

【生徒の意見、提案など】	生徒からの質問	【市長の考えなど】	担当課
<p><b>【遊びに来たくなるまち西尾】</b> 西尾市には、「西尾の抹茶」や「一色産うなぎ」などの地域ブランドに認定された特産品、幡豆や吉良、一色地区などの美しい海岸線や佐久島など地域資源や観光地がたくさんあります。土日も、観光のために西尾市を訪れる人を見かけることが多くなってきたように思います。特に、夏の「西尾かき氷」は、若い人たちが西尾市を訪れたり、カフェめぐりするなど注目されていたと思います。また、「まーちゃ」などのゆるキャラもそろっていて、市内外に観光をアピールすることができる素材がたくさんあります。しかし、各店舗が個々にPRしている印象があり、西尾全体の知名度向上にはつながっていません。今はインスタ映えするスポットなども各地で話題となっているので、SNSやPR動画などを上手く使い、若い人たちがもっと西尾を訪れていただけるような仕掛けをすれば、まちに活気も出てくると思います。多くの特産品や自慢できる観光地、ゆるキャラを上手く組み合わせ、「面白そう」「食べてみたい」「見てみたい」と遊びに来たくなるような情報を発信してはどうでしょうか。</p> <p><b>【提案1】</b> SNS・動画を用いた情報発信です。若い人にとって、遊ぶときに情報源とするものはSNSです。インパクトのある動画を活用しまちの知名度が上がったという例もあります。例えば、「まーちゃ」など西尾市のゆるキャラを登場させ、特産品を使った小さな子どもたち向けの「簡単おやつ作り」や「料理番組」などの動画を配信するのはどうでしょうか。また、動画の中で、地元の食材や特産品を使ったレシピを一般公募したり、コンテストを開催することも面白いと思います。レベルの高いレシピは、市内飲食店関係者の皆さんに協力してもらい、実際に店舗で提供してもらえば、提案した人も西尾のまちづくりの担い手になれます。</p>	<p><b>【質問1】</b> 多くの人たちへの情報の拡散が見込めるSNSを活用し、西尾市公式アカウント「にしおじかん」で西尾市の魅力をPRしているとのことですが、皆さんからの評判はいかがですか。また、情報を発信する際に気をつけている点などあれば教えてください。</p> <p><b>【質問2】</b> 動画配信による市のPRは、多くの市や町で行われており、主に移住・定住を増やすために実施されています。ユーモアさを優先させれば、ゆるキャラを用いた方法もひとつだと思いますが、西尾市のように風光明媚な地域では、ドローン等による迫力ある映像を使うなど、自分のまちにしかない地域資源の魅力を伝えていくことも効果的だと思います。この考えについて市長の意見を聞かせてください。また、動画を制作する場合は、若い人たちや女性の意見も必要だと思いますが、市民と一緒に作り上げていくことは可能ですか。</p> <p><b>【質問3】</b> これまでに地元農作物等を使って商品化した品はありますか。あれば教えてください。また、地元農作物等を用いたコラボ商品は、計画の段階から、農協や市内の店舗などが集まり、企画案を考える必要があると思います。商品化について、課題があれば教えてください。</p>	<p><b>【市長】</b> 行政が行う事業としては、「にしおじかん」は好評をいただいていると感じています。行政機関が何かやる時は、どうしても中立性、公平性という配慮が必要になります。例えば、SNSで「抹茶のスイーツを売っている〇〇店です」と投稿した場合、情報を知らない人に対しては西尾の魅力を伝えていますが、見方によっては、特定の店が儲かるように市役所が手を出していると捉えられる場合もあるということです。硬いこと言うともできませんが、何をやっても良いかというは、やはり配慮が必要となります。にしおじかんについては、西尾市の公式アカウントではありませんが、公式っぽくないように心がけています。それが良い評価につながっていると感じています。 動画配信について、動画を作ることは市をPRするには有効な手段のひとつではありますが、見た人に印象深く残ってもらうためには、パンチの効いた動画にしないといけないと思っています。見て感心してもらっただけでは、その人の記憶に残らないと思います。パンチの効いた動画を市役所が作ろうと思うと、やはり批判が出ると思います。柔軟な視点で一般の方が動画をアップした方が、きっと西尾市の動画としては面白さもより、上手いと思うています。動画を作ること自体はとても面白いと思っていますが、市として税金を使って作る事が効果的かという、私自身はそう思わないので、民間や若い人たちが自発的に作ってもらった方がいいと考えています。動画を市民の皆さんが作る時に、市長も一緒に出演してくださいと言われれば喜んで協力しますので、その時は声をかけてください。</p> <p><b>【市長】</b> 地元の農作物を使った商品化については、平成27年度に西尾ナポリタンをやっています。(生徒：知らない) 平成28年度に抹茶なべ、これは吉良の旅館などを中心に行っています。抹茶を使った肉まん、平成29年度は抹茶を使ったパンケーキ、今年はチョコえびせんに取組んでいます。課題は、悪いことではありませんが、抹茶を使った商品ばかりなので、それ以外にも、あさりやうなぎなどと広げて開発していきたいです。観光の分野においては、西尾かき氷や西尾パフェをやっていますが、主催は西尾市観光協会という組織になります。個々のお店がPRしてくれることももちろん大事なことです。市として統一したブランドを打ち出すことも大切なので、パフェやかき氷に取組みました。西尾市観光協会は、以前は、市役所の職員が仕事を担っていましたが、専門的な知識やノウハウを持っている民間の人たちにお願ひした方が、よりキャンペーンやPRが効果的にできるだろうということで、一般社団法人として取り組んでいただいています。市職員が担っていた時よりも、より柔軟にアイデアなどを出していただけるようになり、また、キャンペーンなども後押しをしやすくなり、今後の取組みに期待しています。</p>	<p>企画政策課 商工観光課</p>

【生徒の意見、提案など】	生徒からの質問	【市長の考えなど】	担当課
<p>【提案2】 SNSによる情報発信を市民がおこなう事です。高校生や20代、30代の若い人たち、また、以前から地元で暮らしている高齢者の方など、幅広い年齢層の皆さんから、情報発信に協力していただける方を募集し、その方に情報を発信してもらうのはどうでしょう。市の担当者は、選ばれた人達を任命し、「〇〇チーム」等の名前をつけ、広報活動してもらいます。自分の撮影した写真や経験がまちづくりに生かされれば、市民にとっても西尾を盛り上げたいと思います。地元で人気のお店、穴場なお店、伝統ある地元のお祭り、イベントなど、その人が「いいね」と思う視点、市民目線による情報発信です。多くの観光客は、旅行先の「食」に期待を持っています。その土地の名物やおススメの食べ物など、地元で美味しいと評判の店、安くて美味しい店に誰もが行ってみたいと思います。地元目線による情報発信は、訪れた人が地元の人たちとの会話を楽しくきっかけになります。</p> <p>【提案3】 ジャンルを超えた商品開発です。ジャンルを超えるというのは、例えば、和食職人がスイーツを考案したり、パティシエが和菓子を作るというのも面白いと思います。また、特産品の抹茶をラーメンに使うアイデアもあります。麺に抹茶を練り込み、スープも抹茶風味です。このように、アイデア満載の商品を「まーちゃ公認商品」として売り込み、スタンプラリーを企画すれば、参加型のPRができると思います。市内の飲食店などがお互いに協力し合う、常識を覆すような商品開発は、インパクトもあり話題にもなります。同時に、ゆるキャラを活用した宣伝活動も行えば、親しみやすくなります。「まーちゃ」「まんてんくん」「あさりん」「みどぼん」「きら三人衆」などでゆるキャラでチームを組むと、より効果的だと思います。</p> <p>市民目線による情報の発信は、「面白そうだから行ってみよう」「なんだかワクワクするまちじゃない」と、訪れる人の好奇心をくすぐると思います。ゆるキャラの活用によって、子どもや若い人たちも興味を持ち、SNSによる情報の拡散にも期待が持てます。また、地元密着型で頑張っている店も個人店ならではの強みを生かした販売方法を取り入れることも必要です。市民が自分の町に誇りと愛着を持てるような仕掛けが必要です。これらの企画を実現するためには、市役所をはじめ、農協や漁協などの組合、各種店舗などが連携し、協力する体制を整える必要があります。また、継続的に情報を発信するための環境整備等も必要になります。これだけの観光資源や特産品があるまちです。それぞれの持ち味は抜群だと思うので、一体化した企画を進め、西尾市の知名度を上げて欲しいです。豊富な資源がある西尾だからこそ、できる事だと思います。</p>			<p>企画政策課 商工観光課</p>