbank (<http://tmk.preban.jp/>) に記載されている「とまこまいイベント情報」では月ごとのコンサートやイベントが紹介されている。費用がどれくらいかかっているかわからないが、市民ホールでも情報発信する際に参考にできる。
- ・文化芸術誌として単独で情報発信を行うよりもグルメ料理誌のように関心の高い雑誌に掲載した方が手に取られやすいのではないか。

チケット販売と連動した配布スタイル

- ・とまこむや CoCot は全戸配布する点が特徴だが、pressbank はコンビニなどに置き手に取ってもらう点が特徴である。

- ・ コンビニにフリーペーパーを置くことにより若者の目に留まりやすく、そのままコンビニでコンサートなどのチケットも買うことができるメリットがあるため、チケット販売の拠点と連動して情報発信した方がいい。

フリーペーパーに載せる情報のアイデア

- ・ 広告のみの内容だと見てもらえない場合があるため、広告も一工夫すると良いのではないか。例えば、コンサート情報の後にコンサートのついでに寄ることのできるお店の紹介を掲載するなど、他分野の情報と組み合わせた広告にすることで、人の目に留まるようになるのではないか。
- ・ 「市民ホールで飲食店の情報を知ったら割引になる。」といった新しい施設と飲食店が連携する仕組みをつくってもいい。
- ・ 広告会社にデザインやレイアウトを一任するのではなく、自分たちでデザインの一部分を作成するなど主体的に広告作成に携わることで、目を引く広告ができる。
- ・ 「子ども通信社」という組織をつくり、子どもに期間限定社員のようなかたちで仕事をもらい、子ども新聞を作ってもらいアイデアも考えられる。
- ・ 演奏家の素顔、劇団員の役作りや劇団設立の経緯などインタビューを告知と共に掲載することで、集客を狙うことができるだろう。

人と人がつながる情報を掲載

- ・ Kitara では大物アーティストが来るため、一年前からコンサートの日程などの情報がわかる。
- ・ 子どもが関わっていくような仕組みが考えられる。例えば、コンサート前では子どもが指揮者にインタビューをし、コンサート後は子どもにコンサートの感想を取材したものが掲載されるなど、イベントのレポートであっても魅力的な掲載の仕方があるのではないか。
- ・ コンサートの最新情報を活字でお知らせをするだけでなく、演奏家のプロフィール・人柄・写真など他の項目も載せることで、コンサートに惹かれる人もいると思う。
- ・ 最新情報だけでなく、コンサートの感想と感想を書いた人の顔写真を共に掲載することで、人の目に留まりやすくなるだけでなく、人と人がつながる起因にもなる。
- ・ お知らせだけを目的として情報発信をするだけでなく、パーソナルな情報などを情報発信することで、イベントの後も人のつながりが生まれるシステムは良いアイデアだと思う。

紙面以外の情報発信媒体のアイデア

- ・ 例えば、ヨガと検索するとヨガの情報について一括でわかるなど、各公共施設の情報がわかるようなアプリがあればいい。

- ・ 図書館の検索システムのような、どこに何があるかわかるシステムもよい。

「役立つ情報」の発信

- ・ 栗山町では駅と直結している施設に栗山町のイベント情報だけでなく「Kitara」「釧路市立美術館」「道民カレッジ」など他の市町村の情報が置かれていた。現在、苫小牧に他の市町村の文化的な情報を得る場所がないため、栗山町を見習って他市町村の情報を得られる状態にすることで、「役立つ施設」にする。
- ・ 「役立つ施設」とは新しい施設の情報が得られるだけでなく、例えば「週末どこに行こうかな」と思ったら新しい施設に行けば情報が手に入る」のような新しい施設以外の情報も得られる施設のことを指すのではないか。

新しい施設における掲示物の仕分け

- ・ コミュニティセンターで行われるイベントはコミュニティセンターで情報発信ができるが、その他の場所で行われるイベントはコミュニティセンターでは情報発信できない課題がある。
- ・ COCOTOMA では、ポスターが多く集まってくるが集まる量が多すぎて掲示できない。そのため、A4以上のペーパーは禁止などスタッフが選定して掲示している現状である。
- ・ フリーペーパーを一箇所に集約して掲示する必要はなく、トイレや通路など様々な場所に内容によって仕分けることも重要ではないか。
- ・ 野球部の部員募集ポスターのように継続的な掲示物といつ何があるといったイベントの掲示物といった期間により仕分ける方法がある。
- ・ 新しい施設ではどのような情報拠点を指すかを決め、情報発信する内容の優先度を定めないといけない。
- ・ 年間通して掲載する掲示物と期間限定の掲示物をエリアによって仕分ける方法や、コンサートや演劇などイベントのジャンルにより仕分ける方法がある。
- ・ 大学の掲示板の例では、みんなが作ってきたチラシを好きなように貼って良いため、競争かのように貼られてしまい、後から貼る人が後追いで他のチラシの上から貼られてしまい、乱雑な掲示板になってしまっている。例えばチラシにフォーマットを設け、そのフォーマットが守られていないチラシは掲載しないなど、ルールや仕組みを設けるべきだろう。

デジタルメディアとフライヤーによる仕分け

- ・ 集まる数が多いため、大量のゴミが出るフライヤーではなく、デジタル広告にすることも考えられる。
- ・ 人の温かみが出る情報はフリーペーパーで発信し、フレッシュで移り変わりが早い情報はデジタルで発信するなど情報によって使い分けることができるのではないか。

- ・ 情報発信のアプリを開発するとどこでも情報が手に入り、施設に人が来なくなるため、来館を仕向けるような発想が必要であろう。アプリ自体が悪いわけではなく例えば、「詳しくは新しい施設で」のように情報を限定して発信することで、新しい施設に向かわせる仕組みなどが考えられる。

情報発信のための居場所づくり

- ・ 情報発信したいが、その方法がわからない人と一緒に、印刷屋と連携して技術を学びながら広告を作成する印刷室のような居場所をつくり、そこで作った広告は掲示板の一等地に掲示できるシステムが考えられる。
- ・ 広告作成や技術を学ぶには時間がかかるから、しばらく滞在する理由ができ、居場所づくりにもつながる。

■ 居場所・居心地のためのアイデア

子どもや親が気を遣わず過ごせる居場所

- ・ 子どもといるとどうしても静かにできないこともあるため開放的な空間がよい。また、子供にケガをさせないこととお年寄りや車椅子の方のことを考えると、段差のあまりないバリアフリーな空間がよい。
- ・ イベントは室内のように囲いのある空間で行うことが多く、イベントが始まる前やイベントが終わった後に軽い会話をしたい子どもやお母さんがちょっとした時間に、飲食することができ自由に入れる居場所がほしい。レストランでのイベントの時は、会場が子どもと親で貸切りになり、自由に飲食することができる。
- ・ 他にうるさくしている子どもがいた方が、子ども連れの親の立場からすると周りに気を遣わず逆に安心できる。子どもや親が利用しやすいスペースを特別に用意するアイデアも考えられる。
- ・ 子どものために開放的な空間になりすぎると、安心できるとは反対に節度が保たれない空間になってしまう懸念もあるだろう。
- ・ 走り回ったり、ただ泣くだけの子どもなど年齢によって対応が変わってくる。子育て支援センターでも開放しているところがあるが、少し大きな子どもが占領していると、小さい子どもがいる親は利用しにくい状況になってしまうこともある。

居場所づくりのターゲット

- ・ 居場所づくりの方法として、誰もが利用できる一つの空間を作る考え方と、特定の人物の特性にあった空間をそれぞれ設けることで全体として誰もが利用できる空間を作る考え方があるだろう。
- ・ 可児市のように、小さい子どもがいる家族が来る日を設けるなどイベントごとにターゲット

ットを決める方法もある。

- 子どもやお年寄りあるいは障がい者に焦点が当てられることが多いが、働いていて家庭もある大人にも焦点を当てる必要がある。働き世代の大人がちょっと休みたいと思ったときの居場所がないため、非日常的な空間で活動や休憩など何かをして過ごせる居場所がほしい。
- 現在、お年寄りがリタイアした後のサードプレイスがないのは、働き世代の時にも行く場所がなかったためだとも考えられる。働き世代のサードプレイスという視点は重要であるように思う。

大人一人で過ごす非日常的な空間

- 現在ある施設の中でも時間によっては利用されていない部屋がある。例えば、鑑賞部会から出ていたアイデアとして「空き部屋活用不動産」というものがある。これは団体による空き部屋活用を促すものだが、一方で個人の居場所として提供することも考えられるのではないか。
- 例えば、アドバイスをもらいながらポスターを作れる場所、アルテピアッツア美唄のように踏み入ただけで非日常を体験できる場所、江別市総合体育館の広葉樹が生い茂る場所のように、ただ居場所を提供するだけでなく、一人でじっとしているわけではない「素敵な場所」にする必要がある。
- 苫小牧市では図書館やパブリックホールなどで落ち着いたり休んだりできるが、アルテピアッツア美唄のような非日常的な体験ができる場所がない。
- 最初は非目的な空間でも慣れてくると日常になってしまう。例えば、苫小牧市民からするとチ・カ・ホにある通路横のカフェは非日常的な場所だが、札幌市民からすると普段どおりの日常的な場所であるように思う。
- 非目的な居場所として苫小牧には大型商業施設があるが、人が多くてうるさいことや明るすぎるなど賑わいがあり落ち着けるような場所ではない。カフェも通行人の人目が気になり落ち着かない。
- 日本人はお祭りなど人が集まっている方が好きな民族であり、例えば子どもが遊んでいるところを見て元気になる人もいるため、一概に非日常的な場所に静かさを求めてもいけないようにも思う。
- 居場所づくりにおいては、静かな場所なのか賑わう場所なのかという場所の質を考える視点が重要だろう。新しい施設では人がたくさん来ることを目指しているため、あまり静けさを求めすぎてもよくない。にぎわいがある場所という認識で考えるのが良いのではないか。
- 非日常的な場所や空間にするには、椅子や机などのインテリアやオブジェクトも一般的ではなく非日常的にするべきである。
- 時間によりガラッと変わる空間も考えられる。例えば、夕方までは子どもで賑わうため

の場所だが夜は大人が楽しめる場所や午前と午後で雰囲気が異なる空間などが考えられる。

- ・ うるさいと感じるのは音がする理由がわからないからであり、例えば電車の中での通話の声は何を話しているかわからないので気になる一方で、**Face to Face** の会話はあまり気にならないことが多い。つまり、騒音はボリュームの問題ではなく、その音が発生する状況の問題である。新しい施設でも、テーマやイベントを設けた空間を作ることで、子どもが騒いだり吹奏楽やヒップホップの練習をすることに対して理解が得られるのではないか。

新しい施設の開館時間

- ・ 活動 WG では、施設の開館時間に関して 23 時までの開館が現実的ではないかという話が出た。また、毎日でなくとも吹奏楽部の合宿や年越しイベントなど予約制で施設を夜通し開放するアイデアも出た。
- ・ ニューヨークにあるクライスラー・ビルディングのように、外から見るとミラーになる窓があれば、ダンサーやストリートミュージシャンなどは屋外空間を 24 時間使える。
- ・ 働いている人からするとサードプレイスとなる施設が 21 時に閉まるのは早いと感じる人が多いように思う。23 時まで開館していた方が働き世代としては良いのではないか。

■ 雰囲気づくりのためのアイデア

人が訪れやすい雰囲気づくり

- ・ フロントスタッフや裏方スタッフなど人材に関して、挨拶と話しかけられる機会を増やすことで、人が訪れやすい雰囲気をつくとよい。
- ・ 施設のスタッフも仕事があるため、来館した人のお話を聞く専用の仕事をつくるアイデアも考えられる。例えば、バーのようにずっといても良い場所を設けるなどである。

「見せる事務所」で近づく距離感

- ・ みんなの森ぎふメディアコスモスの窓口は、スタッフの仕事場がお客さんの方にオープンなレイアウトになっており、カウンターを挟んだスタッフと来館者の距離感を近くしている。また、カウンターに曲線を使っているところが効果的になっている。
- ・ 建設現場などもどのような技術や仕事をしているのか現場を見せるようになってきている。岐阜の事例ではオープンな事務所を見せている「見せる事務室」となっていて敷居がなくてよい。
- ・ ぎふメディアコスモスの事例の良い点は、スタッフと利用者の間だけでなく、課を超えてスタッフ同士の距離感も近い点が良いように感じた。
- ・ 地下鉄白石駅直結の白石区役所は商業施設と連携しており、新しい施設の雰囲気づくりの参考になりそうだ。機会があれば見学などもしてみたい。

■ 検討委員会の進捗について

事例についての確認

- ・ 茅野市民館は市民参加の活動事業ができたが、苫小牧でも同様にできるとは限らない。まずは事業を始動させ、いきなり高い目標を設定せず段階的に事業を企画する。
- ・ 苫小牧市として、他の市町村からも来館を狙うのか、苫小牧市民に向けた施設にするのかというスタンスを決める必要がある。札幌との役割分担を考えた時に、新しい施設は「苫小牧市民に向けた施設・市民が活躍できる施設」と「札幌や苫小牧のイベント情報を知る拠点」の役割になってくる。

■ 今後のスケジュール

次 回（第6回）：12月19日（水）13:30～@本庁舎2階21会議室

次々回（第7回）：2月22日（水）13:30～@市役所2階21会議室