シビックプライドの効果及び向上手段に関する基礎研究

戸田市の理想の未来をカタチにするワークショップ実施報告書

株式会社読売広告社 / 戸田市政策研究所

目次

1　共同研究について 1

1.1　研究概要

1.2　研究背景

1.3　ワークショップ企画実施の背景

2　ワークショップ概要..... 3

2.1　ワークショップ企画概要

2.2　全体スケジュール

2.3　参加者人数・属性とグループ分け

2.4　ワークショップでの使用ツール

2.5　事前事後アンケートの実施

2.6　当日のプログラム

3　グループワーク結果 6

3.1　ワーク①：戸田市の良いところ、悪いところの洗い出し

3.2　ワーク②：戸田市の理想の未来をレゴブロックでカタチにする

4　総括：シビックプライド醸成の手段に関する示唆（仮説）.....13

4.1　総括①：各グループのシビックプライド醸成にむけたポイント

4.2　総括②：考察とまとめ

5　Appendix 16

1　共同研究について

1.1　研究概要

人口減少時代においては、定住人口を獲得し続けることには限界があり、人口増加が続く戸田市においても、いずれ人口減少へと転じることが予想されている。このようななか、シティセールスを通じて定住人口の獲得を目指す戸田市としては、市外からの転入促進を目指した施策から、既存住民の転出抑制を重視する施策へとシフトしつつある。また、住民の転出を抑制するためには、住民がまちに愛着を持ち、よりよい場所として感じるような「シビックプライド[1]」の向上が不可欠な要素と言われている。しかし、シビックプライドに関しては、その言葉自体が独り歩きしている感もあり、その効果や向上する手段等が明らかにされていないのが現状である。

株式会社読売広告社（以下、読売広告社）が 2015 年 12 月に実施したシビックプライド調査の自治体ランキングにおいて、戸田市は「共感」評価で第1位、「誇り」「人に勧めたい」評価で第4位という非常に高い評価となった。

この調査発表を契機として、読売広告社と戸田市は、2018 年 1 月 25 日に「戸田市と株式会社読売広告社の共同研究に関する協定書」を締結した。同協定では、「シビックプライド分野での共同研究により、社会に貢献し、地域社会の発展及び市民サービスの向上に寄与する」ことが目的として記されている。

本研究は（1）既存調査からシビックプライドに関連する要因の洗い出しを行い、（2）行政だけでなく住民の実態や感覚を把握することで、（3）シビックプライドを中心とした構造（要因と効果）を「見える化」する――ことを目的に、上記の協定をベースに実施するものである。

1.2　研究背景

2015 年国勢調査によると、前回（2010 年）調査に比べて人口が 94 万7千人も減少し、1920 年の調査開始以来、初めて減少したとの結果が示された。また、全国 1,719 市町村のうち 1,416 市町村（82.4%）で人口が減少しており、現時点では人口増加が続く戸田市もいずれ減

---

[1] 市民が都市に対してもつ誇りや愛着を言うが、日本語の郷土愛とは少々ニュアンスが異なり、自分はこの都市を構成する一員でここをより良い場所にするために関わっているという意識を伴う。つまり、ある種の当事者意識に基づく自負心と言える（引用：「シビックプライド 都市のコミュニケーションをデザインする」より）。

少へと転じることが予想される。そこで、今後は市外からの新住民獲得を目指したアウタープロモーションを重視する姿勢から、既存住民の転出抑制等による人口維持を目指した、インナープロモーションを強化する施策づくりへの転換が求められている。

このようななか、戸田市では 2016 年4月に「戸田市シティセールス戦略改訂版（以下「改訂版戦略」という。）」を策定し、重点プロジェクトとして「インナープロモーションの更なる強化」を掲げ、2016 年度の市制施行 50 周年記念事業を皮切りに、シビックプライドの向上を目指して積極的に取り組んでいるところである。

一方で、2015 年 12 月に読売広告社が実施したシビックプライド調査の自治体ランキング [2] では、戸田市はシビックプライドの評価指標である「共感」が第1位、更には「誇り」や「人に勧めたい」の評価指標においても第4位という結果となり、シビックプライドの高い地域として評価された。そのため、2015 年度までのシティセールス戦略（第1ステージ）で重視していた「競争」の流れから、改訂版戦略後（第2ステージ）では住民のまちに対する「共感」をいかに広げるかの住民重視の戦略に、上手くシフトチェンジできているように思われた。

しかし、2018 年3月に同社が実施した「シビックプライドリサーチ 2018[3]」の調査結果による自治体シビックプライド・ランキングでは、大幅にランキングが下降しており、評価を大きく落としている。今後も、戸田市のシティセールスが成功の階段を駆け上がっていくためには、シビックプライドの向上は必要不可欠であり、そのためにも今回の調査結果に対する原因を綿密に分析し、向上するための手段を検討していくことが必要である。

1.3　ワークショップ企画実施の背景

現在戸田市で行われている事業や催し物について、改めて洗い出したところ、評価の高かった 2015 年前後は、市制施行 50 周年という特別な時期としてさまざまなイベントが行われていたものの、以降は民間の活動や通常の催し物に委ねられているものが多い。ネットワークのある旧住民はともかく、毎年戸田市に転入してくる新住民にとって、新たなつながりを作っていく機会は限られているようである。

---

[2] 「都市生活者の居住エリアによる特性分析を可能にする CANVASS-ACR 調査（2016 年 10 月 26 日発表）」2015 年 12 月実施、東京 50 ㎞圏に住む男女 4,800 人に対し、「シビックプライド分析モデル」の再確認と、自治体別の比較を実験的に行うことを目的として実施。

[3] 関東（1都6県）及び関西（2府4県）の人口 10 万人以上の 151 自治体に居住する 20～50 代の男女 8,475 人に対し、2018 年3月にインターネットによる調査を実施。

戸田市のような「人口増エリア」では新旧住民ともに「地域のつながり」がシビックプライド醸成に重要だとされている[4]。また、戸田市は流入人口が多い反面、短期間で転出する人口も多い。これまでの読売広告社の研究によれば、シビックプライドは5年以上居住するかどうかで違いが出てくるという分析結果もあるため、短期間で転出する住民を少しでも減らすことがシビックプライドの向上につながる、という考え方も出来る。戸田市は特にブランド力のある地域ではないため、転入してきた新住民をどのように地域に取り込むか、持続的な取組みを継続しない限り、まち全体の意識（シビックプライド）を維持向上させることは難しいとも考えられる。

新旧住民のつながり、意識の差を踏まえながら、地域住民の関係作り（地域のつながり）をサポートしていく仕組みをどのように構築していくのか。この課題に対するヒントを得ることを本研究は目的として、今回のワークショップを企画した。

2 ワークショップ概要

2.1 ワークショップ企画概要

研究背景にある通り、新旧住民の意識差を考慮し、戸田市地元出身者（旧住民）と転入者（新住民）の双方が参加し、より多様性を踏まえた視点で、戸田市のシビックプライド醸成に必要な要素の示唆を得られる設計とした。

また、今回のワークショップでは、シビックプライド醸成に必要な要素を可視化しやすく、参加者の発想力を引き出す手段として、ブロック玩具である“レゴブロック”を用いて、戸田市の理想の未来をカタチづくることをメインワークとして実施した。

2.2 全体スケジュール

2019 年 2 月 11 日にワークショップを実施した。当日のファシリテーターと全体プログラムは主に読売広告社が、リクルート・作品展示については主に戸田市政策研究所が担当した。

＜全体スケジュール概要＞

・対象者リクルート期間：2018 年 12 月下旬～2019 年 2 月初旬

・事前アンケート実施期間：2019 年 2 月 4 日～2 月 11 日　※当日実施前まで

・ワークショップ実施日時：2019 年 2 月 11 日　13 時～19 時　@あいパル　※交流会含む

・創作レゴブロック作品の展示：2019 年 3 月 1 日～3 月 15 日　※戸田市役所 2 階エントランス

・事後アンケート実施期間　：2019 年 3 月 1 日～3 月 15 日

・運営主体：読売広告社、戸田市政策研究所

---

[4] 読売広告社発行 CANVASS REPORT 2017 より

2.3 参加者人数・属性とグループ分け

12 人の市民が参加し、性別と居住歴によってグループを以下の4つに分けた。

グループ		No	性別	年齢	居住年数
A	男性 地元・転入混合 グループ	1	男性	20代	3
		2	男性	30代	34
B	女性 地元 グループ	3	女性	20代	22
		4	女性	30代	31
		5	女性	20代	24
C	女性 転入・居住歴"長い" グループ	6	女性	30代	5
		7	女性	50代	27
		8	女性	30代	9
		9	女性	40代	15
D	女性 転入・居住歴"短い" グループ	10	女性	20代	3
		11	女性	40代	3
		12	女性	20代	1

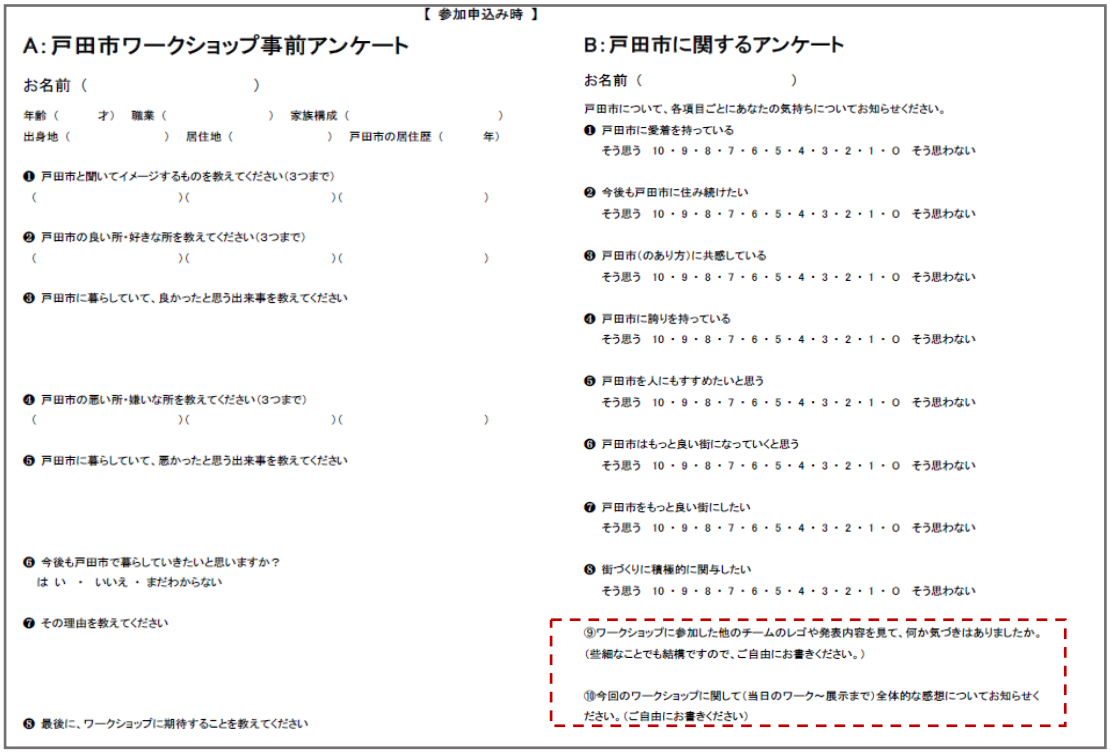
2.4 ワークショップでの使用ツール

企画概要にて前述の通り、メインワークにおいて、レゴブロックを利用した（具体的な活用場面は、当日のプログラムを参照）。また、対象者及び出席者が、各グループでの対話、レゴブロック作品創作の過程の振り返りを行いやすくする為、グラフィックレコーディング*を実施した。

*グラフィックレコーディングとは、議論の内容や流れを視覚化（ビジュアル化）し参加者へ共有する手法

2.5 事前事後アンケートの実施

対象者条件（地元・転入者／性別／居住歴）の確認、及び戸田市へのシビックプライド評価の確認の為、ワークショップの前後でアンケートを実施した。



【 参加申込み時 】

A：戸田市ワークショップ事前アンケート

お名前（　　）

年齢（　　才）　職業（　　）　家族構成（　　）
出身地（　　）　居住地（　　）　戸田市の居住歴（　　年）

❶ 戸田市と聞いてイメージするものを教えてください（3つまで）
（　　）（　　）（　　）

❷ 戸田市の良い所・好きな所を教えてください（3つまで）
（　　）（　　）（　　）

❸ 戸田市に暮らしていて、良かったと思う出来事を教えてください

❹ 戸田市の悪い所・嫌いな所を教えてください（3つまで）
（　　）（　　）（　　）

❺ 戸田市に暮らしていて、悪かったと思う出来事を教えてください

❻ 今後も戸田市で暮らしていきたいと思いますか？
はい　・　いいえ　・　まだわからない

❼ その理由を教えてください

❽ 最後に、ワークショップに期待することを教えてください

B：戸田市に関するアンケート

お名前（　　）

戸田市について、各項目ごとにあなたの気持ちについてお知らせください。

❶ 戸田市に愛着を持っている
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

❷ 今後も戸田市に住み続けたい
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

❸ 戸田市（のあり方）に共感している
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

❹ 戸田市に誇りを持っている
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

❺ 戸田市を人にもすすめたいと思う
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

❻ 戸田市はもっと良い街になっていくと思う
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

❼ 戸田市をもっと良い街にしたい
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

❽ 街づくりに積極的に関与したい
そう思う　10・9・8・7・6・5・4・3・2・1・0　そう思わない

⑨ワークショップに参加した他のチームのレゴや発表内容を見て、何か気づきはありましたか。
（些細なことでも結構ですので、ご自由にお書きください。）

⑩今回のワークショップに関して（当日のワーク～展示まで）全体的な感想についてお知らせください。（ご自由にお書きください）

アンケートでは、シビックプライド評価主要項目を聴取した。事後アンケートにおいては、他グループのワーク結果をみての感想、ワークショップに参加しての全体的感想、の2つの自由回答設問を追加して行った（上表中　赤枠点線内）。なお、事後アンケートについて、対象者状況により、12 人中 5 人しか回答が得られなかった為、本レポートにおいて、ワークショップ参加による参加者のシビックプライド評価の変化については、言及しない。

2.6 当日のプログラム

当日のワークショップは、以下表の通り実施した。

■タイムテーブルとワーク概要

14:00	05	**■はじめの挨拶**
		戸田市政策秘書室　室長　櫻井
14:05	05	**■シビックプライド概念のインプット　街への愛着・誇り・共感について**
		読売広告社　R&D 局　局長代理　上野
14:10	10	**■本日のワークショップの目的・プログラム・T ファシリテーター＆グラレコ紹介・連絡事項**
14:20	10	**■アイスブレイク「レゴブロックの高積み」**
14:30	20	**■レゴブロックで自己紹介**
14:50	30	**■戸田市の良い所・悪い所洗い出し**　（街評価シート / 付箋 2 色：Good・Bad）
		・個人で付箋に書く
		・シートに分類しながら共有＆ディスカッション
15:20	10	**■良い所・悪い所の全体共有**
15:30	10	**■休憩・後半ディスカションするテーマの選定**
15:40	25	**■各テーブル　設定テーマについてディスカション**
		・5 年後、戸田市はどうなっていて欲しい？
		・Good を伸ばし、Bad を改善する。5 年後の暮らしのシーンをイメージするワーク
16:00	35	**■戸田市の理想の未来をレゴブロックでカタチにしよう！**
		・その街での暮らしのシーンをレゴブロックでカタチにする（1 人 1 シーン）
		・シーンにタイトルをつける
		・全員のシーンを並べてみて、この街にタイトルをつける
16:35	20	**■レゴブロック作品のプレゼン**（各自つくったシーンを説明：1 分×3 名・街のタイトル）
16:55	05	**■終了の挨拶**
		戸田市政策秘書室　室長　櫻井
17:10		**■交流会**
18:30		終了

3　グループワーク結果

3.1 ワーク①:戸田市の良いところ、悪いところの洗い出し

シビックプライドリサーチ知見である、シビックプライドに影響を与える 11 項目(1.住民の教育/文化/道徳レベルの高さ 2.日常生活の利便性 3.施設・景観など近隣環境の良さ 4.地域の人とのつながり 5.自然環境の良さ 6.行政の情報発信 7.街のシンボル 8.街の外からの評価 9.人が集まる場所 10.街にゆかりの人やモノ 11.街の発展性)について、各グループにて付箋紙(黄色:良い、青色:悪い)を使って良いところ、悪いところの洗い出しを行った。

＜全体傾向＞

全体的に特に多く意見があがったのは、「施設・景観など近隣環境の良さ」「日常生活の利便性」の 2 項目であった。つづいて「住民の教育/文化/道徳レベルの高さ」「街にゆかりの人やモノ」に対する意見が多くなった。いずれのグループにおいても総合的にはポジティブポイントの方がネガティブポイントよりも多くあげられた。ただし、実際の対話内容・量については、地元出身者で構成される B グループでは、「住民の教育/文化/道徳レベルの高さ」についてネガティブな指摘が多かったり、転入者・居住歴長い C グループでは、教育機関などについての改善を求めるような発言も多く聞かれた。

■ポジネガポイント(付箋掲出)カウント表

	A：男性 地元・転入混合			B：女性地元			C:女性 転入居住長い			D:女性 転入居住短い			
	ポジ	ネガ	合計	ポジ	ネガ	合計	ポジ	ネガ	合計	ポジ	ネガ	合計	合計
施設・景観など近隣環境の良さ	2	1	3	6	3	**9**	7	11	**18**	6	5	**11**	**41**
日常生活の利便性	7	5	**12**	4	3	7	2	3	5	6	4	10	**34**
住民の教育・文化・道徳レベルの高さ	2	0	2	0	6	6	4	4	8	1	2	3	**19**
街にゆかりの人やモノ	3	2	5	3	0	3	5	0	5	4	1	5	**18**
地域の人とのつながり	1	1	2	3	0	3	3	2	5	4	2	6	16
自然環境の良さ	4	0	4	5	1	6	1	2	3	1	2	3	16
街の発展性	2	3	5	1	0	1	1	5	6	2	0	2	14
街の外からの評価	2	1	3	2	0	2	4	1	5	1	2	3	13
街のシンボル	4	0	4	3	1	4	2	0	2	0	2	2	12
行政の情報発信	1	1	2	0	1	1	1	1	2	4	2	6	11
人が集まる場所	1	3	4	0	0	0	3	2	5	0	0	0	9
合計	29 63%	17 37%	46 100%	27 64%	15 36%	42 100%	33 52%	31 48%	64 100%	29 57%	22 43%	51 100%	203 100%

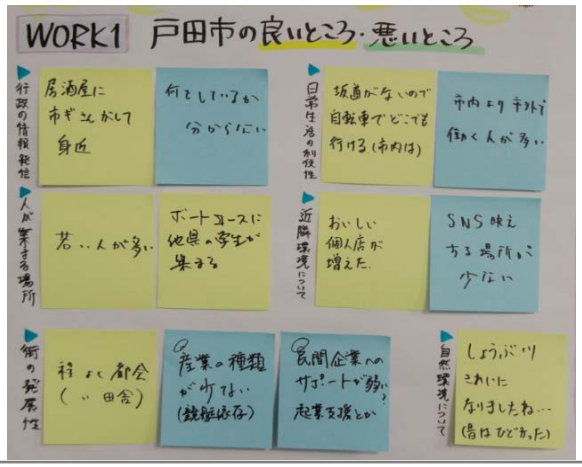
※黄色太枠項目は、ワーク②でテーマした項目

	件数		割合	
	ポジ	ネガ	ポジ	ネガ
施設・景観など近隣環境の良さ	21	20	51%	49%
日常生活の利便性	19	15	56%	44%
住民の教育・文化・道徳レベルの高さ	7	12	37%	63%
街にゆかりの人やモノ	15	3	83%	17%
地域の人とのつながり	11	5	69%	31%
自然環境の良さ	11	5	69%	31%
街の発展性	6	8	43%	57%
街の外からの評価	9	4	69%	31%
街のシンボル	9	3	75%	25%
行政の情報発信	6	5	55%	45%
人が集まる場所	4	5	44%	56%

※橙色セルはポジポイント、青色セルはネガポイントが多かった項目

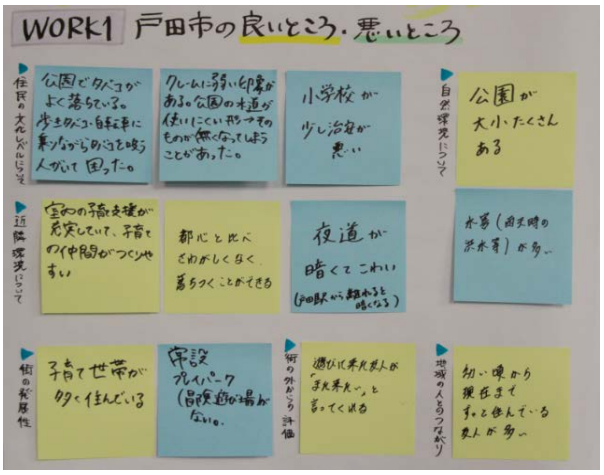
＜各グループごとの傾向＞

■A グループ



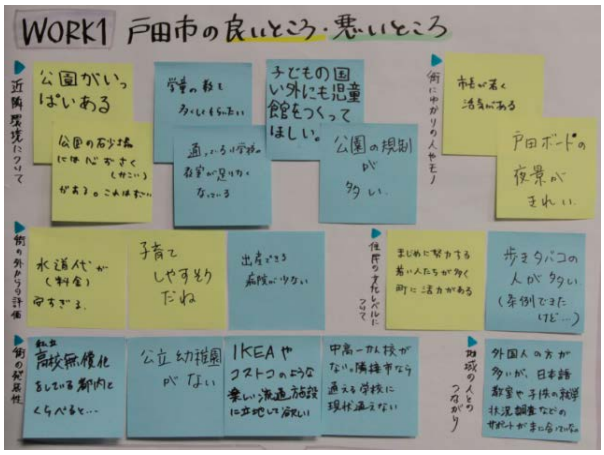
居住歴 30 年以上の地元出身者も含まれるグループのため、施設やイベント等、戸田市の伝統的な資産についてポジティブな意見があがった。また、都心でもないが田舎でもないほどよい雰囲気を評価している。目立って強いネガティブ意見はあまりみられなかったが、対外的に自慢できることが少ないことが悪いところとしてあげられた。

■B グループ



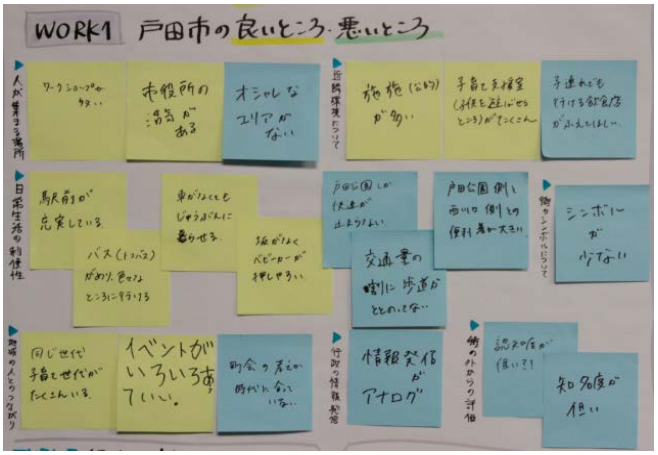
地元グループというだけに、良いところとして、伝統的な資産である「ボートコース」「花火大会」などがすぐにあがったり、市全体の雰囲気を含めてポジティブな印象をもっている。一方で、従前から対外評価としても指摘される「治安の悪さ」についても多くの意見が交わされた。「治安の悪さ」については、幼少期から実態として感じる場面を経験しており、根深い問題として捉えている。

■C グループ



居住歴の長い人が多いためか、人（住民）に関してのポジティブな評価が多くみられた。住民の活動力、まじめさ、活力、市民活動など、表現はさまざまな形で見られる。一方で、転入者、外国人、障がい者、子供などにとってはまだ改善の余地が残るという指摘もあった（例　子供の遊べる公園や児童館の数、外国人の相談所　など）。学校や幼稚園などの施設、商業施設、病院など、施設に関しては不足している（市内にない）、という声も多くきかれた。

■D グループ



ハード面では、都心に近く、駅前は店舗などとともに公園や子育て支援施設なども多く便利という印象はほぼポジティブだったが、駅前から離れると利便性に差があるという意見や競艇場の雰囲気が苦手、暗いところがあるといった意見も見られた。ソフト面では、市の情報がオープン、町内アナウンスある、などの点はポジティブだが情報発信の仕方がアナログという意見も（TOCO プリは認知している人としてない人がいる）見られた。また、地域の人との交流機会が少ない、マナーの良くない人が散見されるといった意見もあった。

3.2　ワーク②:戸田市の理想の未来をレゴブロックでカタチにする

■A グループ

担当テーマ:『街のシンボル』

良いところ 悪いところ

・起伏のないフラットな土地

・ボートコースは、悪いイメージもあるが、一方で、自然環境を楽しめたり、伝統的な資産でもある

もっとよくする／改善するポイント

・戸田ならではの資産、ボートコースをポジティブなシンボルとして確立する

・交流人口を意識した仕掛けをつくる

戸田タワー

高台がない戸田市において、豊かな公園の緑や水辺の景色が楽しめる“街のシンボル”として、ボートコース周辺に「戸田タワー」をつくります。戸田公園駅からのアクセスとしてモノレールを整備。ボートレースを楽しむ人たちに加え、県外からもさまざまな世代が集う施設として、街の賑わいを生み出す場所になります。

■B グループ

担当テーマ:『住民の教育/文化/道徳レベルの高さ』

良いところ 悪いところ

・治安の悪い実態
・治安の悪いイメージを作り出す人達と環境

もっとよくする／改善するポイント

・気軽に参加できるコミュニティで立場の弱い人を内にこもらせない
・良い環境を保ちたくなる、デザイン、仕組みの構築

愛着が育つパブリックスペース

<作品①>	<作品②>	<作品③>	<作品④>
きっかけから生まれるコミュニテイ	のれる車の博物館	皆でキレイを保ちたくなる空間	デザインから明るい公園

市の課題としてあがった"治安環境の悪さ"について、<1.ヒト>立場が弱い人なども参加しやすいきっかけやコミュニティづくり、<2.モノ>街や市民の気持ちを明るくしてくれるデザイン性の高いモノ（設備等）づくり、<3.環境>単にキレイな環境をつくるのではなく、市民がそのキレイな環境を保ちたいと思わせる仕組みづくり、の3つに取り組むことが必要であることを４つの暮らしのシーンで表現しました。

■C グループ

担当テーマ:『地域の人とのつながり』

良いところ
悪いところ

・転入者、外国人、障がい者、
子供などのよりどころが少ない

もっとよくする／
改善するポイント

・いろいろな人が楽しく住みやすい
街になって地域でつながっていくこと

色んな人の遊びゴコロあつまるまち

<作品①>

来るだけで
皆が笑顔な場所

<作品②>

みんなでのびのび
冒険遊びの場

<作品③>

健常者・障害者
分け隔てない居場所

<作品④>

外国人も明るく
暮らせる町/みんなが
集まれる場所のある町

<作品⑤>

みんな平等な町

外から戸田市に転入し、比較的長く暮らしているＣグループでは、参加者それぞれが明確な問題意識を持っていたため、当初は別々に「戸田市の未来」を考えていました。しかしワークショップの中でお互いの考える未来の共通点を見つけ、「こども」「障がい者」「外国人」など、どのような人であっても平等に楽しく暮らせる街にしたい、という思いを形にしました。

■D グループ

担当テーマ:『行政の情報発信』

良いところ
悪いところ

・街の情報のタッチポイントや人とのつながりを持つ機会が少ない

もっとよくする／
改善するポイント

・情報発信がしやすく
・見る人にも伝わりやすく
・それらを介してつながり作り

発する 見つかる つながる

＜作品①＞	＜作品②＞	＜作品③＞	＜作品④＞
市民が 発信する街	見つかる 戸田市	絆♡ コミュニテイ	戸田市 動物園

戸田市居住歴の比較的短い方々が集まったDグループの課題感は、街の情報源が分かりにくいということでした。
アナログ・デジタルを問わず、掲示板やWebアプリなどを使った情報発信が誰でも気軽にできて、その情報が見つけやすく・使いやすい。さらにその情報を元に人とのつながりができる街を表現しました。

4　総括：シビックプライド醸成の手段に関する示唆（仮説）

4．1　総括①：各グループのシビックプライド醸成にむけたポイント

・男性　地元層は、ハード面の整備と対外的評価向上が『誇り』醸成に

Ａグループ（男性・地元と転入混合）については、ハード面に関する意見が他グループに比べて多くあがり、ワーク②では「街のシンボル」をテーマに設定、「戸田タワー」を創作した。地元者も含むグループであることから、街の現状について認知が高く、歴史ある資産を活用したい、という意識が強いように思われた。また、「戸田タワー」で県外からの集客も意識している通り、対外的評価向上による交流人口の増加・街の活性化が理想の戸田市像に必要と考えている。シビックプライド SEM モデルにあてはめると、「人がたくさん訪れる施設」「市外の人からも話題になるような施設」づくりによって“対外的評価”を形成し、『誇り』の向上につなげていくことが重要と捉えられる。

・女性　地元層は、社会道徳意識向上の仕掛けづくりが『愛着』醸成に

Ｂグループ（女性・地元層）については、ワーク全体を通して、「治安」に関する意見が多くあげられ、ワーク②では「住民の教育・文化・道徳レベルの高さ」をテーマに設定「愛着が育つパブリックスペース戸田」を創作した。地元出身者が含まれたＡグループと同様に、歴史ある街の資産の認知が高かったが、それ以上に従前からつづく治安問題を根本的に解決したいという意識が強くみられた。なお、対外的評価（イメージとしての治安の悪さがよくないなど）はほぼ意識しておらず（そもそも対外的評価について全般的に意識は低い）、純粋に住民として良い環境を求める傾向がみられた。地元出身者として、幼少期から治安問題に実際に直面し、体験してきたことも要因として大きい。シビックプライド SEM モデルにあてはめると、「弱い立場にいる人を考慮したコミュニティづくり」「ハード・ソフトの両面から自然と良い環境づくりに参画したくなる仕掛けづくり」から、“社会道徳に対する住民の関心”をあげていくことによって治安が改善され、『愛着』が向上すると捉えられる。

・女性　転入　居住長い層は、住民の多様性を踏まえた場の提供が『共感』醸成に

Ｃグループ（女性・転入・居住歴長い層）については、自身で選択して戸田市を選んで居住し、かつ居住歴も長いということもあり、ワーク全体を通し住民（人）に対するポジティブな意見が多くきかれた。また、唯一 30 代 40 代 50 代と3年代が参加したグループであり、ライフステージや活動シーンも異なるためか、多様な視点からの評価がきかれたが、その中でも対話の中で共通項となった“住民（人）”に注目、「地域の人とのつながり」をワーク②のテーマとした。そして「色んな人の遊びゴコロあつまるまち」を創作した。学校教育、子育て、公共施設、制度面、など様々な評価対象となる事柄はあるが、結局は、それらに関わるあらゆる人が、街での

生活を楽しく感じられることこそが重要と考えている。シビックプライド SEM モデルにあてはめると、「多様なバックグラウンドをもった人が分け隔てなく楽しく過ごせる場の提供」が“地域のつながり”を産み、『共感』が向上すると捉えられる。

・女性 転入 居住短い層は、行政の適切な情報提供が『共感』醸成に

D グループ（女性・転入・居住歴短い層）については、全員転入してから 3 年以内と短いこともあり、対外的に知られている街のイメージ評価や、資産（施設など）に関することよりも、普段の生活行動シーンに紐づいた事柄についての意見が多くを占めた。中でも居住歴が短く、地域とのつながりがまだ十分でないこと、街の知識も十分でないことから「行政の情報発信」についての意見も多く、それをワーク②のテーマに設定した。そして「発する 見つかる つながる」を創作した。C グループと同様、「地域の人とのつながり」を重視しているが、D グループは、これからつながりをつくるために必要情報を得られるタッチポイントのあり方を重視している。転入者の多さから同じ子育て世代がいることはわかってはいるが、実際につながれる場があるのか、あるとすればそれは何をみればわかるのか、そしてそれは、みたくなる・わかりやすいものなのか、といったより具体的で実行しやすいかどうかもポイントとしている。シビックプライド SEM モデルにあてはめると、「自治体によるユーザーインサイトを深く捉えた情報提供プラットフォーム」が“地域のつながり”を産むマッチングの役割を果たし、それを経て『共感』が向上すると捉えられる。

4．2 総括②：考察とまとめ

今回、性別（男性・女性）、地元出身別（地元出身者・転入者）、居住歴（長い・短い）別でのグループ分けを行い、戸田市の理想の未来像についてワークを行った中で、以下のような気づきがあった。

・シビックプライド向上については、男性は『誇り』、地元出身者は『愛着』、転入者は『共感』を意識する傾向がみられた。

・地元出身者は、歴史ある資産や従前から続くイメージに対して“改善・発展”することがシビックプライド向上につながると考える。

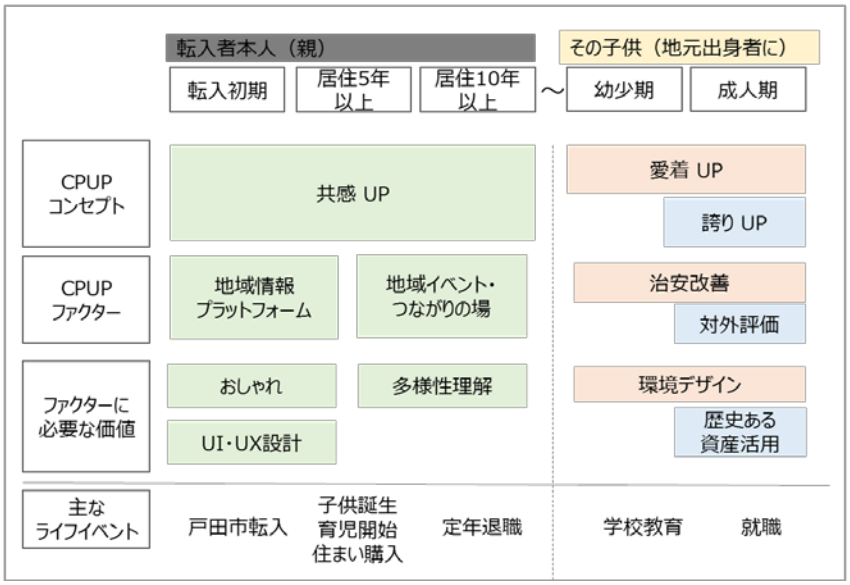
・一方、転入者は、地域の人とのつながりを“充実”させることがシビックプライド向上につながると考える。

・同じ転入者であっても、居住歴が長い人は、どのような人も受け入れる場や機会のあり方に、一方、居住歴が短い人はそのような場や機会の情報提供のあり方に対する意識が高い。

上記の気づきにある通り、地元出身者と転入者、転入者の居住歴によって、シビックプライド構造が異なることは、ある一時点でのシビックプライドを捉えることだけではなく、市民の戸田ライフ（人生・生活）を全体的にとらえた「シビックプライド醸成の過程」の理解も重要であることを示唆しているといえる。すでに一部の自治体では実施例があるが、以下のようなカスタマージャーニー視点でのマップを作成し、ターゲットと具体的に必要になるシビックプライドファクターを整理することで、戸田市ならではのシビックプライド醸成方法を共通解として見える化しておくことも有用かもしれない。

＜以下は今回ワークショップでの仮説（一部抜粋）をもとにした簡易マップ＞

◆20代・30代 戸田市転入ファミリー（子供有り）のCPUPに向けた簡易的ジャーニーマップ ※イメージ



いずれにしても、事後アンケートでもある通り、参加した市民同士でも他グループの戸田市への意識が異なることに発見があったとされることから、新旧住民の意識差の把握の手段ということだけでなく、新旧住民のつながりと相互理解の場としてもこのようなワークショップが意義を持つと考えられる。

まとめ

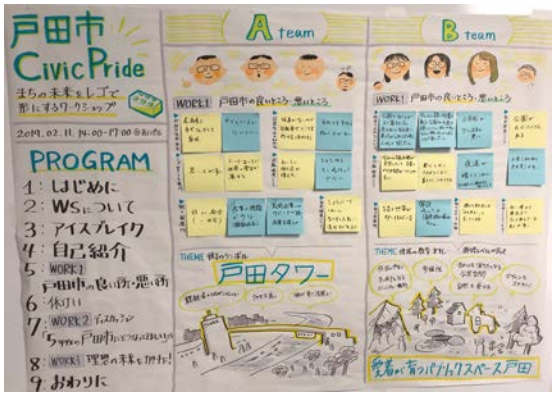
今回のワークショップでは、同じ戸田市民であっても、その属性によってシビックプライド醸成の構造が異なることを確認することができた。企画背景にある通り、転出入の多い戸田

市では、転入してきた人にいかに長く住んでもらうか、ということが1つの大きな課題ではあるが、その為には仮説としてもあげていた「地域の人とのつながり」が重要な要素となることがわかった。ただし、居住歴によって、そこに求められる価値や仕組みは異なり、シビックプライドの向上には、ターゲット設定の仕方自体もよく考慮する必要がある。そして、ターゲット特性を深く捉え、各ターゲットが求める“地域の人とのつながり”とは何か？をより具体的に体系立てて掘り下げていくこと重要といえる。

5 Appendix

＜ワークショップ実施風景＞

＜グラフィックレコーディング風景＞



＜戸田市役所 エントランス 作品展示風景＞

＜事前事後アンケート結果＞

（事後評価が上がったケースが赤字、下がったケースが青字）

事前事後回答分 （「そう思う」を10点、「そう思わない」を0点として）

					戸田市に愛着を持っている		今後も戸田市に住み続けたい		戸田市（のあり方）に共感している		戸田市に誇りを持っている		戸田市を人にもすすめたいと思う		戸田市はもっと良い街になっていくと思う		戸田市をもっと良い街にしたい		街づくりに積極的に関与したい	
ID	グループ	性別	年代	居住歴	事前	事後	事前	事後	事前	事後	事前	事後	事前	事後	事前	事後	事前	事後	事前	事後
1	A	男性	20代	3	6		6		6		5		7		8		7		7	
2	A	男性	30代	34	6		6		5		1		10		10		6		6	
3	B	女性	20代	22	10		10		8		10		10		10		10		10	
4	B	女性	30代	31	7	**9**	8	8	4	**6**	5	**6**	8	**6**	6	**8**	9	**10**	9	**10**
5	B	女性	20代	24	10		9		9		10		10		9		10		8	
6	C	女性	30代	5	8	**9**	10	10	9	9	9	9	9	9	9	**10**	10	**9**	10	**8**
7	C	女性	50代	27	10	10	10	10	9	9	10	10	9	**8**	10	10	10	10	10	**9**
8	C	女性	30代	9	10		8		10		10		10		10		10		10	
9	C	女性	40代	15	10	10	8	8	6	**7**	7	**8**	9	**10**	8	8	9	9	8	**9**
10	D	女性	20代	3	8	8	8	8	7	7	8	6	7	7	10	10	10	10	9	**10**
11	D	女性	40代	3	10		10		5		7		8		7		10		10	
12	D	女性	20代	1	6		5		8		3		6		9		7		8	

＜事後アンケート　フリーアンサー回答抜粋＞

「Q.ワークショップに参加した他のチームのレゴブロックや発表内容を見て、何か気づきはありましたか。」

・愛着が生まれる街になるために、住民はお客様意識から参加者、当事者へと意識を変えることが大切だと感じました。地域のコミュニティを活性化し、もっとより良く住みやすくなるためにも、子どもが真ん中に存在しているプレーパークの活動はとてもよいと思います。幼少期にたっぷり遊んだ場所、通り道、お店にこそ、愛着が湧くと思います。ゆっくりと長い目で愛着心を育てるためにも、プレーパークだけではなく、街全体が子どもの居場所となるような、遊びがあふれた街になることを願っております。

・特徴のあるグループ分けだったので、それぞれの立場や視点からの意見が聞けて、とても新鮮でした。3 グループは最後に 1 つのテーマを表現しましたが、発表を聞き、一人一人の意見も反映されていて、皆さん自分の意見も発しつつ、相手の意見も受け入れる姿勢が見えて、これからもっと戸田市が良くなる希望や期待が感じられました。

・みんなのレゴブロックを合わせると見応えのあるレゴブロックになりました。街も色々な方がそれぞれの思いを発揮することで良くなって行くことでしょう。

・自分が想像していたよりも皆さん戸田市への愛が強く、もっとこうしたい、こうなってほしいという思いが強く感じられた。

「Q.今回のワークショップに関して（当日のワーク～展示まで）全体的な感想についてお知らせください。」

・レゴブロックに惹きつけられて息子と参加させて頂きましたが、若い世代の方とお話ができてとても楽しかったです。いきいきとした活動を個人でされている方々が、戸田には多いと思います。その力を地域でもなにか役立てるような仕組みやチャンスがあるとよいのかなと思いました。グラフィックレコーディングの絵の雰囲気がとてもやわらかく素敵でした。1回だけのワークショップでなく、継続して、行いたかったなと思いました。貴重な経験をありがとうございました。

・街づくりのイメージ化に、レゴブロックを使うという斬新な手法にまず目からウロコでした。またグラレコもあったことで、視覚からの情報も多く、全体の進行が分かりやすかったです。展示もレゴブロックがある事で、何だろう！と惹きつけられるし、そこに市民の意見がありのままに展示されているので、興味持ってくれる人が増えると良いなと思いました。戸田市にこのような内容についてのシンクタンクがある事にもびっくりしました。

・子供を主体にして、子供と親の組み合わせでのワークショップを企画すれば、もっと普段参加しない方の参加を促せるかもしれないと思いました。

・レゴブロックを使ったのは久しぶりで頭をフル回転させながら有効な時間を過ごせた。子供が遊べるスペースやお菓子も置いてあって良かった。テレビ放映があるとのことだったが、なんの番組で何時から放送とのアナウンスがなく見逃してしまった。