

● はじめに

まず、今回のやましなさんプロジェクトでお世話になった株式会社インサイトハウスさんについて説明する。インサイトハウスさんは山科にある地域密着型の不動産会社である。インサイトハウスさんの経営理念は「地域に笑顔を創り共に心豊かに暮らす」というもので、心豊かな暮らしを追求されている。また、「心豊かな街を創る」というヴィジョンで心豊かな街創りを行っている。

そこで、私たちやましなさんプロジェクトに与えられた課題は「山科のイメージを変え、山科の魅力を発信し、山科の価値を高める」というものだった。山科について特に印象がなかったり、魅力を感じにくかったりする人も多いと思うが、そんなイメージを変え、山科にすでにある魅力を発信するような活動を行ってきた。

そして、このプロジェクトの上位目標を「山科の活性化・魅力の発信」と定め、それに伴い「山科への移住者を増やし、インサイトハウスさんの利益を上げる」ことを究極目標とした。

これらの目的を達成するために①フリーペーパー②SNS (Instagram・Facebook) ③イベント④インタビューとアンケートという、4つの手段を活用することにした。そして、プロジェクトを始動する前に、これら4つの手段それぞれに対して計画を立てた。

最初に立てた計画について、まず、フリーペーパーは最終成果物として10月10日をめどに完成させるという計画を立てた。SNSについては山科の魅力を発信する。イベントについては8月中に実施する。インタビューとアンケートについてはインタビューに行ったお店をSNSにあげ、アンケートはあらかじめ用紙を作っておき、インタビュー先で受けてもらうという計画を立てた。

しかし、プロジェクトを進めていくにつれて、修正した計画がいくつもあった。まず、10月10日を完成目標としていたフリーペーパーについては、9月中に本格的に取り掛かることができず、10月に負担がかかり、結果的に完成したのは10月31日となった。毎日発信を目標としていたSNSはネタが尽きる、フォロワーの方にとっても飽きがこないようにと考え、週2回程度の発信に変更した。イベントに関してはプロジェクト始動時にどういう風にアプローチするのかを決めていなかったため、イベントに「参加する」という形を取り、イベントの内容をSNSで発信した。インタビューとアンケートに関してはほとんど計画を修正することなく、プロジェクトを進めることができた。

● インタビュー活動記録

これから、主に8月中に行ったインタビュー活動の内容を説明する。

インタビュー活動では、山科の魅力を発信を目的に、主に山科の飲食店の方にインタビューを行った。インタビューさせていただいたのは「Lion CAFE」「山科肉バル MEAT HAMMER GRILL」「スイス菓子ローヌ」「燻製マーケット」「4 Spice Kitchen」「旬彩おく村」「マリヤンヌ」「天むす唐むす かぼり」「りとるすとーん」「Smile Kitchen Jiku」「麵バル Sante et Beaute」「BurAN CAFE」「CAZAN」「グリルバード」「Lodgepole」の15件の飲食店の方と、「やまぎきそろばん教室」の山崎誠さんである。飲食店の方がほとんどだ

ったが、お忙しい中時間を割いてくださり、20~30分ほど質問に答えていただいた。インタビューは質問担当と写真担当に分かれて行い、インタビュー中の様子とインタビューの内容をSNSで発信した。インタビューでは山科のことだけでなく、仕事に対する質問もさせていただき、それぞれの方の仕事に対する思いなど、踏み込んだ質問にも答えていただいた。

#### ● インタビュー活動を振り返って

インタビュー活動で大変だったのは事前準備である。まず、インタビュー先をインターネットで探したり、山科の方にオススメのお店を紹介してもらったりして、16件に絞った。また、実際にそのお店に足を運び、インタビューの日時のアポ取りを行った。その後、インタビュー先のお店について下調べを行なった。どれくらい事前に調べてきたかは相手にも伝わると思うので「よく調べてきているな」と思ってもらえれば協力的な姿勢で質問に答えてくれると感じた。次に大変だったのは会話である。インタビューを進めていく中で、会話がうまく続かないときが多々あった。そこで、インサイトハウスの戌亥さんにアドバイスを頂いた。そのなかで印象に残ったのは「相手の関心に関心を寄せるのが大切」というものだ。そのアドバイスを頂いてから、どれだけ相手の方に話したいことを話してもらおうかということ意識しながらインタビューを行った。また、会話が途絶えないように事前に聞きたい質問を覚えていき、なるべくメモを見ずに、相手の方との会話を楽しむことを心がけた。そして、ボイスレコーダーに録音したインタビューの内容を文字におこし、SNSでの発信や、フリーペーパーの作成に使用できるようにした。

インタビュー活動を通して分かった山科の魅力は、山科の方の山科への愛着である。フリーペーパーにも掲載したが、アンケート結果から20人中19人が山科に対して愛着を持っているということが分かった。そして、山科には魅力的なお店が集結しているということだ。若い人は河原町など栄えている都市部に行きがちだと思うが、山科にもおしゃれなカフェや飲食店が沢山ある。それに加えて地域の繋がりが強いので、コミュニケーションも楽しむこともできるのがインタビュー活動を通して分かった山科の魅力である。

#### ● フリーペーパーの制作

フリーペーパーを制作するにあたり、「インスタ映えを求め、お洒落な飲食店が立ち並ぶ都市部に流れてしまう若者を山科区に集客する」ということをコンセプトとして設定し、主なターゲットを10代、20代の若年層に設定した。ここでは、フリーペーパー制作にあたって、工夫した点、配布先について報告する。

まず初めに、デザイン、シナリオを考案する際に工夫した点を2点挙げる。

1点目はデザインの面において画像を多く使用し、文字を少なくするという点である。このように考えた理由として、文字より画像の方が視覚情報として印象に残りやすいのではないかと考えたためである。旅行のガイドブックや飲食店を中心に扱った雑誌をイメージとした。

2点目は、後援企業であるインサイトハウスさんの紹介ページを設けることである。理由として、インサイトハウスさんは一般的な不動産会社にはない特徴や、山科を盛り上げるための取り組みをされているため、我々の設定した上位目標及び、究極目標を達成するために必要な紹介だと考えたためである。しかし、後援企業であるため単に会社の宣伝と捉えられてしまうという我々と読者との間で認識の違いが起こる可能性があることも考

えられる。

次に、フリーペーパーの配布先について報告する。インタビュー先、長期プログラムの参加者、同世代の友人に対してフリーペーパーを配布した。インタビュー先には25～50冊ずつ置いていただき、お客様にも配布していただくようお願いした。長期プログラムの参加者、同世代の友人に配布した狙いとしては、彼らの殆どが山科区外に住んでいるため、山科区外への発信に繋がるということに加え、フリーペーパーで紹介したお店に足を運んでいただき、自身のSNSで発信をしていただくことにより、さらなる山科区外への発信、そしてターゲットである若者を山科に集客することが期待できるということである。そのようにして、山科の魅力が拡散されていくことにより、結果として山科の地域活性化に繋がるのではないかと推測している。

実際に、インタビュー先に完成物を持っていた際には、「お客さんにも配るわ」や「このフリーペーパーを使って山科の魅力発信に協力します」などのコメントをいただいた。また、同世代の友人に見てもらった際には、「今度このお店に連れて行って」というコメントをいただき、ターゲットである若者にも受けたという手応えがある。

#### ● プロジェクトの反省点

今回のプロジェクトの反省点として、実際に我々の活動がどのくらい目標を達成することができたのかというフィードバックを得られなかったことが挙げられる。

原因として、活動期間の短さとインタビュー先の方々との関係の薄さが考えられる。もっと店主さんとの信頼関係を築き、フリーペーパーを持って来店された方には何か特典を付けていただくなどの協力を得ることができていれば、我々の成果物がどのくらい山科の集客に貢献したのかというフィードバックが数字として得られた可能性があったと考える。

#### ● プロジェクトの今後について

フリーペーパー制作をメインに活動をする、インタビューに要する時間、制作に費やす時間そしてフィードバックを得る時間が必要となり、約5か月という期間では結果を得ることは難しいということが判明した。

何を最終的な目標とするのか次第ではあるが、次年度のやましなさんプロジェクトにおいて広報活動の結果を得ることまでを目標とするのであれば、今回の反省点をふまえ、フリーペーパー制作のみにこだわらず、様々な広報のツールを使い、「きょうのやましなさん」というプロジェクトが山科の地域活性化を担うものとして、独立していくことを期待する。