

# 事業計画

|       |                              |
|-------|------------------------------|
| 事業名   | 松戸のイメージ向上のための<br>コミュニケーション事業 |
| 団体名   | まつどのこもりかた。編集部                |
| 事業担当課 | 総合政策部 広報広聴課<br>シティプロモーション担当室 |

|  |
|--|
| 事業概要   |
| 子育て世代前の若者を対象に松戸ゆかりの女性が市内の店舗や場所を紹介して、松戸に暮らす人のあたたかさや地域のつながり・住みやすさが感じられるWebサイト「まつどのこもりかた。」を提供し、松戸への関心を高めます。 |

|        |   |
|--------|---|
| 松戸市の課題 | 松戸市の「恐い人が多い」「女性の一人暮らしは心配」など治安に対するネガティブな印象を払拭し、「安全な街」、「地域とのつながりが強い街」、「おしゃれな街」を当サイトにてPRします。松戸に興味を持つ機会を増やし、「松戸の暮らし」を共感してもらうことで、20~30歳代の世代が松戸市に「行ってみたい」「住んでみたい」という思いを増幅させるとともに、中・長期的には若年層の地域に対する愛着や転出の抑制、定住へと繋げていきます。<br><br>【松戸市の課題】 <ul style="list-style-type: none"><li>・治安が悪い</li><li>・若者の松戸市に対する関心が低い（若者の関係人口が低い）</li><li>・若者向けや単身向け世代へのアプローチ・事業展開が不足している</li><li>・おしゃれな街のイメージがない</li><li>・コロナ禍で地域経済が停滞している</li></ul> |
| 事業の目的  | 「地域への関係意欲」や「愛着」は、インフラ整備などの物理的な施策だけで解決するのは困難であり、松戸市民の感情や心に訴えかけるようなコミュニケーション戦略が必要だと考えます。当サイトは、 <u>若者自身が制作し、若者自らの目線で選んだ</u> 、市内の地域に根差した店や人々の会話、風景や雰囲気に着目し、松戸の魅力の掘り起こしを行います。また、協働事業として取り組むことで、広い視野を持って、取材時や広報活動など松戸市が連携している大学・企業・地域団体との交流を図ることができます。「 <u>若者の地域に関わる力</u> 」の意欲を持続的に高めていくことを目的とします。  |
| 事業内容   | 地元の人々と触れ合う写真やトークを交えて紹介する超地域密着型Webサイト「まつどのこもりかた。」を通じて、若者目線の松戸の多様な魅力を発信します。<br><br>1 Webサイトの内容<br>松戸にゆかりのある女性と地元の店舗や場所を映像美と会話を交えて掲載<br>松戸ゆかりの女性の採用により「女性が1人でも安心して暮らせる」、「おしゃれで楽しいライフスタイル」といった部分を見せること、松戸での日常の過ごし方、地元の人との会話を掲載することで、治安等の不安を取り除き、住みやすい街・明るく楽しい街であることを訴求していきます。<br><br>2 Webサイト（Twitter、Instagram含む）公開までの流れ<br>(1) 情報収集（随時）→SNS・地域性・店舗状況等を勘案  |

|                | <p>(2) 店舗下見、撮影交渉（撮影日の約1～2カ月前）、編集会議<br/> (3) モデル探し＆事前説明（約1カ月前）<br/> (4) 撮影事前準備（機材の準備・設定、メイク・衣装調達など）<br/> (5) 撮影→設営、メイク、テスト撮影、料理、モデル＆店長取材、本番撮影<br/> (6) 編集会議、インタビューのまとめ<br/> (7) HP作成・編集→内容確認（店舗、モデル）→公開</p> <p><b>3 スケジュール（2022年度）毎月1回更新（12回）</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>具体的な取り組み</th><th>実施体制・対象・場所等</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4月</td><td>「まつどのこもりかた。」5月号</td><td>取材・撮影・記事作成</td></tr> <tr> <td>5月</td><td>「まつどのこもりかた。」6月号</td><td>取材・撮影・記事作成</td></tr> <tr> <td>・・・</td><td>（中略）</td><td>・・・</td></tr> <tr> <td>3月</td><td>「まつどのこもりかた。」4月号</td><td>取材・撮影・記事作成</td></tr> </tbody> </table> <p><b>4 Webサイト「まつどのこもりかた。」の周知</b><br/> 松戸市が発信する広報媒体を活用し、市公式HPやSNSで本サイト情報を発信するとともに、市内の施設・団体・飲食店にもチラシを配布します。</p> |             | 具体的な取り組み | 実施体制・対象・場所等 | 4月 | 「まつどのこもりかた。」5月号 | 取材・撮影・記事作成 | 5月 | 「まつどのこもりかた。」6月号 | 取材・撮影・記事作成 | ・・・ | （中略） | ・・・ | 3月 | 「まつどのこもりかた。」4月号 | 取材・撮影・記事作成 |
|----------------|---|-------------|----------|-------------|----|-----------------|------------|----|-----------------|------------|-----|------|-----|----|-----------------|------------|
|                | 具体的な取り組み  | 実施体制・対象・場所等 |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |
| 4月             | 「まつどのこもりかた。」5月号   | 取材・撮影・記事作成  |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |
| 5月             | 「まつどのこもりかた。」6月号   | 取材・撮影・記事作成  |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |
| ・・・            | （中略）  | ・・・         |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |
| 3月             | 「まつどのこもりかた。」4月号   | 取材・撮影・記事作成  |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |
| 事業の目標          | 本サイトは「見られること」が指標になり、TwitterやInstagramのアカウントフォロワー数を増やしていくことが関係人口やファンの獲得に繋がるものと考えます（2021年9月時点でのTwitterのフォロワー数：214人、Instagramのフォロワー数：749人）。2022年度は両アカウントフォロワー数1,500人を目指に、本サイトのファンを増やすことで、結果的に市内外から松戸に愛着を持ち、市域を超えた地域交流も生まれることを目指します。  |             |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |
| 協働の必要性<br>(団体) | <p>下記①～②により子育て世代前の若者の関係人口を増加させ、中・長期的に松戸市への愛着・シビックプライドを醸成し、松戸で接する機会を増やすことで、いざれは松戸市が目指す人口の増加へと繋げていけると考えます。</p> <p>① 「まつどのこもりかた。」のメリット（信頼度向上）<br/> ・市の広報媒体の活用と市内の大学等地域の団体との協力・連携<br/> 松戸市が発信する広報媒体を活用して周知を図るとともに、学官連携により、大学施設内で「まつどのこもりかた。」のチラシを配布してWebサイトにご出演頂くモデルを募集したいと考えています。大学側からも、学校がある松戸市がどんな街なのかを学生が知るための良いツールとなること、また、モデルとして地域貢献できることは学生にとってもいい経験となるとの観点から、好意的に協力頂いています。なお、ハラスメント予防として、学生との直接コンタクトは取らず、大学職員を通しての連絡体制を徹底するとともに、取材等の活動時においても十分配慮していきます。</p> <p>② 双方のメリット（PRの相乗効果）<br/> 松戸市の広報媒体を利活用し、松戸市に興味を持った方（検索・閲覧した方）に「まつどのこもりかた。」の情報を誘導することで、ターゲットである若者目線での松戸のイメージ向上を図っていきます。さらに、本サイト（Webサイト、Twitter、Instagram）が多くの方の目に触れることで、松戸を知ってもらい、松戸の安全性をアピールできること、また、おしゃれな街まつど検討会をはじめとした様々な市の活動と連携していくことで、相乗効果が図れると考えます。</p>                 |             |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |
| 協働の必要性         | 松戸市のメリット<br>松戸市では、主に子育て世帯や高齢者の世代向けの政策が多く、若年層や単  |             |          |             |    |                 |            |    |                 |            |     |      |     |    |                 |            |

|           |  |
|-----------|--|
| (市)       | <p>身世帯に対象を特化したアプローチが足りず、このことは定期的に実施している市民ニーズ調査の年齢別回収率にも顕著に表れています。「まつどのこもりかた。」では、サイトのデザインやレイアウト、人の表情や店の外観・商品等を映す写真の質も高く、市ではなかなか実現できないレベルかつ若者目線で Web サイトや SNS を作成・運営しています。公益・公平性の観点から松戸市が特定の事業者に着目していくことは難しいこと、また、次代を担う若者をターゲットとした視点で、若者が自ら作り上げるサイトを立ち上げることは難しいことから、「まつどのこもりかた。」の編集部が主体的に動きつつ協働することで、理想的な形で民間活力を高めていきます。</p> <p>また、新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない状況にあるため、国や県から発出される対処方針や要請等に留意し、飲食店を取り上げる際には店舗の営業状況を十分確認するよう求めるなど、本事業を通じてコロナ禍で特に厳しい状況が続いている主に個人経営の飲食店等を応援し、地域経済の活性化にも繋がるようなプロモーション活動に取り組むことができると考えています。</p>                         |
| 事業実施の役割分担 | <p>① 「まつどのこもりかた。」編集部</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・<u>松戸に住む人々の人柄や人の繋がりが見えるような店の調査・選定・撮影交渉、モデルの募集、スケジュール管理・調整</u></li> <li>・Web サイト運営（システム管理、画像等のアーカイブ、メンテナンス等）</li> <li>・記事作成（撮影、ヘアメイク、インタビュー、コンテンツ作成等）</li> <li>・松戸出身メンバーの専門性を活かした役割分担（広告代理店=Web サイト運営、全体管理・調整、カメラマン=撮影、美容師=衣装・ヘアメイク）</li> </ul> <p>② 担当課：シティプロモーション担当室</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市の広報媒体を活用した本サイトの認知拡大</li> <li>・協力団体へのアプローチ・紹介、選定するお店や地域のアドバイス</li> <li>・Web サイト運営の補助（サイト内容の精査、画像提供など）</li> <li>・関係機関との連携、インターネットプレスリリースの活用</li> </ul> |
| 今後の展望     | <p>本サイトは SNS アカウントの運用のみで限定的な PR に留まっており、若年層のファンは増加しているものの、まだ知名度は高くありません。引き続き、松戸市と協働で取り組んでいくことにより認知度をアップさせ、サイトをより充実したものに発展させていきます。また、過去 1 年間の活動の中で「あのお店が好きです」「美味しい店を紹介してほしい」などの声を頂くことがありました。こうしたメッセージをきっかけとして、松戸市民とのエンゲージメントを高め地元に隠れた魅力を発信すること、さらにはお客様の感想などにも触れ、双方向の情報発信により掲載価値を高め、長期的には本サイトにスポンサーがつくような、安定した運営へと繋げていきます。</p> <p>松戸市と「まつどのこもりかた。」編集部が協働し、互いに強みを活かして弱みを補完し合い、松戸のまちの魅力を多角的に伝えていくことで、“<u>行きたいまち</u>”から“<u>住みたいまち</u>”へ、結果的に若い世帯が松戸を選び、「安心して住み続けていけるまち」、「地域力の強いまち」、「皆で支え合うやさしいまち」として成長していく一助になりたいと考えています。</p>                 |

## 事業の予算計画

(単位 : 円)

### 【労力換算（限度額算入）】

| 区分 | 科 目       | 予算額       | 積算内訳           |
|----|-----------|-----------|----------------|
| 団体 | 労力換算額 (A) | ¥ 521,700 | ※別紙 労力換算計算書 参照 |

### 【收 入】

| 区分              | 科 目          | 予算額       | 積算内訳             |
|-----------------|--------------|-----------|------------------|
| 団体              | 団体拠出金        | ¥ 80,020  | 事業費の一部を団体の会計より拠出 |
|                 |              |           |                  |
|                 |              |           |                  |
|                 | 自己資金の合計額 (B) | ¥ 80,020  |                  |
| 市               | 協働事業負担金 (C)  | ¥ 500,000 |                  |
| 合計額 (D) = (B+C) |              | ¥ 580,020 |                  |

### 【支 出】

| 区分              | 科 目           | 予算額       | 積算内訳   |
|-----------------|---------------|-----------|--|
| 負担金の交付対象経費      | 報償費           | ¥ 180,000 | モデル報酬<br>その他出演者報酬<br>10,000円×12回/年<br>3,000円×20人                                     |
|                 | 消耗品費          | ¥ 126,000 | チーク、ヘアスプレー、ネイルなどの化粧品類<br>撮影対象品<br>撮影備品<br>2,500円×12回/年<br>5,000×12回/年<br>3,000×12回/年 |
|                 | 印刷製本費         | ¥ 34,020  | お店専用チラシ印刷<br>配布用チラシ印刷<br>紹介用カード印刷<br>10円×100枚<br>3.1円×10,000部<br>10.1円×200部          |
|                 | 使用料及び賃借料      | ¥ 7,000   | Webサーバ使用料<br>3,500円×2回/年   |
|                 |               | ¥ 1,000   | ドメイン使用料<br>1,000円×1年   |
|                 | 委託費           | ¥ 220,000 | ギャラリー増築、ページ修正などのSE委託<br>配布用・お店用チラシなどの制作物デザイン<br>30,000円×4回/年<br>50,000×2回            |
|                 | 対象経費の合計 (E)   | ¥ 568,020 |  |
|                 |               |           |  |
| その他の外経費         | 食糧費           | ¥ 6,000   | モデルお弁当<br>500円×12人   |
|                 | 交通費           | ¥ 6,000   | モデルの交通費<br>500円×12人  |
|                 | その他経費の合計額 (F) | ¥ 12,000  |  |
| 合計額 (G) = (E+F) |               | ¥ 580,020 |  |

### 【チェック項目】

- 1 協働事業負担金 (C) が、対象となる経費 (E) 欄の90%以内であること。
- 2 協働事業負担金 (C) が、自己資金 (B) 欄に労力換算額 (A) 欄を加えた額を超えないこと。
- 3 協働事業負担金については、50万円を上限とする。

## 労力換算計算書

(単位:円)

| 項目             | 換算額       | 積算内訳                     |
|----------------|-----------|--------------------------|
| 活動計画           |           | 人数 × 時間回数 × 925円         |
| カメラマン撮影        | 88,800 円  | 1 人 × 8 h × 12 回 × 925 円 |
| ヘアメイクモデルセットアップ | 88,800 円  | 1 人 × 8 h × 12 回 × 925 円 |
| 全体ディレクター       | 88,800 円  | 1 人 × 8 h × 12 回 × 925 円 |
| 投稿準備、作業        | 66,600 円  | 2 人 × 3 h × 12 回 × 925 円 |
| 写真レタッチ         | 55,500 円  | 1 人 × 5 h × 12 回 × 925 円 |
| 記事編集           | 33,300 円  | 1 人 × 3 h × 12 回 × 925 円 |
| お店打ち合わせ        | 66,600 円  | 3 人 × 2 h × 12 回 × 925 円 |
| モデル打ち合わせ       | 33,300 円  | 3 人 × 1 h × 12 回 × 925 円 |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
|                |           | 人 × h × 回 × 925 円        |
| 合 計 (A)        | 521,700 円 |                          |