



いちき串木野市役所 御中

関係者用資料
Confidential



いちき串木野市様の 持続可能性を

広報・公聴の
弱点を補完する

「食のまちづくり」における
「行政コミュニケーションの最適化」で
実現する双方向参加型地域経営インフラ

「ポリネコ！」



ポリネコ！



2021年11月4日

概要説明資料

株式会社ハンマーバード 代表
慶應義塾大学SFC研究所 上席所員
岩田崇

takashi@hammerbird.jp

東京都品川区荏原6-2-5-5F

・DX = これからの地域に必要なコミュニケーション



従来型の コミュニケーション

- ・ 一方通行
- ・ フィードバックがない
- ・ あまり楽しくない
- ・ インセンティブがない
- ・ ビジョン構築につながらない
- ・ 伝わっているか判らない
- ・ データやファクト確認は面倒
- ・ 知識の差を埋められない
- ・ 他の人と協調できない
- ・ 信頼を構築できない
- ・ 政策過程につながらない
- ・ 社会参画につながらない

いままで通りながら、
徐々に弱まる地域と社会



従来型の弱点を補い克服する DX対応型コミュニケーション

- ・ 双方向
- ・ フィードバックがある
- ・ ちょっと楽しい
- ・ インセンティブがある
- ・ ビジョン構築につながる
- ・ 伝わっているか判る
- ・ データやファクト確認は楽々簡単
- ・ 知識の差を埋められる
- ・ 協調できる
- ・ 信頼を構築できる
- ・ 政策過程につながる
- ・ 社会参画につながる

未来に向けて挑戦し
持続性を高める社会

or

特許取得の独自プロセスとは？

『ポリネコ！』の仕組み



従来型の弱点を補い克服する
DX対応型コミュニケーション

立場の上下なく、住民と議員や有識者が一緒に
社会や地域の課題に関わるデータやファクトを
知り、学び、考え、意思表示し合うことで
SVSモデルによるTRUST構築
認知ギャップを最小化し、信頼を構築しながら
繋がり、フィードバックを俯瞰しながら最適解、
SDM (Shared Decision Making) モデル
納得解を見出し、共有し、更新する
特許に基づくコミュニケーション。

「食のまちづくり」の成功パターン

“食のまちづくりの推進は、市、市民及び事業者が主体的に参画し、互いに理解しあい、協働して取り組むことが重要です。”（『基本計画』基本方向と目標より）

・食のまちづくりには、当初の基本計画から、いちき串木野市市内の暮らす人々の相互理解と協働が謳われており、食を起点に、地域の潜在力を向上させることが目指されています。

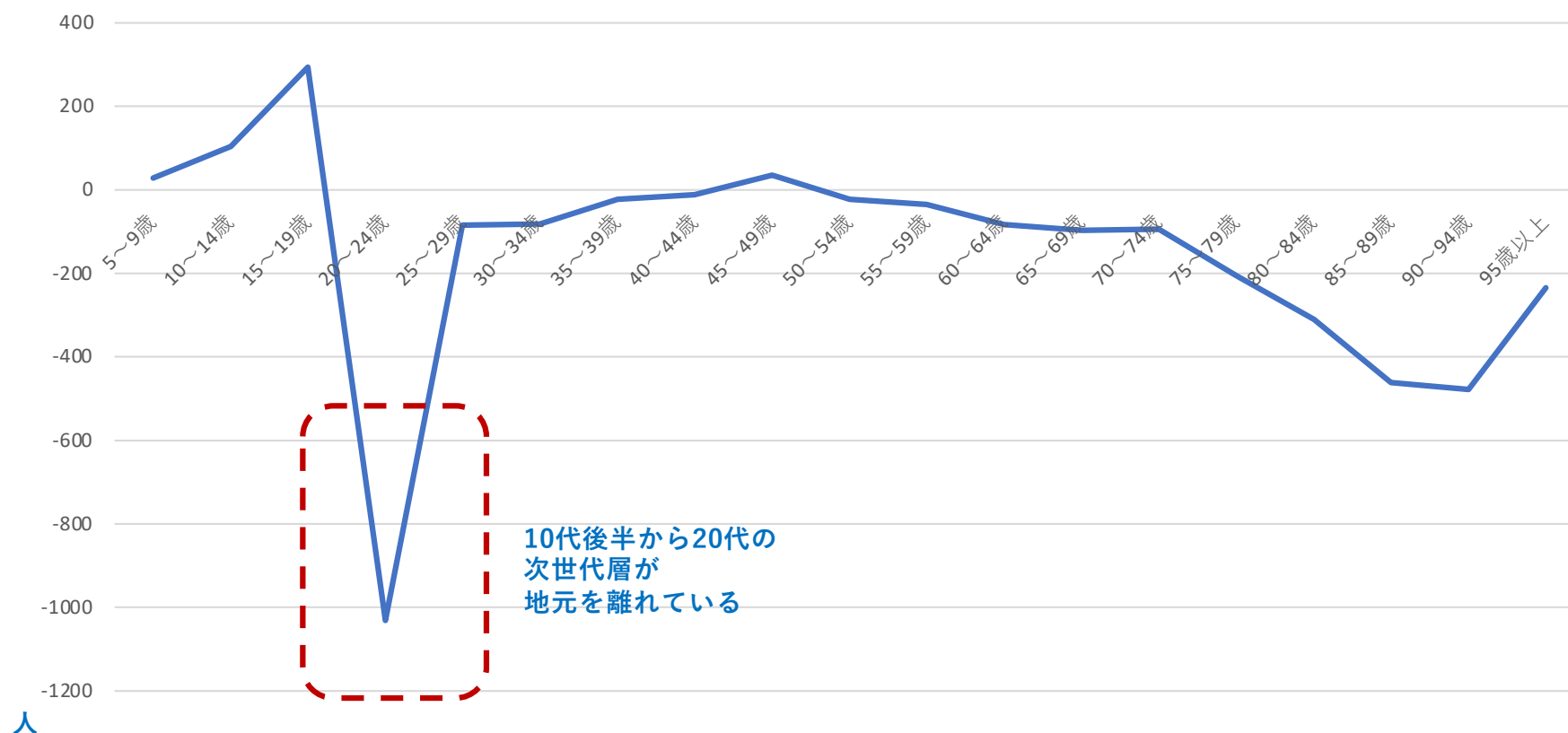


- 1・食をきっかけに地域の人が集まり
- ↓
- 2・地域の人に共通目標＝ビジョンが形成され
- ↓
- 3・ビジョンをもとに人と人が協力し、新しい取り組み＝“美味しい食”の具体化が進むことで、
- ↓
- 4・若年層にチャンスが生まれ（起業、留学）
- ↓
- 5・子育てがしやすくなり、
- ↓
- 6・地域の外から人が集まり、
- ↓
- 7・食に関わる経済が発達し、
- ↓
- 8・定住、Uターン、移住が増え、
- ↓
- 9・地域の持続性が確立する。

・本当に重要なこと-持続可能な=未来につづく地域のために

- ・いちき串木野市の人口動態から見える、最も重要な課題は、10代後半から20代の次世代層が、地域から離れ戻ってこない構造となっていることです。
- ・次世代層が地域に関わり、暮らし（流出せず）、地域に戻る動機や理由を、（食に関わる）起業や留学などさまざまな形で創ることが必要です。
- ・毎年数名から10数名が、地域で新しいことを始めることを続けることで、未来に続き、周囲から人やお金が集まる、地域経済の構造が可能になります。

いちき串木野市コーホート分析_人口動態構造_2010-2015

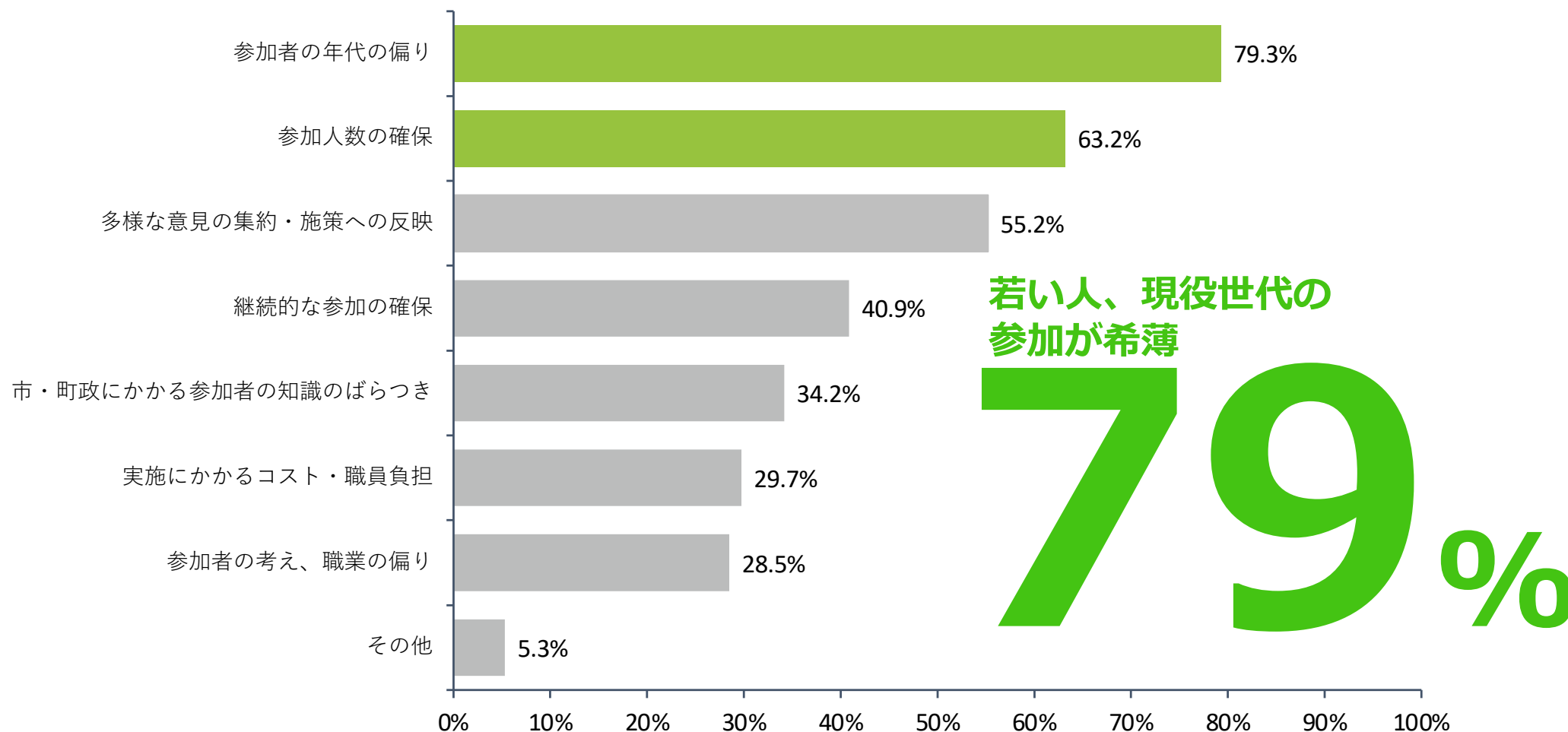


自治体コミュニケーションの課題 -コミュニケーション軽視と機能不全

すべての自治体で、住民参画に課題“有”と認識

問.現状の住民参画の手法について、課題と思うことを教えてください。

高齢者層の偏り、参加人数の少なさにいつも苦勞する



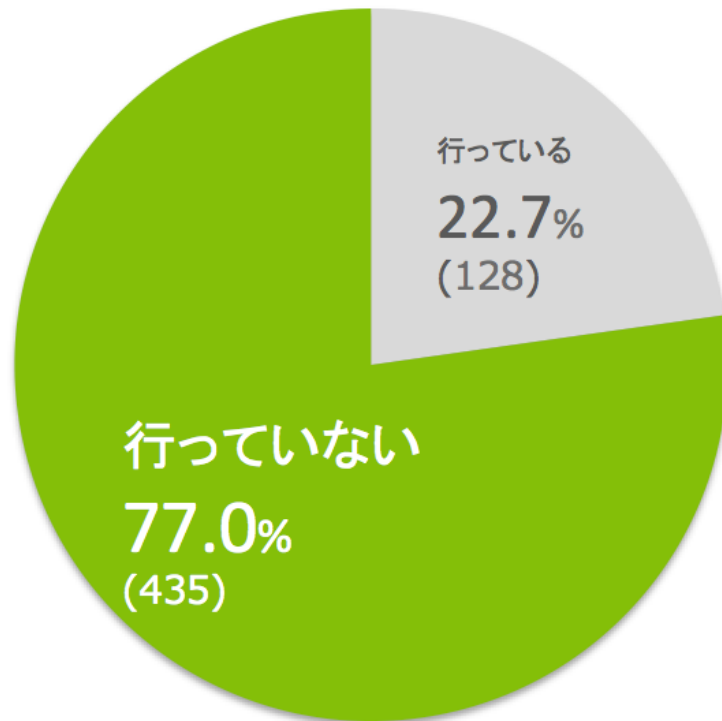
『自治体コミュニケーションの未来を展望する調査2019』より
デロイトトーマツコンサルティング、岩田崇共同調査

自治体コミュニケーションの課題 -コミュニケーション軽視と機能不全

やりっ放しで、若年層の声を聞かない

約8割の自治体が広報広聴の 効果検証をしていない

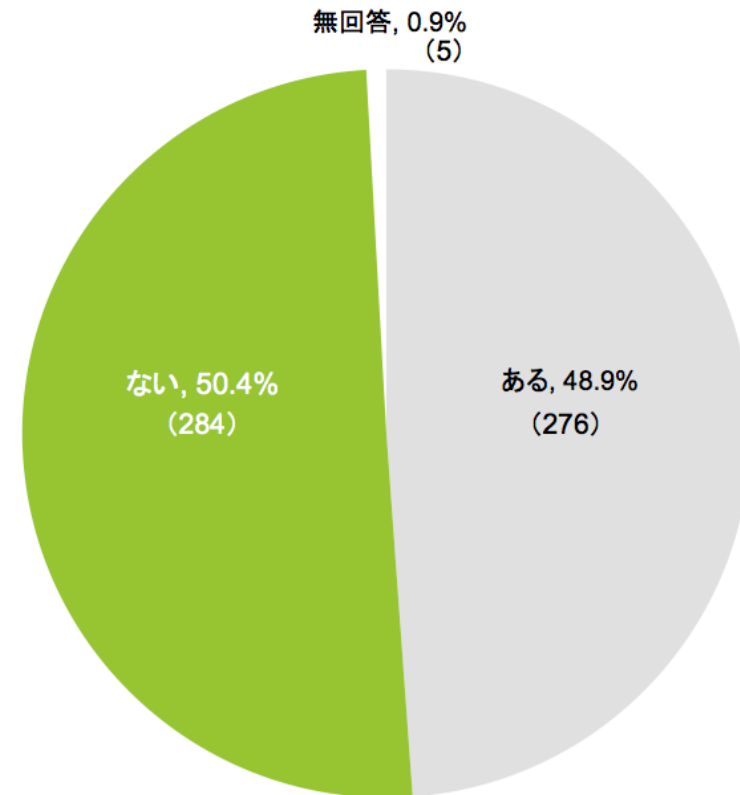
問.広報・公聴の効果測定を行っていますか。



・効果検証しても非公開であったり、効果検証の内容が課題認識が曖昧なこともあり。

半数以上の自治体が 若者の声を聞いていない

問.選挙権を持たない18歳未満の住民の地域経営、政策形成への参加、意見表出の場はありますか。



・「ある」場合でも、予定調和な機会を以て「ある」としているケースも少なくない。

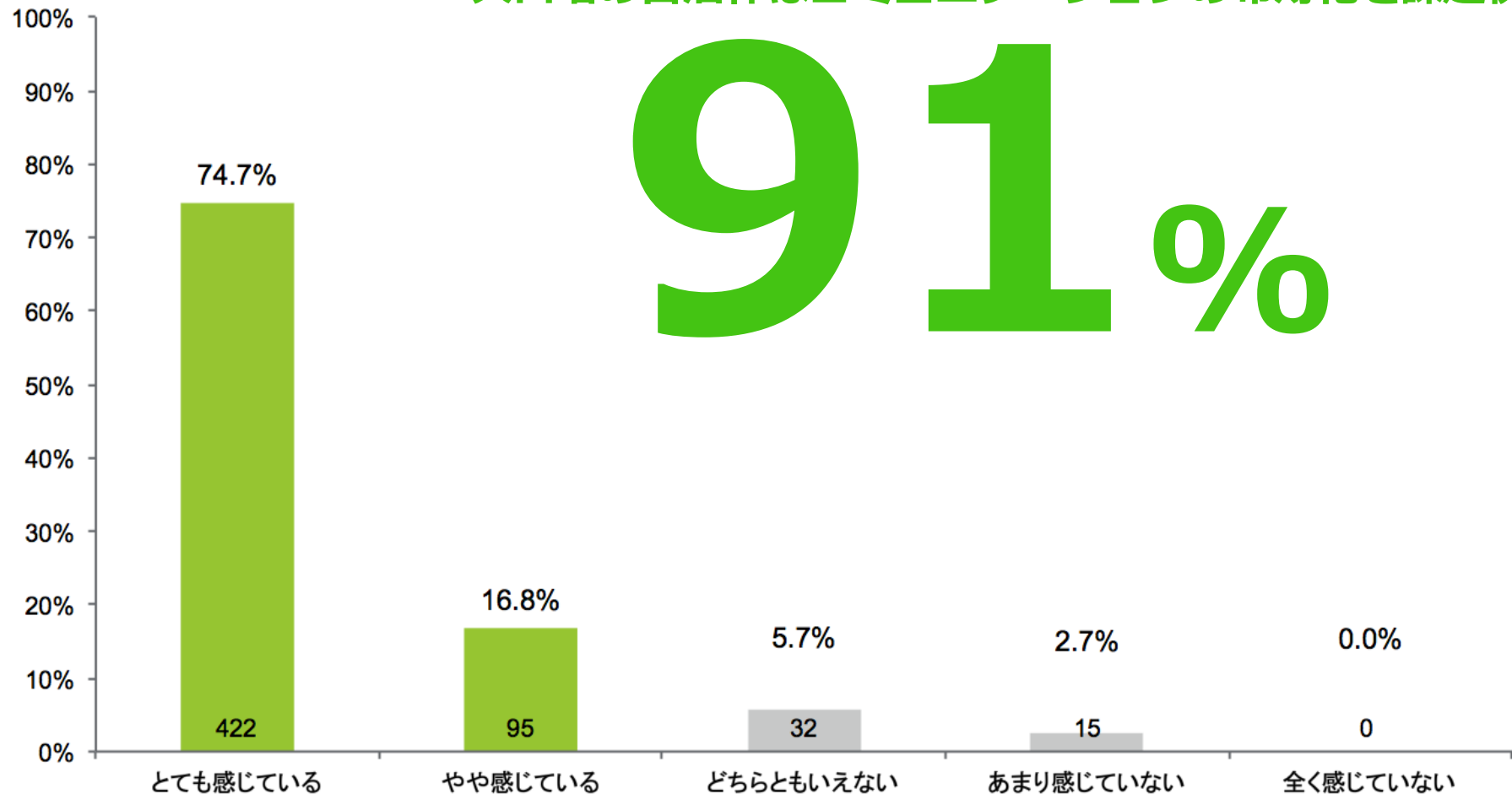
『自治体コミュニケーションの未来を展望する調査2019』より
デロイトトーマツコンサルティング、岩田崇共同調査

自治体コミュニケーションの課題 -コミュニケーション軽視と機能不全

そして、人口流出（地域衰退）が課題に・・・

問.人口流出について課題を感じていますか？

約9割超の自治体が人口流出を課題視
人口増の自治体はコミュニケーションの希薄化を課題視



『自治体コミュニケーションの未来を展望する調査2019』より
デロイトトーマツコンサルティング、岩田崇共同調査

・ 従 来 型 の コ ミ ュ ニ ケ ー シ ョ ン

行政視点

コミュニケーションを重視できない構造の常態化

- ・ 広報誌や掲示板、サイトの掲載がゴール（手段の目的化）
- ・ 誰が、どのように見ている、読んでいるか、把握する術がない
- ・ そのため、改善プロセスを機能させられない
- ・ 調査は基本的に一回限り（手段の目的化）
- ・ そのため、継続的なコミュニケーションがない/できない
 - 住民と継続的に向き合う術がない
- ・ 若い世代、その保護者をはじめ現役世代との接触が弱い
- ・ 住民と一緒に考えたくても物理的、空間的に困難
 - 数万人との対話は困難

住民視点

自分が回答などの形で参画しても、地域が変わると思えない先入観

- ・ 何かに回答しても、それっきり（フィードバックがない）
- ・ 意見を言うためには、手間がかかる、その手間が報われると思えない
- ・ 何か連絡する時は、文句や要望になってしまう（課題解決をする機会がないため）

・「食のまちづくり」の場合－従来型のコミュニケーション

行政視点

コミュニケーションを重視できない構造の常態化

- ・ 広報誌や掲示板、サイトに食のまちづくりに関わる情報は掲載しているが、住民にどの程度、届いているか**判らない**
- ・ 住民の認知や理解の程度に基づいたコミュニケーションを**企画、策定できない**
- ・ 個々人や地域毎の事情の把握が**困難**で、対策を**講じにくい**
- ・ 対面ワークショップなど**参加機会に限度がある**
- ・ 現状把握ができないため、**目標設定が曖昧になる**

住民視点

自分が回答などの形で参画しても、地域が変わると思えない先入観

- ・ 何を知っておけばいいか**判らない**
- ・ 自分の困りごとや心配を伝える**方法がない**
- ・ まわりの人々の意見を知る**機会がない**

行政と市民が
連携、協働した
食のまちづくり
の実行と地域の
課題解決が困難

この状況を乗り越える



立場で隔てられている現在の情報環境

立場を越えて一緒に、情報を知り、学び、意思表示する機会が
実はない。（そのための技術/コミュニケーションがなかった）

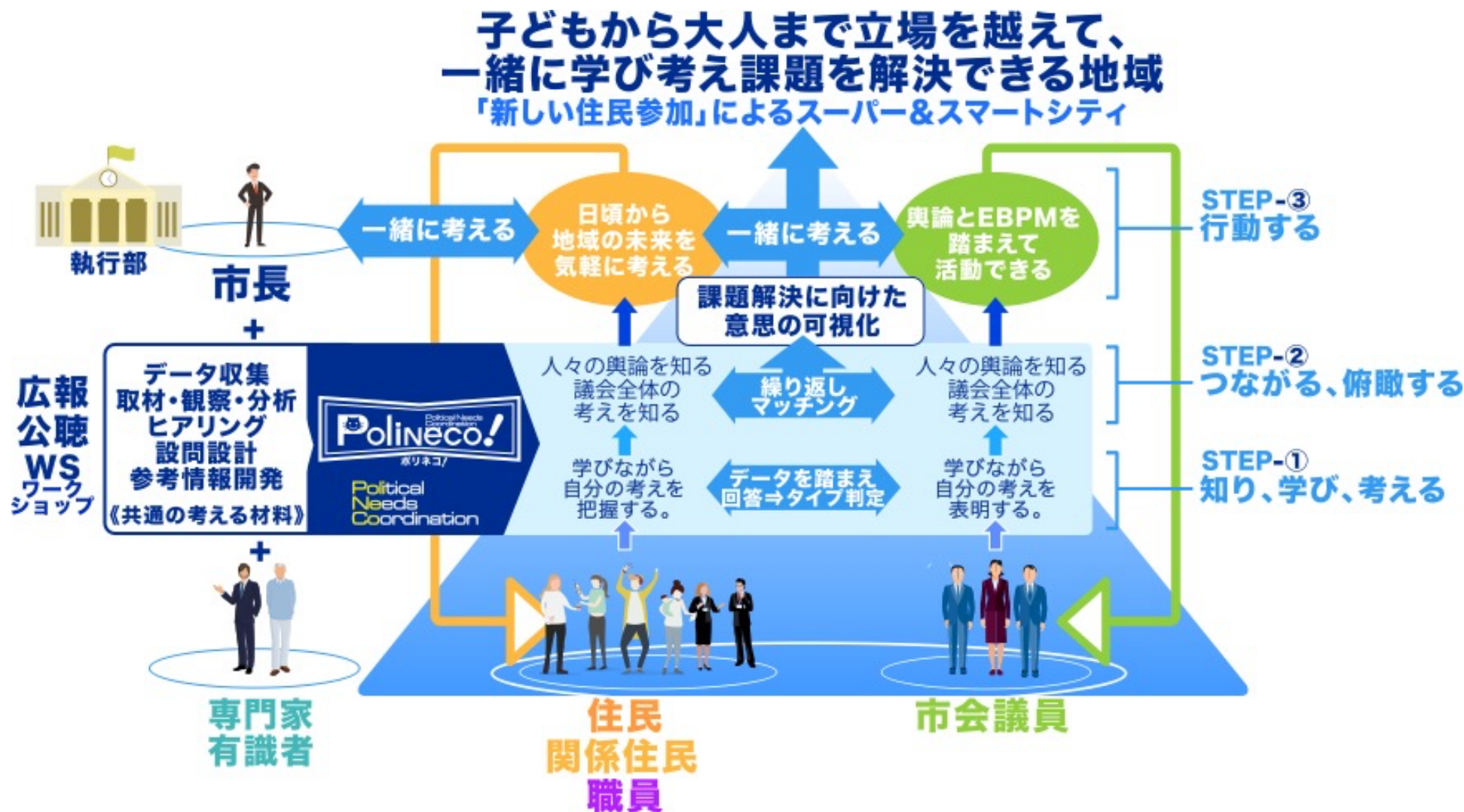


行政-住民間で信用・信頼が育まれない
地域のヴィジョンが共有されない

目的地を思い描くことができなければ、どこにも辿り着けない（確実な衰退）

風通しのよい情報環境の実現

立場の異なる人々が、一つのコミュニケーションに参加して、
『最適解』『納得解』を見出す



ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

①

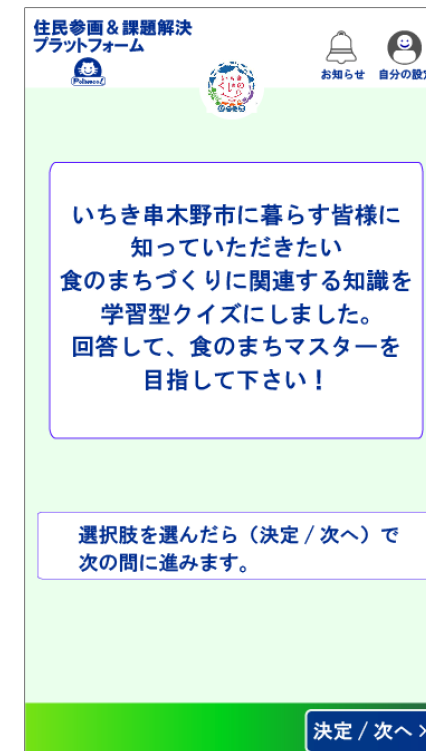
いちき串木野市
サイト

広報活動

メディア露出
PRなど



②



* 各画面は開発中のイメージ

ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

③

Q-1

いちき串木野市は、歴史的に「まぐろのまち」として栄え、現在、その再興を目指しています。いちき串木野市に船籍を置くマグロ漁船の数は、全国の約 1700 の市町村の中で何位の多さでしょうか？

2 3 5 位

1 2 位

1 位

8 5 位

決定 / 次へ>

参考情報

いちき串木野の港に所属するまぐろ漁船の数は、34 隻（2019 年時点）で日本で最多です。かつては 70 隻を超えていました。いまふたたび、遠洋まぐろ漁業日本一のまちとしてのブランド化に挑戦しています。

全国
1 位

参考情報

消費地に近いという理由で、焼津などに遅れを取っていますが、いちき串木野市に、まぐろの消費の拠点（全国から人が集まるお店など）ができれば、再び、日本一のまぐろのまちになることができます。



漁港のまぐろみこし

* 設問は仮設版であり、実装の際には担当の部局、地元の専門家の方々にもヒアリングを行った上で、マスター版を開発します。

* 各画面は開発中のイメージ

ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

④

Q-2
いちき串木野市のまぐろ漁船が
最も多く漁獲する、
マグロの種類は何でしょうか？

メバチマグロ

クロマグロ

ミナミマグロ

コシナガマグロ

決定 / 次へ>

参考情報
インドマグロとも呼ばれる
高級マグロがいちき串木野市で
最も多く扱うマグロです。
最近まで、冷凍マグロしか市場
に出回りませんでしたが、南半球
での養殖ものが入荷するよう
になっています。

クロマグロです。



参考情報
それが近年、ニュージーランドや
オーストラリアからの養殖や釣り
もののマグロとの差別化が、
これからの課題です。
天然ものは夏が旬です。

旬は夏です。



* 各画面は開発中のイメージ

ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

⑤

Q-3
「ミナミマグロ」の最高部位は、
東京でデパートで幾らで
売られているでしょうか？

* 800g 程度を目安に考えてください。

3000円

1万8000円

9800円

1380円

決定 / 次へ>

参考情報
デパートの通販では、
大間のまぐろと並ぶ価格の
最高級品として、扱われて
います。

18000円 (参考価格)



⑥

Q-4
いちき串木野市の名物、特産品と
して正しいものを下記の中から、
すべて、選択してください。

つけあげ

ちりめん

まぐろ

柑橘類

焼酎

決定 / 次へ>

参考情報
このほかに、野菜や黒牛、
マグロ以外の鮮魚なども
あります。
いちき串木野市は、食という
資源に恵まれています。

全部です！



ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

⑦

お知らせ 自分の設定

Q-5

いちき串木野市にある、食に関わる決まりごとで、“本当にあるもの”は、どれでしょうか？

市の行事での乾杯は必ず焼酎

市の行事では未成年でも焼酎なら飲んでいい

お正月は、まぐろを食べなければならぬ

学校給食の材料は、いちき串木野市産でなければならない

決定 / 次へ>

参考情報
全国でも日本初ここだけの条例があります。

でも、お酒の無理強いは絶対にしません。地域の自然と歴史が育んできた名品を大切にしたいという考えでできた条例です。

鹿児島県内でも2番めに蔵元が多いいちき串木野市では、焼酎での乾杯が奨励されています。

焼酎で乾杯

いちき串木野市本格焼酎による乾杯を推進する条例

平成25年6月27日施行

⑧

お知らせ 自分の設定

Q-6

いちき串木野市には、「食のまちづくり条例」が制定されています。下記の第1条の空欄に入る正しい、言葉は何でしょうか？（第1条）この条例は、（中略）が食の活用による地域の活性化に主体的に参画し、協働して取り組むまちづくりの推進が図られ、もってひとが輝く、地域が輝く活力あるいちき串木野市を形成することを目的とする。

いちき串木野市役所

市、市民及び事業者

食に関心のある市民、職員

決定 / 次へ>

参考情報
正解は、市、市民及び事業者です。

いちき串木野市を挙げての取り組みです。

市、市民及び事業者

ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

⑨

Q-7
いちき串木野市の昨年のふるさと納税の売上（納税）額は、いくら位でしょうか？
下記の中から、最も近い金額を選んでください。

約20億円

約3000万円

約100万円

約3億7千円

約11億円

決定 / 次へ>

参考情報
16万件以上のふるさと納税が行われ、昨年度実績は20億円を超えています。

163,351件
2,006,752,266円
↓
約20億円
(2020年 総務省資料)

⑩

Q-8
「食のまちづくり」で世界中からお客さんや、食の最先端を学びたい人が集まる最も進んだ“市”は、以下のどれでしょうか？

新潟県魚沼市

福井県小浜市

サン・セバスティアン市

岐阜県飛騨市

決定 / 次へ>

参考情報
海と山に囲まれた、世界一の美食のまちと呼ばれるのがサン・セバスティアン市です。料理の技術が常に研究、共有され、食に関わる事柄が地域経済の中心といっても過言ではありません、



ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

⑪

Q-9
平成27年の策定された「いちき串木野市 観光マスタープラン」で指摘されている観光分野の課題はどんなことでしょうか？ 当てはまるものをすべて選択してください。

☐ 日帰り観光が多く、地域に滞在していただけない

☐ 事業者間の連携が弱い

☐ 全国的な知名度が低い

☐ 絶対にここという目的地がない

決定 / 次へ >

参考情報
「観光マスタープラン」では日帰り観光が多いため、地域に滞在していただけない（使うお金が少ない）全体的に事業者間の連携が弱いことが指摘されていました。この課題を確実に解消してゆく取り組みが必要です。

いちき串木野市
観光マスタープラン

ここからダウンロードもできます。

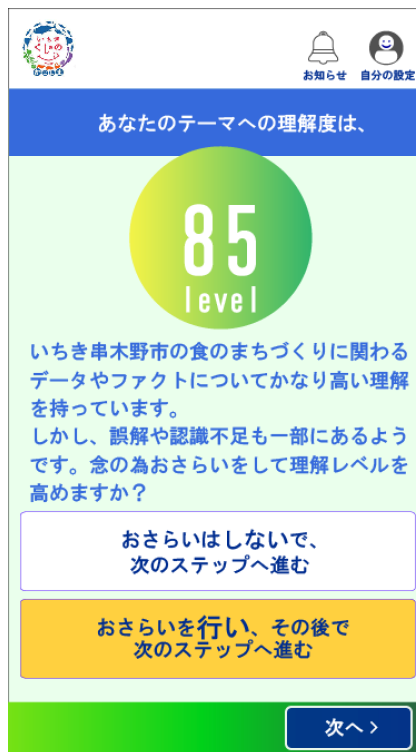
平成26年3月
いちき串木野市

* 各画面は開発中のイメージ

ステップ 1
知り
学ぶ
考える

回答を通じて、知る、学び、考える

⑫



- ・ 正誤に応じた再回答（おさらい）
- ・ 誤解、認知不足がどこにあるかの把握
- ・ 理解度ごとの回答者クラスター
- ・ 回答クラスターごとの回答傾向把握
- ・ 傾向に応じた追加設問の設定

* 食のまちづくりへの理解度（別のテーマでは、地域や社会の課題に係る理解度）を、「正解のある設問」の正答率から表示

* おさらい機能で、理解度を高めることができます

* タイプ判定に進むには、理解度レベル60以上などの条件設定が可能

* 各画面は開発中のイメージ

ステップ 2
意思表示
する

回答を通じて、意思表示する

⑬

Q-10
いちき串木野市の「食」と「若者をはじめとする市民」の関わりをより多くつくことで新しい食のお店や事業が生まれ、地域がより活発になると考えられます。

現在のいちき串木野市は若者の他の地域への流出が極めて大きく「食」との関わりをつくることで、この流出を小さくすることが、いちき串木野市の持続性を高めます。

また、「若者をはじめとする市民」としてもいちき串木野市で育ち暮らしているからできることが増えより豊かで可能性のある暮らしを選択できるようになります。

決定 / 次へ>

⑭

Q-10
いちき串木野市の「食」と「若者をはじめとする市民」の関わりをもっと増やしたほうがよいと思いますか？

増やしたほうがいい

減らしたほうがいい

何もしない、関わりをつくらないほうがいい

上記以外の考え

決定 / 次へ>

参考情報

いちき串木野市の最大の課題は、10代後半から20代の次世代層が、地域から離れることが構造化していることです。

たとえば、次世代層に「食」に関わる起業や留学などの機会が増えれば地域の持続性は確実の向上します。

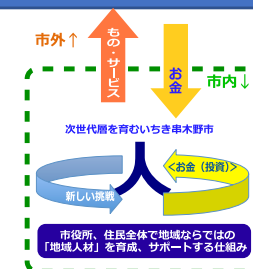


いちき串木野市の人口動態

参考情報

「食」と「若者をはじめとする市民」の関わりを増やすことで、地域に、人と富が蓄積されるようになります。

この循環がさらに人と惹きつけるようになります。



未来に向けた地域をつくる構造

* データやファクトに基づく「正解のない設問」パート

* 各画面は開発中のイメージ

特許取得の独自プロセスとは？

ステップ 2
意思表示
する

回答を通じて、意思表示する

⑮

Q-11

あなたは、いちき串木野市役所と住民と一緒に協働して行う、「食のまちづくり」にサポーターとして参加しますか？

サポーターとして参加する

サポーターとして参加しない

すでに参加登録している

決定 / 次へ >

⑯

Q-12

さっそくですが、「食のまちづくり」サポーターとして、取り組みへの激励や提案などがあれば、お聞かせください。
(特になければ「スキップ」を選択)

コメントを確認する

スキップ

タイプ判定へ

* この  マークをクリックで、補足説明を表示（サポーターはメール登録からでもOKです等）

ステップ 2 意思表示 する

回答を通じて、意思表示する

⑰

あなたの「食のまちづくり」への
考えタイプは、

いちき串木野市の食のまちづくりを
市民と市役所協働で、
自分も参加して創る！

食から未来をつくるマイスター

コメントを書く

SNS
シェア

+ ポジティブ面からの解説

- ネガティブ面からの解説

← 回答をやり直す

シンクロを確認する

⑱

食から未来をつくるマイスター

ご自身のタイプについて、そして、
食のまちづくりへのご意見やご自身が
地域に共有したい体験、提案などありま
したらお聞かせください。
特にない場合は（スキップ）で次に進み
ます。

いただいたコメントは、他の回答者の
方々にも記事やタイプごとの考えを
俯瞰する機能の画面で共有されます。

コメントを確認する

スキップ

- ・ 理解度×「考えタイプ」表示
- ・ 言葉、文章の投稿が可能

シンクロ
確認へ

- * 回答者の考えタイプを、地域や社会の課題への考え方、向き合い方を「正解のない設問」への回答に
基づき表示
- * ポジティブ面、ネガティブ面の両方を示し、再回答でもできるようにします
- * 各画面は開発中のイメージ

特許取得の独自プロセスとは？

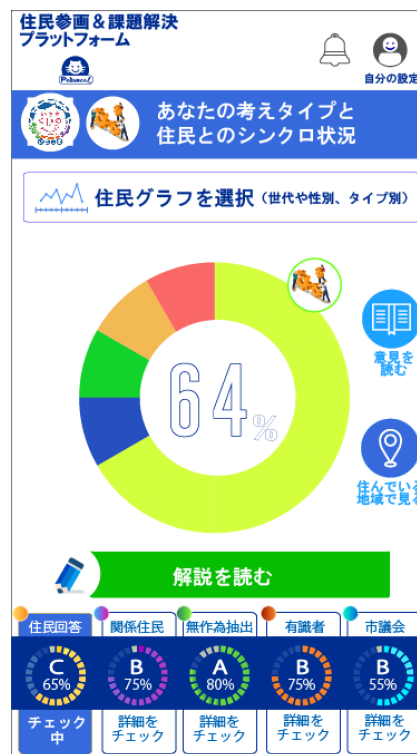
ステップ 3
つながる

他の回答者につながる

⑬



⑭



⑮



- * 自分の考えタイプと同じ考えの人が、各回答者のグループにどの位いるかをグラフで表示
- * "詳細をチェック"から、同じ考えの人の割合、他の考えの人の割合をグラフで表示
- * グラフはリアルタイムに変化

* 各画面は開発中のイメージ

・地域コミュニティ 町内会単位など

- * 町内会、区単位などでの回答率のランキング表示も可能
(ゲーム的なアプローチ)

26

特許取得の独自プロセスとは？

ステップ 3
つながる

他の回答者につながる

②②

②③



* 議会とのシンクロ状況を表示

* 各画面は開発中のイメージ



* 自分と同じ考えの議員及びその回答背景を読むことができます

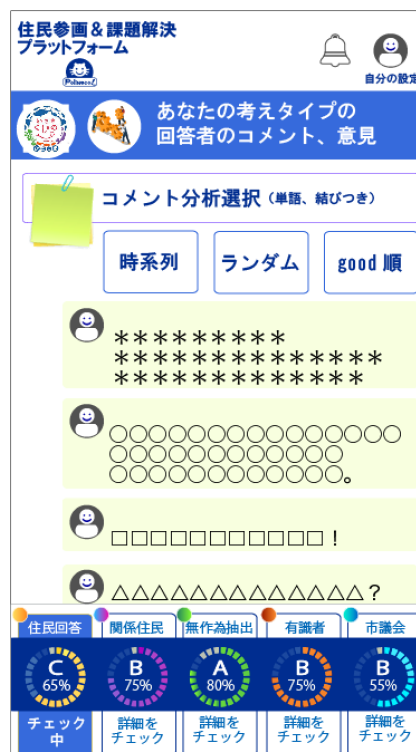
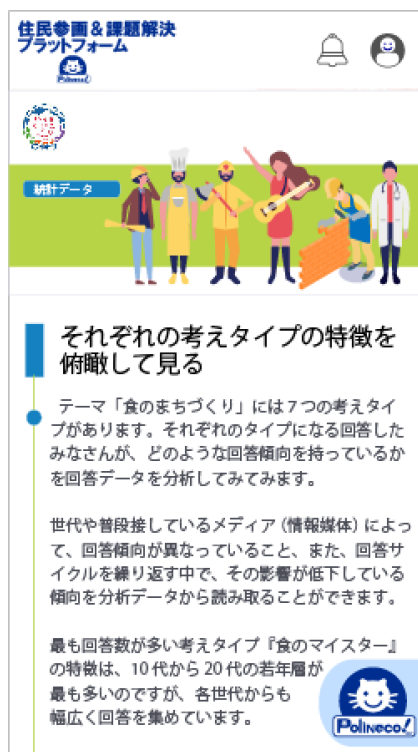
* 同じ考え以外にも、自分とは異なる各考えタイプの議員や、政党、会派別の傾向、シンクロ状況を確認できます。

ステップ 4
俯瞰する

回答の背景、傾向を俯瞰する

24

(25)



- ・ 考えタイプのそれぞれのコメント、意見及びその集約分析を読むことで回答を俯瞰

* 画面⑬、⑮に入力された考えタイプの背景など、回答者のコメントを確認することができます

*テキストマイニングを行い、言葉の関わり、傾向の表示も可能

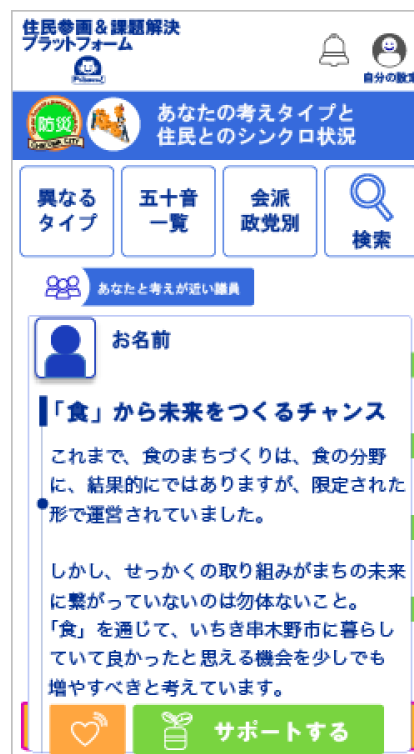
* 各画面は開発中のイメージ

ステップ 5 行動する

回答を経て、行動する

(26)

(27)



- ・ 課題別に議員とつながる
- ・ コメントの投げかけなど
- ・ 読んで、サポート
- ・ 読まれ方の分析から改善へ

* 考えタイプが同じ人とは、価値共有認知でつながっている状態になります

* この繋がりから、議員との交流、サポートを行えるようになります

* 議員にとっても国民（小中高生も含め）にとっても、政策ごとの信頼関係を構築することができるようになります。

* 各画面は開発中のイメージ

特許取得の独自プロセスとは？

ステップ 5
行動する

回答を経て、行動する

(28)

(29)

調査テーマについての
意思形成、合意形成を実現



メール配信
プッシュ通知

* 回答タイプや属性
(学生のみ、子育て世帯のみなど) に
応じたメール送信

- ・ 回答サイクルの運用
- ・ 考えタイプごとに設問を配信も

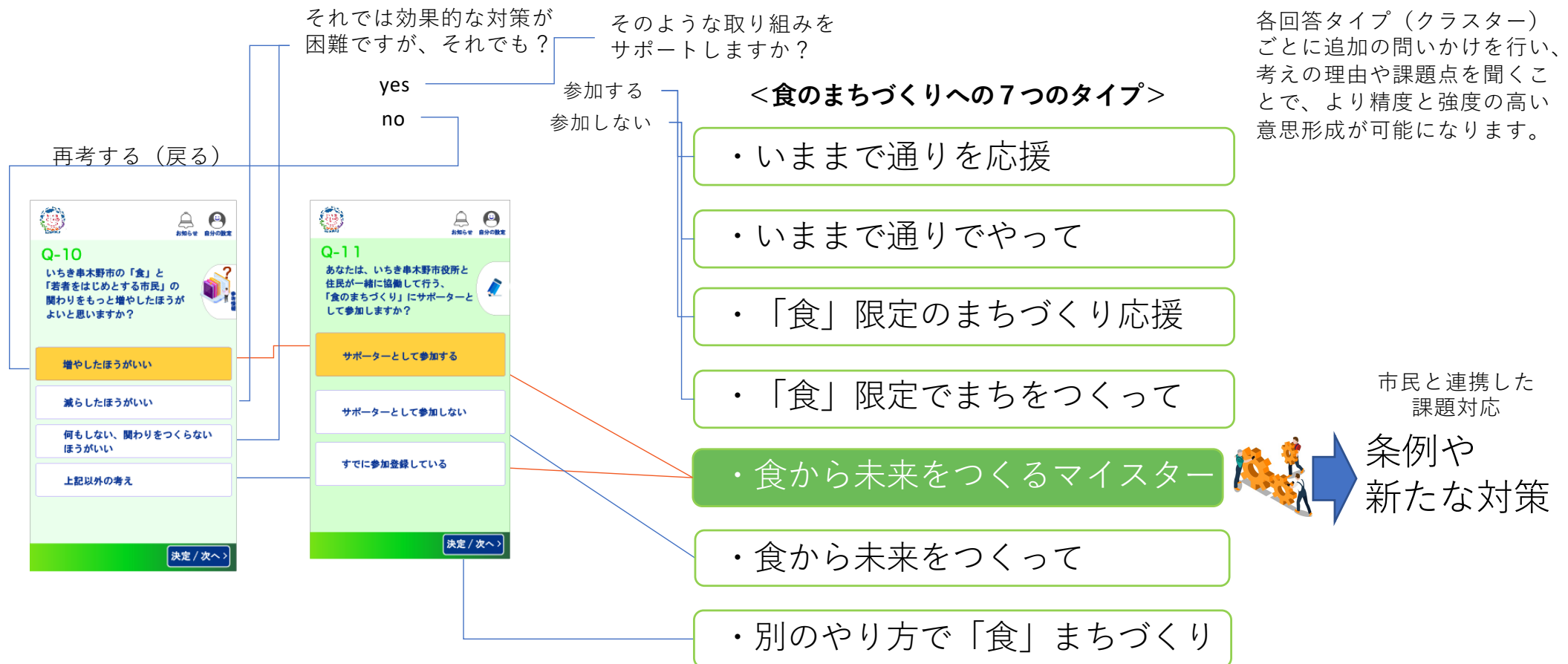
- * 回答は一回で終わりではありません
- * 回答サイクルが動き出し、考えタイプごとの設問配信、回答収集などを経て最適解、納得解の形成をすすめます
- * 「あなたは どうしたい？」を問い続ける、ソクラテスの対話法の現代版です。

ステップ 1
知り
学ぶ
考える

- * 回答によるインセンティブを提供できます。(地域の場合は商工課との連携など)
- * また、回答参加を経て、無回答の議員への回答リクエスト、友人、知人への招待発行を行います。
- * 各画面は開発中のイメージ

タイプ判定ロジック構造

- ・ 市民と市役所が協働するという自明のことであっても、回答を通じて意思を確認し、自分以外の人々と同じ意思を確認することが、地域に「信頼/TRUST」を生みます。
- ・ 回答参加で得られた意思、意見、データをもとに、新たな対策、条例などを効果的に講じることができるようになります。



特許取得の独自プロセスとは？

回答サイクルによる意思形成、成長する議論の基礎

- フィードバックのある、やりっぱなしにしないコミュニケーションサイクル
- 社会のヴィジョン構築にも対応できる継続的コミュニケーション
- 運営者（コントローラー）が明確であることによる、訂正の確実性

・『ポリネコ！』 5つのステップ



* 各画面は開発中のイメージ（コンセプト説明資料より）

風通しのよい情報環境の実現

立場を越えてフラットな関係で、一緒に、情報を知り、学び、意思表示する機会を創りましょう。（技術もノウハウもあります）

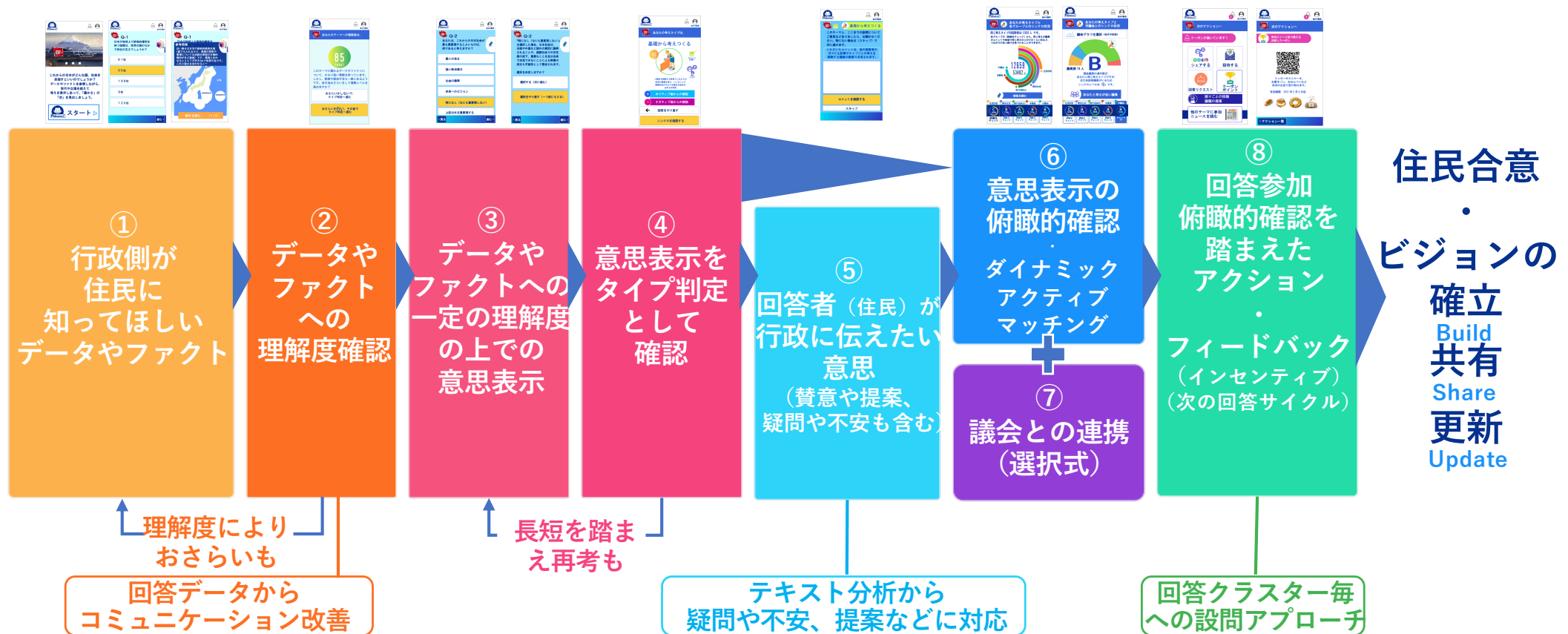


行政-住民間で信用・信頼が育まれる
地域のヴィジョンが共有される

目的地を思い描くことができるから、発展する（確実な前進）

特許取得の独自プロセスとは？ 回答プロセスの基本構造

- 相互理解のプロセスとして設計されたUX
- 各モジュールの組み方により、コミュニケーションプラットフォームとして運用し
既存の意識調査などに対応



実在性が担保された匿名回答（性別、年代、居住エリア、回答履歴）

・「食のまちづくり」の場合-DX対応型のコミュニケーション

行政視点

コミュニケーションを重視できない構造からの脱却

- ・ 住民にどの程度、届いているか判る
- ・ 住民の認知や理解の程度に基づいたコミュニケーションを企画、策定できるようになる
- ・ 個々人や地域毎の事情の把握が可能となり、対策を講じることがしやすくなる
- ・ 参加機会にほとんど限度がなくなる
- ・ 現状把握ができるため、目標設定が明確になる



行政と市民が
連携、協働した
食のまちづくり
の確実な実行と
地域の課題解決が
可能に

住民視点

自分が回答などの形で参画して、地域が変わると思える体験

- ・ 何を知っておけばいいか判る
- ・ 自分の困りごとや心配を伝える方法がいつもある
- ・ まわりの人々の意見を知る機会がある

「食のまちづくり」計画への対応

日本初のDX対応型の食のまちづくりで、全国にシティをセールスできるようになります。

いちき串木野市

個別施策	内容
U 食のまち磨き上げ事業 (シティセールス課)	食に係る歴史・文化・自然・産業・生活・風習といった豊かな地域資源とこれまでの取組をもとに、「食を中心とした豊かな時間や日々が過ごせるまち」というイメージを磨き上げ、食のまちいちき串木野が目指すべき方向性を示します。 ・第2期食のまちづくり基本計画策定 ・食のまちのストーリーの編集と多様な媒体でのPR

市民と議員が地域の基本計画、方向性をオンラインで一緒に策定できます。

全国初の取り組みとして多様な媒体にも取り上げられます。(関係住民の増加も)

D 草の根地産地消推進事業 (水産商工課・農政課・シティセールス課・教育総務課)	生産者と消費者をつなぐ機能を強化し、地産地消の普及、販路拡大及び生産者のモチベーションアップにつなげる取組を促進します。 ・野菜の集荷機能の強化など直売所の販売機能強化 ・市内飲食店等におけるまぐろ等地場産品の取り扱い強化 ・地元料理のブラッシュアップ ・給食センターにおける地場産品の使用率向上 ・おごじょ起業塾の加工食品製造等取組拡大
---	--

『ポリネコ!』による調査機能で、匿名で、地元料理への意見や提言、評価を気軽に行えます。

データをもとにブラッシュアップを行えるようになります。

V 食のまちツーリズム事業 (シティセールス課)	「食」や「食文化」の背景にある歴史、自然、人にスポットを当てたツーリズムの推進により、本市の「食」の魅力の向上を図り、食を通じた地域活性化を図ります。 ※ツーリズム：体験や交流を中心とした旅行 ・農林水産業と連携した体験型観光の推進 ・歴史と食を堪能するツーリズムの推進
W 食のまちPRパートナー連携事業 (シティセールス課)	本市の食に関心を持つ方を、居住地や出身地に関係なくPRパートナーとして登録し、情報提供や体験を通してファン化を進め、情報の拡散と関係人口の創出を図ります。 ・食のまちPRパートナー制度の実施

PRパートナーとの継続的な繋がりを『ポリネコ!』で具現化できます。

モデルプランの動画やプレゼン動画を、『ポリネコ!』の参考情報機能等を使い市内外の人々に視聴していただき、旅体験としての評価を集めることができます。

個別施策	内容
X わがまち自慢推進事業 (企画政策課・シティセールス課・社会教育課・総務課)	市民がわが町に誇りを持ち、主体的にまちづくりに関わる意思を持つ人を増やしていきます。 ・地域を学ぶ地域教育の機会の創出 ・公式 SNS による情報発信

年齢に関係なく、小学生から高齢者まで『ポリネコ!』を通じて地域のことを知り、学び、主体的に関われるようになります。

行政視点のメリット

行政視点



行政コミュニケーションの最適化

住民視点のメリット

住民視点

01

いつでも
どこからでも
参加できる

02

簡単にデータや
ファクトを知り
学び、考えること
ができる

03

地域の人々の
「考え」を俯瞰
できる

04

行政との
「距離」が
近くなる

ビジョンを共有し



持続発展する地域

05

他の世代など
自分とは異なる
立場の人々の
意見や考えが判る

06

地域課題の
解消、解決を
実感できる

07

いまは住んで
いなくても
地域に関われる

08

自分に合わせた
情報が行政から
届くようになる

理想的な地域参加が気軽に実現

特許取得の独自プロセスとは？ 従来型コミュニケーションとの「違い」

アンケートに学習機能を加えても信頼構築に繋がらない

		広報広聴、アンケート
1.学習機能	あり 回答プロセスで学習して知ることができる	なし 知らなくても回答可能
2.双方向の フィードバック	あり 回答からフィードバックが受け取れる	なし 基本的に読んでおわり、回答しておわり
3.相互理解の設計	あり 共通の予備知識、自分以外の回答を参照できる	なし 予備知識の差、自分以外の回答が見えない
4.議会/議員と	つながる 選択式の議員回答で、一緒に意思表示できる	つながらない 飽くまで参考情報
5.連続性/継続性	あり 回答履歴を参照した設問など、続くやりとり	なし 基本的にその時限り
主権者としての 6.輿論の意思表示	できる 学習を通じた熟慮を経た意思表示が可能	できない 世論≒感情としての意思表示にとどまる
7.関係住民対応	あり 関係人口など市外の関係者の参加が可能	なし 住民票の登録者が基本的な対象

住民-行政間の
信頼が育つ
「信頼形成」を目的においた実施

住民-行政間の
信頼が育ちにくい
量を重ねても次につながらない

特許取得の独自プロセスとは？

従来型コミュニケーションとの「違い」

地域を挙げた議論ができるのは『ポリネコ！』のみ

	 ポリネコ！	従来型 コミュニケーション
認知ギャップへの対応	◎ 参加者が事象のどこに誤解や認知不足を持っているか判り、ギャップを最小化できる	✗ 参加者が事象のどこに誤解や認知不足を持っているか判らず、ギャップに対応できない
囚人のジレンマにならない コミュニケーション構造	◎ 水平構造の情報共有によって 立場を越えた人々の協力が容易に	✗ 滝型構造の上意下達によって 立場を越えた人々の協力は困難
相互理解	◎ 他の回答者の回答やその背景を知るプロセスがあり、相互理解のきっかけがある	✗ 他の回答者の回答やその背景を知る術はなく 相互理解のきっかけはない
『信頼/TRUST』構築	◎ 他の回答者と主要価値共有ができるUXであり 信頼構築が可能	✗ 他の回答者と価値共有ができないため 信頼構築は困難
国会、議会 専門家と一緒に考える	◎ 共通のデータ、ファクトに基づく意思を 相互参照することで、一緒に考えられる	✗ 共通のデータ、ファクトに基づく意思を 相互参照できないため、不可能
連続性/継続性	◎ 継続、蓄積を基本とする設計、かつ 自分を含む人々の回答履歴を参照できる	✗ 記事、番組、調査は基本的に一回きり、また 個々人は自分の意思の履歴を参照できない
共通の目標 ビジョンの確立	◎ データやファクトに基づく意思を、水平構造で 集約できるためビジョン確立が可能	✗ データやファクトに基づく意思を集約 できないため社会のビジョン確立は困難
	◎ 国民的議論 地域を挙げた議論 ができる	✗ 国民的議論 地域を挙げた議論 ができない

特許取得の独自プロセスとは？ 従来型コミュニケーションとの「違い」

スペインや北欧のモデルよりも、日本型の地域経営モデルを確立するべき



ポリネコ



1.学習プロセス	◎ 特許申請技術による学習機能	×
2.相互理解コミュニケーション	◎ 他の回答者の動向、意見等を確認できる設計	×
3.データやファクトを踏まえた意思表示	◎ 学習プロセスと連携してEBPMを実現	×
4.議員と一緒に	◎ 特許技術によるアクティブシンクロナイズ	×
5.簡単に回答	◎ 選択式設問で意思表示が可能	×
6.参加者を増やす仕組み	○ 商工課、GIGAスクールなどとの連携で実装	×
7.各課職員も一緒に	◎ 職員アカウントに対応運用面も対応	×
8.設問設計、課題分析	○ 標準装備	×
9.個別の施策の改善	○ 設問テーマの設定で対応可能	○
10.回答集団ごとの対応	◎ 標準装備	×
11.継続的な関係構築	◎ メールアドレスで継続的繋がりを構築、運用	△
12.ビジョン・政策形成	◎ 標準装備	△
13.導入の気軽さ	△ 関係各位との調整、設問設計など若干手間がかかる	◎

子どもから大人まで、議員も含め立場を越え一緒に学び、考え、意思表示（意見も含め）しながら、継続的に課題解決に参加できる

感度の高い住民が、アイデア、意見を個別の地域課題にオープンに投稿できる

「食のまちづくり」の成功パターン

食のまちづくりの推進は、市、市民及び事業者が主体的に参画し、互いに理解しあい、協働して取り組むことが重要です。（『基本計画』基本方向と目標より）

・食のまちづくりに、『ポリネコ！』が実装されることで、住民-市役所-議会がデータやファクトを踏まえて力を合わせられるようになり、下記の成功パターンの展開が可能になります。



- 1・食をきっかけに地域の人が集まり
- ↓
- 2・地域の人に共通目標＝ビジョンが形成され
- ↓
- 3・ビジョンをもとに人と人が協力し、新しい取り組み＝“美味しい食”の具体化が進むことで、
- ↓
- 4・若年層にチャンスが生まれ（起業、留学）
- ↓
- 5・子育てがしやすくなり、
- ↓
- 6・地域の外から人が集まり、
- ↓
- 7・食に関わる経済が発達し、
- ↓
- 8・定住、Uターン、移住が増え、
- ↓
- 9・地域の持続性が確立する。

『ポリネコ!』で実現すること まとめ



回答参加のインセンティブにも関わる、 地域ポイントの考え方

- ・決済システムや拡張性が優れていても、大資本による外部サービスに飲み込まれます。
- ・地域通貨としてスマホ対応ができて、ただポイントの割増や還元では利用率が低迷します。
- ・市の内外に示せる目指す地域像（住民参加によるビジョン/共通目標）があってはじめて地域の『信頼/TRUST』が成立し、浸透します。

さるぼぼコイン  さるぼぼコイン SARUBOBO COIN	飛騨信用組合による電子地域通貨。利用可能エリアは、高山市、飛騨市、白川村のみ。エリア内のホテルに宿泊すると数千円のポイントが付与され、地域内での利用ができるなど、観光で成功している地域ならではの仕掛けがある。
AQUA COIN 	君津信用組合・木更津市・木更津商工会議所による電子地域通貨。普及推進協議会は市役所産業振興課内にある。新電力の割引額をコインとして受け取れるほか、ボランティアなどに行政ポイントとして活用される。
tengoo 	沼田市による電子地域通貨。システムはトラストバンク社によるもの。加盟店がシステム利用料を支払い、利用者に83%を還元することを謳っている。市民への周知が不完全で、関係者だけが得をしているという指摘もある。
negi 	地域経済の自立的活性化を主目的としてスタートした深谷市による地域通貨。先行して深谷市電子プレミアム商品券で検証を行い、現在は、アプリとカードの両方で利用可能。加盟店のQRコードで決済を行う。
RENERIA 	林業家の方から間伐材を買い取り、その半額を地域紙幣（有効期限6ヶ月）で支払うことで市内で経済を循環させる仕組み。 事業者は、気仙沼エネルギー開発株式会社
HIROCA 	広島県が公募した「電子マネー方式プレミアム付き商品券発行モデル事業」の事業者として広島銀行がスタート、多機能かつ初期の加盟店も多かったが、2021年3月で終了