

様式第1号(第6条関係)

市民活動団体提案に関する企画提案書

平成 18年 11月 22日

(あて先)静岡市長

事務局
 所在地 静岡市駿河区中田本町 46-2
 提案者団体名 静岡県演劇協会 印
 代表者氏名 伊藤幸夫



次のとおり、協働事業に関して提案します。

提案する協働事業 のタイトル	広報しずおか「静岡こども気分」07 夏号
摘 要	

※ 添付書類:(2)~(5)は任意書式。(2)~(4)は同一年度内に別の提案で提出済みの場合は必要ありません。

(定款や役員に大幅な変更があった場合は再提出してください。)

- (1) 市民活動団体提案の概要
- (2) 提案した市民活動団体の定款・会則等
- (3) 提案した市民活動団体の前年度の事業報告書・決算書及び当年度の事業計画書・予算書
- (4) 提案した市民活動団体の役員名簿
- (5) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要があると認める書類



(1枚目)

市民活動団体提案の概要

団 体 名	静岡県演劇協会
提案する協働事業のタイトル	広報しずおか「静岡こども気分」07夏号
事業の目的	0歳から15歳くらいまでの幼児・児童や青少年も静岡市民です。これまで広報しずおかは、こうした幼児・児童から青少年を対象とした広報ではありませんでした。町内会組織を通じて、あるいは公民館などの公共施設を通じて配布される広報ですが、配布ルートは子どもたちを対象とはしていませんし、また内容も、子どもたちに知らせたい内容であっても、それは大人がまず知り、そこから伝えるというルートを想定したものであるといえます。しかし、公共施設や公共機関の子どもたちを対象とした講座や行事などは実にたくさんありますし、これはNPOなどの民間団体や企業にもあります。呼びかけたい相手に直接メッセージが届くような内容やルートは広報の原則でしょう。その実現により、大人たちが静岡の子どもたちのためにと頭をひねり、汗を流して計画し実行しようとする企画に、より多くの子どもたちの参加を得ること。幼い市民たちに市民の一員である意識を持ってもらうためにも、必要なことではないでしょうか。もちろん、彼らには自分たちのための情報を市民として得る権利もあると思います。「広報しずおか『静岡こども気分』」は、子どもたちに向けての情報発信が盛んな夏休み前に、子どもたちのための広報紙を出そうという計画です。
事業の詳細内容	<p>1.紙面の企画 編集方針を決定し、文字量などフォーマットを決定する。</p> <p>2.情報の収集 NPO 団体や清水 NPO・ボランティア市民センターの協力、市民生活課の作成した団体名簿を使って情報の提供を呼びかける。民間企業についても催事や、企画の情報の提供を求める。公民館や行政機関の企画については広報課を通じて情報を集めていただくとともに、広報の視点からのご意見をいただく。基本的には電子化された情報で集める。</p> <p>3.編 集 集まった情報のレイアウト作業に入る。</p> <p>4.校 正 印刷原稿に誤りがないか、情報の提供元への確認とともに、誤植などがないかを校正する。</p> <p>5.印 刷 市内公立小中学生、および私立の小中学生が 5 万6千人くらいと推定し、他、公民館や「るくる」、各児童館配布用も含めて 6 万部を印刷する。</p> <p>6.配 布 教育委員会の協力を得て、小中学校を通じて、配布する。</p> <p>7.結果調査 夏休み終了後、それぞれの応募人数などを確認する。</p> <p>8.ふりかえり 結果調査を元に、広報課にも加わっていただき、問題点を探り、来年度以降の企画に反映させる。</p> <p>9.報告書 ふりかえりを含めた報告書を作成する。</p>
事業期間	2007年4月～10月
市民活動団体と行政の役割分担に関する説明	当団体を中心となって、自然環境系など他のNPO 団体に情報収集の協力を呼びかけます。行政、たとえば公民館・文化施設・消防署など、の情報収集は行政にお願いします。情報のとりまとめは、県の「バレットコミュニケーション」編集実績のある「しずおか流域ネットワーク」にお願いします。全戸配布を考えましたが、予算的にとても無理ですので、学校経由で児童生徒に届けたいと考えますので、教育委員会に配布をお願いします。
概算所要見積額	123万5850円 別紙参照
成果目標(具体的に)	事業を継続的に行っている企画の応募人数を昨年よりも平均2割増やすこと。

事業評価に係る説明

公 益 性	<p>情報の発信者は、行政や静岡市内の企業・団体であり、その受信対象も静岡市内に居住することも市民であること、情報に接し、各企画に参加することで、子どもたちにさまざまな体験を提供できることを考えれば、十分な公益性を持つ企画であると考えます。また現状、公費を使って行われる夏休みの子ども向けの企画(市民文化会館のバックステージツアーなど)にも予定の人数が集まらないなどを考えると、公費の有効活用の観点からも、公益性をもつものと考えます。</p>
市の施策としての妥当性 (国・県との比較)	<p>静岡市の子どもたちを対象とした企画の中には、もちろん全県的、全国的な呼びかけもあることと存じます。しかし、次代を託すべき静岡市の若い市民たちに向けた広報を県や国が担うのはどう考えても整合性がありません。</p>
実現可能性 実行可能性	<p>情報の収集について…公的機関、公的施設の子どもの向けのお知らせは、すでに広報静岡で行われています。課題は、民間側の情報です。これについては、顔見知りネットワークを活用して、市内NPO団体から集めますし、また市民生活課からも市民活動団体や企業へ呼びかけていただいて集めます。ただ、締め切りが、現在の広報の締め切りでは早すぎる可能性もあり、その辺で、どこまで締め切りを遅らせ、制作期間を短縮できるかに、実現・実行可能性はかかっていると考えます。ひとつには、広報課の現在の大人向け広報のスタッフ以外で、チームを作ることが不可欠であると考えています。</p> <p>情報の提供について…静岡県文化財団では県内の小中学校を經由して、夏休みのワークショップの参加者を多く集めることにすでに成功しており、ルートの成功の可能性が高いと思われます。</p>
先 駆 性 モ デ ル 性	<p>寡聞にして、子ども向け広報を発行している自治体があるとは聞いていません。</p> <p>しかし少なくとも静岡市においては、子どもたちも静岡市民でありながら、子どもたち向けの市からの広報という媒体が存在しないために、せつかくの子どもたち対象の広報が十分にはいきわたっていません。伝えたい対象に直接伝えることが、コミュニケーションにとっては最も効果的なのはです。これからの広報を考えていただくための一石を投じられればと思います。</p> <p>また「市民のための情報」提供を、どちらかがお願いして行うのではなく、行政と市民活動団体が協働で担うというのは、これからの公の情報の収集・提供システムづくりに、ひとつのヒントを与えるものと考えます。</p>
摘 要	

広報 しずおか「静岡子ども気分」夏号企画 スケジュール

		事務作業	本体制作作業
		打ち合わせ・役割分担確認	
		予告をパートナーなどを使って告知	
2007年4月	上旬	団体・機関・組織のリストアップ	基本フォーマットの決定
	中旬	挨拶状・原稿用紙などの発送	
	下旬		広報構成・デザインの検討
2007年5月	上旬		
	中旬	原稿回収	編集・レイアウト開始
	下旬		
2007年6月	上旬		校正・修正
	中旬		印刷
	下旬	発送・各校配布	
2007年7月	上旬		
	中旬		
	下旬		
2007年8月	上旬	夏のイベント ↑ ↓	
	中旬		
	下旬		アンケート用紙発送
2007年9月	上旬		
	中旬	アンケート用紙回収	
	下旬	分析・振り返り	
2007年10月	上旬	報告書作成	
	中旬	事業完了	
	下旬		

広報しずおか「静岡こども気分」07夏号企画見積もり書			
①制作費	編集料		160,000
	デザイン料	カット、イラスト代含む	160,000
	印刷費	B4版8ページ6万部 2色刷り(※1)	600,000
②報告書	制作費		50,000
③通信費	発送のための人件費、通信費(※)など		100,000
④事務局費	管理費、会議費、打ち合わせ交通費など	(①+②+③) × 0.1	107,000
小計A			1,177,000
消費税額	A × 0.05		58,850
総計			1,235,850

※1 4色刷り775000 A3版 2色675000 4色860000

※2 80円 × 400団体 × 3回 募集および結果アンケートの郵送料