

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	地域人材ネットワークの醸成と通放融合による新たな地域メディアを用いた地域型広告ビジネス市場の開拓事業		
(2) 実施団体名	特定非営利活動法人 桐生地域情報ネットワーク	(3) 対象地域	群馬県桐生市
(4) 代表団体名		(5) 推薦団体名	

(6)実施した取組の内容	取組①	番組制作を通じた人的ネットワークの醸成事業		
	実施主体	NPO法人桐生地域情報ネットワーク		
	実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画		実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 市民とNPO法人桐生地域情報ネットワークが協力して番組を制作する ・実施期間: 平成20年10月～平成21年3月 ・実施場所: FM桐生 ・取組の目的: 人材のネットワークを醸成し、コネクター役を発掘する。ラジオ番組の制作というわかりやすいアウトプットを用意することで、参加者へのインセンティブを与え、それを目的として集まった人材の中から、この指止まれを掲げるリーダー的存在よりも、場面場面に応じて、全体をみながら組織のコーディネートができ、人と人と繋ぐような役割を担えるコネクター役の人材を発掘することが目的。 ・取組の目標: コネクター役の重要性、必要性を伝える中で新しいカタチの人的ネットワークが醸成させ、市民参加番組を8番組から15番組に増やす。 		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 市民とNPO法人桐生地域情報ネットワークが協力して番組を制作する ・実施期間: 平成20年10月～平成21年3月 ・実施場所: FM桐生 ・取組の結果: <ul style="list-style-type: none"> ○地域のまちづくりを行っている個人やグループが集まり、まちうち探検隊が出来た。 ○番組作りを行っている場であるFM桐生が”集会場”となり、まちうち探検隊が機能し始め、産業観光というキーワードをもとにした番組制作が開始され、コネクター役4名が誕生(一瀬正信/清水宏康/岡野紀子/大内 栄)した。 ○番組制作では、テーマに沿った(まち歩きりゅう 平成20年9月～1月/産業観光産業と桐生の未来 平成20年9月～12月/、サカニワノハコニワ 平成20年10月～平成21年3月/昭和は遠くなりにけり 平成21年1月～3月/吹奏楽の調べ 平成21年1月～3月)などの番組が7番組誕生し、15番組となった。番組はすべてボランティアスタッフによって制作されている。
	取組②	通信と放送の融合による新たな地域メディアの構築と運営事業		
	実施主体	NPO法人桐生地域情報ネットワーク		
	実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画		実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域メディアの構築と運営 ・実施期間: 平成20年10月～平成21年3月 ・実施場所: NPO法人桐生地域情報ネットワークサイト上 ・取組の目的: 地域における放送と通信を融合させた新しい地域メディアの構築を行う。2006年の群馬県委託事業「地域における通信と放送の融合に関する検討委員会」の答申にある「ウェブ連携モデル」をメンバーの有志がシステム化したアプリケーションを用いて、ネットユーザ、ラジオリスナーを融合させた新しい地域メディアの構築と運営を行う。 ・取組の目標: ネットを活用したコミュニティFMを中心としたラジオ局の150サイトを連携させたウェブサイトグループを作り、グループ内に番組案内を行う。また、番組登録用サイトを立ち上げる。グループ運営の報告にはブログ等を用いる。 		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域メディアの構築と運営 ・実施期間: 平成20年10月～平成21年3月 ・実施場所: NPO法人桐生地域情報ネットワークサイト上 ・取組の結果: <ul style="list-style-type: none"> ○コミュニティFM放送局を中心としたネットを活用するラジオ局サイトが連携する「コミュニティFMサイトグループ」を構築し、当初の予定より2サイト多い152サイトを連携させた。 ○地域メディア運営日記ブログ開設し、500番組以上の番組紹介と番組案内を行った。地域メディア運営日記ブログへ日々の活動記事を掲載した。 ○FM桐生の番組制作スタッフから、利用シーンやアプリケーションについての要望が出された他、県内の他のコミュニティFMからも今回の取組について関心を持ってもらえ、次年度の取組についての可能性を感じられた。 ○コミュニティFMだけでなく、地元商店街や科学技術振興機構からCO2削減プロジェクトを受託した群馬大学からも関心が寄せられ、新しい情報発信の形態としての可能性を感じることができた。
	取組③	地域メディアを用いた地域広告ビジネス市場の開拓事業		
	実施主体	NPO法人桐生地域情報ネットワーク		
	実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画		実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域広告ビジネスの市場開拓 ・実施期間: 平成20年10月～平成21年3月 ・実施場所: FM桐生 ・取組の目的: 地域外へ広告を発信したい広告クライアントを獲得する。地域メディアは、地元密着の情報発信を行える反面、物理的にエリア内にしか情報発信できないため、地域の外にお客を持つ広告クライアントを獲得しにくいという現状がある。地域メディアを構築し、そこで発信するコンテンツも制作できるので、さらには広告クライアントを獲得して地域ならではの情報を地域外へ発信することを試みる。 ・取組の目標: 地域外へ広告を発信したい企業を10社獲得する。本事業の取組に賛同し、事業内容を把握した広告クライアントに対して、CMを作成する。制作したCMをネット、ラジオ等の地域メディアを用いて発信して将来的に広告クライアントとなるよう働きかけを行うほか、広告クライアント候補から様々な意見を聞き、運営に役立てていく。 		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 地域広告ビジネスの市場開拓 ・実施期間: 平成20年10月～平成21年3月 ・実施場所: FM桐生 ・取組の結果: <ul style="list-style-type: none"> ○「地域外へ広告を出したいクライアント」として、観光施設、メーカー機能を持った企業、桐生市内のホテルなどの企業を100社ほどリストアップし、その中の企業を中心にアプローチした。賛同頂いた企業のラジオCMを60本以上制作してこれを放送した。さらに、ウェブ連携システムにも、地域の広告を登録して発信を行った。 ○ネットを用いた情報発信を行う企業や店舗からシステムを用いた情報発信の仕組みに関しての相談を受けており、導入利用についても検討中である。そのような中、既存ウェブサイト同士の連携だけでなく、ウェブサイトを運営する立場から、サービスや広告を発信する上での希望などをヒアリングすることができた。 ○なお、現段階では、利用料は得ていないが、利用可能な価格等についても参考となる意見を得られた。 ○FM桐生に桐生地域以外の地域の広告クライアントが誕生した。

	平成20年度の取組実施における体制・役割分担		取組の実施を踏まえた反省点
(7)実施体制	<p>・NPO法人桐生地域情報ネットワーク</p> <p>・NPO法人桐生地域情報ネットワーク(主担当:取組①) 本事業の主体であり、本事業の事務局機能を持つ。</p> <p>・コモンスペース有限責任事業組合(主担当:取組②) NPO法人桐生地域情報ネットワークからの要望や提案に応じながら、地域メディアの構築を行う。システムの改良や追加などについては、コモンスペース有限責任事業組合の負担で行っている。</p> <p>・株式会社FM桐生(主担当:取組①、③) NPO法人桐生地域情報ネットワークからの要望や提案に応じながら、番組制作の指導、また、広告営業に関してのサポートを行い、NPO法人桐生地域情報ネットワークが獲得した広告の制作等を担当する。</p> <p>なお、本事業の骨幹をなす概念である「ウェブ連携モデル」を推進するにあたり、2006年の群馬県委託事業「地域における通信と放送の融合に関する検討委員会」のメンバーを中心とした本事業の専門委員会と、そのメンバーが所属する「電子情報通信学会コミュニティ活性化時限専門研究委員会」が学術的見地からの様々なアドバイスをを行った。</p>		<p>・取組①:間口を広げたことによって、様々なメンバーが集まるようになり、NPO法人桐生地域情報ネットワーク自体の制作能力が高まった。一方で、様々な要望にも応じていると、より専門的な技術を求めるメンバーも増えている。当NPO内のできること、外注等を活用しないとできないことなどがより明確になってきたため、近い将来、外注費用を賄うための広告収入が必須となる。これらのメンバーがどのようにコネクターとして活躍できるかについては、専門的な技術者と共に検討する必要がある。</p> <p>・取組②:ウェブ連携システムの取組については多くの興味を持って頂いているものの、ユーザレベルでは、理解度の開きを顕著に感じている。比較するサービス等がないためだと思われる。そこで、個別ユーザを獲得する動きよりも、商店街等ある程度まとまった単位での利用シーンを増やしていくことが必要であることを実感した。</p> <p>・取組③:地域の外に広告を出したい企業などは多く、CMの制作費の負担がクライアントにないことから比較的容易に広告出稿を頂く事ができていると思われるが、一方で、全国の地方、地域の広告クライアントが将来的に、自己負担を行う場合の価格設定などのサンプルを得るには、数ヶ月の利用では難しく、まだまだ時間が必要であることを感じている。</p>
(8)取組により得られた成果	○成果1→	人的ネットワーク形成のためのコネクター役の育成	
		<p>H19 市民参加番組数=8番組</p>	<p>H20(当初予定していた目標) 市民参加番組数=15番組に増大</p>
	H20(実際に得られた成果)		
	<p>・地域情報の発信だけでなく、番組制作を通じた地域の人材ネットワークの醸成が行えた。</p> <p>・地域のまちづくりを行っている個人、グループの代表約40人から成る「まちうち探検隊」が出来、月に一回程度の会合を開いている。その中で、「産業観光」というテーマを掲げた。これにより、桐生の地場産業の産業遺産を観光資源と捉え、様々な形でのアプローチを行い、2つの番組が誕生した。</p> <p>・情報発信を行うFM桐生が”集会場”として機能している。地域メディアにボランティアはつきものであるが、しっかりしたアウトプットがなくては機能しない。まちうち探検隊が、番組作りも行うことで、当初予定した7番組が増加し、コネクター役が4名集まった。</p> <p>・FM桐生もこの動きを受けて、提供時間帯以外の時間を解放し、当事業での制作番組の他、共同制作の番組がスタートした。今後も人材の確保と共に増やせる可能性が高い。</p> <p>・コネクターとして、まちうち探検隊に所属する以下4名が誕生した。一瀬正信「まち歩きりゅう」担当/清水宏康(まちうち探検隊)「まち歩きりゅう」サポート/岡野紀子「産業観光産業を考える会」(産業観光産業を考えるサポート)/大内 栄「産業観光産業を考える会」(産業観光産業を考えるサポート)。</p> <p>・番組制作:まち歩きりゅう(14本)平成20年9月~1月/産業観光産業と桐生の未来(14本)平成20年9月~12月/サカニワノハコニワ(10本)平成20年10月~平成21年3月/昭和は遠くなりにけり(14本)平成21年1月~3月/吹奏楽の調べ(13本)平成21年1月~3月/ビートルズアカデミア平成21年2月~/Pig on The Tree House平成20年10月~の7番組が制作された。</p>		
	○成果2→	通信と放送の融合による情報化ツールの利用促進	
		<p>H19 地域外に顧客を持つ企業のCM 出稿数=0社</p>	<p>H20(当初予定していた目標) 地域外に顧客を持つ企業のCM出稿数=10社に増大</p>
	H20(実際に得られた成果)		
	<p>・観光施設、メーカー機能を持った企業、桐生市内のホテルなどの企業を100社ほどリストアップし、その中の企業を中心にアプローチ。本事業の取組に賛同し、事業内容を把握した広告クライアントに対してラジオCMを60本以上制作してこれを放送した。さらに、ウェブ連携システムにも、地域の広告を登録して発信を行った。次年度以降、さらに地域の企業をリストアップし、アプローチを試みていきたい。</p> <p>・ネットを用いた情報発信を行う企業や店舗からシステムを用いた情報発信の仕組みについての相談を受けており、導入利用についても検討中である。</p> <p>・FM桐生に桐生地域以外の地域の広告クライアントが誕生した。</p> <p>・既存ウェブサイト同士の連携だけでなく、既存サイトに変わるような一体的なサービスを望む意見が出てくるなど、ウェブサイトを運営する利用者が広告主となるため、利用者の立場から、利用シーンの提案や、利用に関してのシステムの改良点などをヒアリングできた。</p> <p>・情報発信の仕組みとして、地元商店街、及び、群馬大学工学部のCo2削減プロジェクトメンバーより、事業内で次年度以降に利用をしたいとの申し出を受け、地域における新しい情報発信の方法としての可能性を感じた。</p>		

<p>(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点</p>	<p>1年目の計画については、3つの取組についてほぼ目標を達成できた。特に人材ネットワーク作りに関しては、メンバーが自由に意見交換を行い、メーリングリストを立ち上げ、メンバー間で様々な意見交換を行うなど、リアルな場所以外でも連携がより活性化されているように感じる。さらには、地域SNSを用いて個々に情報発信を行っており、今後の活躍に期待ができる。</p> <p>一方、事業を進めていく中で見えて来たことも多い。人材の受け入れ窓口を広げたこともあり、より専門的な知識を有するスタッフを抱える必要性を感じた。これは、受け入れ側にはない専門的な技術をもつ方々の参加があったからで、例えば番組作りそのものの放送技術者、イベント等での音響技術者などが集まりだしており、それらのメンバーの活躍の場を如何にして創出できるかが求められている。</p> <p>地域メディアの構築と運営、さらには、広告市場の開拓についても、ツールの利用者にエンドユーザを想定するのではなく、サイト運営者を対象としているため、実際のサービスの中での利用方法などについて、具体的なアドバイスをもらうことができたのが大きい。それらのメンバーが今後ユーザになることで、地域での利用シーンが増えるばかりでなく、将来的に様々な地域で使われる可能性を感じる事ができたのが大きい。さらには、次年度に向けて群馬県内のキーとなるコミュニティFM局に対しても、可能性を示せたことで、次年度に利用できるよう準備が進められた。</p> <p>一方で、システムが利用されるための下地作りや、インセンティブをどのように用意していくかが課題となった。具体的には、利用効果等をどのように評価するのか等、評価手法の確立も次年度に実施したい。</p>	
<p>(10)平成21年度以降の活動の見込み</p>	<p>当初提案に予定していた平成21年度以降の展開</p>	<p>今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度</p> <p>1. 群馬県内のコミュニティFMの連携</p> <p>1. ウェブ連携によって、県内コミュニティFMのサイト間連携を行う。 ・2008年12月に、県内コミュニティFMのキー局に説明に入り、情報発信の方法などについて良い感触を得たことから、実際の導入に向けた意見交換等を実施し、2009年7月までに、県内コミュニティFMのサイト間連携を行う予定。 ・2010年3月までに、サイト間連携を用いた番組企画等を、群馬県内のコミュニティFM5局で実施する予定。</p> <p>【活用を希望する制度：上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望】(想定金額：1000万円)</p> <p>2. 地域型広告ビジネスの構築</p> <p>2. 物理的に限られた地域内の広告スポンサーの可能性を探り、地域メディアがこれまでは獲得できなかった広告クライアントの候補を確保する。 ・2008年度内に候補としてあがった広告クライアント約50社の中から数社ピックアップして、ヒアリングを実施した結果をもとに、利用シーン、利用フィールドに関する一般公募を実施して、2009年7月までに運営を予定している。 ・2009年3月までに、「鉄道沿線」「主要国道上」などの物理的につながる桐生地域以外を対象として、更なる広告クライアント候補を探し、ウェブ連携グループと関連させた番組等を放送する。</p> <p>【活用を希望する制度：上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望】(想定金額：1000万円)</p> <p>3. 運営ノウハウの蓄積</p> <p>3. 様々な仕掛けを行いながら、運営に関するノウハウを蓄積。 ・2009年7月までに、地元群馬大学と連携し、学生による運営サポーター等を配置して、商店街等のフィールドで実施予定。 ・2008年度内に運営したコミュニティFMグループの他、2009年度に新たに一般公募によって選ばれた3つ程度のフィールドで、サイト間を実施して、様々なシーンでの利用方法についての運営ノウハウを蓄積していく。 ・2009年度内に他地域での運用希望があった場合は、それまでに蓄積した運営ノウハウ等を提供する予定。</p> <p>【活用を希望する制度：上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望】(想定金額：700万円)</p> <p>4. 当初提案になし</p> <p>4. 実施検証と評価について ・2009年3月までに検討した評価方法をもとに、2009年7月までにウェブ連携モデルを用いた広告市場に関する「評価方法」を決定する予定。 ・2010年3月までにモデルとなるウェブ連携グループの評価を実施予定。</p> <p>【活用を希望する制度：上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望】(想定金額：150万円)</p>

◆主な実施取組の内容◆

実施取組内容・結果

- ・実施内容: 市民とNPO桐生が協力して番組を制作する
- ・取組の結果: 地域のまちづくりを行っている個人やグループによる「まちうち探検隊」が誕生し、「産業観光」というキーワードをもとにした番組制作が開始された。人と人、場所と人を繋ぐ、コネクター役が4名誕生し、番組制作に関わる。
- 「まち歩きりゅう」「産業観光産業と桐生の未来」など7番組誕生した。

番組制作や取材の様子



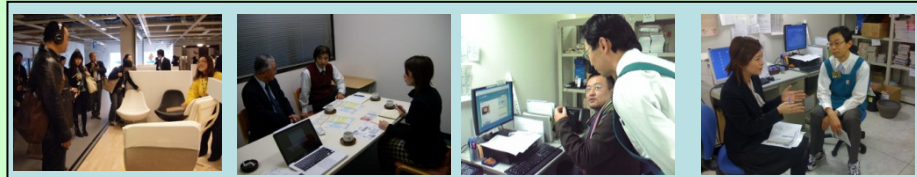
実施取組内容・結果

- ・実施内容: 地域メディアの構築と運営
- ・取組の結果: コミュニティFM放送局を中心としたネットを活用するラジオ局サイトが152サイト連携する「コミュニティFMサイトグループの構築」を構築した。
- 地域メディア運営日記ブログ開設し、500番組以上の番組紹介と番組案内を行った。
- FM桐生の番組制作スタッフから、利用シーンやシステムについての要望を得た。
- コミュニティFMだけでなく、地元商店街や地元大学からも関心が寄せられた。



実施取組内容・結果

- ・実施内容: 地域広告ビジネスの市場開拓
- ・取組の結果: 観光施設、メーカー機能を持った企業、桐生市内のホテルなどの企業のラジオCMを制作して放送し、ウェブ連携システムにも、地域広告を発信した。
- 情報発信を行う企業や店舗からサービスや利用料等に関するヒアリングを実施。
- 他地域のクライアント候補からの広告を得られた。



◆取組実施による成果・今後の展開◆

地域の中に人材ネットワークが醸成され、番組制作を通してコネクター役を発掘することができた。また、実際に番組制作を行い、様々な情報発信の形態を検討することができた。次年度は、ウェブ連携システムによる、さらなる一体的な情報発信を行っていくことを目指し、群馬県のコミュニティFMでも実施の可能性を探る。

また、本事業によって、地域内の企業で地域外へ広告を出したい企業、地域外の企業で地域内に広告を出したい企業などが予想以上に多いことから、地方における放送と通信の融合をさらに推進し、新しい広告市場を開拓し、新たな地域メディアの可能性を広げていき、新しい広告モデルの確立を目指す。