

千葉市花見川区魅力発信プロジェクト 「花見川どっとcom!」の運用体制作りと今後の展望

河野 義広*

東京情報大学では千葉市との地域連携協定を締結している。その一環で本学総合情報学科システム開発コースの河野ゼミを中心に、若者視点による花見川区の魅力発信プロジェクト「花見川どっとcom!」を推進している。本稿では、プロジェクトの活動状況、運用体制、今後の課題や展望に関して報告を行った。具体的には、情報大プロジェクトチームの編成、「花見川どっとcom!」Facebookページの運用、区内の高校生に対する情報リテラシー教育、区・高校・大学の連携体制作りについて活動を行った。その結果、高校・区と連携したFacebookページの運用体制はほぼ整備され、アクセス数も徐々に増えつつある。今後は、運用体制の強化、地域活性化の評価基準の検討を目指し継続的に活動を進めていく。

キーワード：地域活性化、ソーシャルメディア、運用体制作り、Facebookページ

Operational Structure and Action Plan about Community Branding Project “Hanamigawa.com!” for Hanamigawa-ku in Chiba-city

Yoshihiro KAWANO *

Tokyo University of Information Sciences and Chiba-city concluded an inter-regional association agreement. The members (students and professors) of Kawano seminar in system development course promote community branding project “Hanamigawa.com!” for Hanamigawa-ku in Chiba-city. In this paper, the activity condition of the project, the operational structure, and action plan are reported. Concretely, our activities are organization of project team in TUIS, operation of Facebook page for this project, information literacy education for high school students, and development of operational structure among public administration, high school, and university. As a result, operational structure of Facebook page which cooperated with high school and public administration was developed mostly. Future works are enhancement of operational structure and consideration of assessment about local revitalization. We will continue to perform long span activity for community branding in Hanamigawa-ku.

Keywords: community branding, social media, operational structure, facebook page

1. はじめに

近年、地域に根差した産学官連携に基づく地域活性化が注目されており、学内に産学官連携イノベーション部門が設置される大学が増えつつある。その背景には、研究成果を社会に還元するとともに、地域や企業が抱える課題に対し、大学と連携して解決する地域に開かれた大学の姿勢が求められると考えられる。

このような背景の中、大学生や大学教員が地域住民、NPOとともに地域の課題解決や地域づくりに継続的に取り組み、地域活性化や人材育成に資する「域学連携」地域づくり活動が増加している[1][2]。自治総合センターの報告によれば、大学と自治体が連携し、地域資源の掘り起こしと活用に関する調査研究、地域の食材を活かした料理レシピ集の開発、観光資源のブランド化を目的とした地域資源マップの作成など、日本全国で様々な活動が報告されている[2]。例えば、茨城県常陸太田市では、茨城大学、常磐大学、茨城キリスト教大学との連携により、地域の活力創出と大学教育の質向上の双方を実現する「地域連携PBL (Project-Based-Learning) プログラム」を実施している。その中でも特に、3大学間の単位互換の専門科目である「地域づくりプロジェクト実習Ⅰ」では、現地でのフィールドワークを通じて地元特産品の「里川カボチャ」を活用した商品開発に取り組んでいる。この取り組みは、地域住民の課題であると同時に、学生による地域貢献活動の結果であり、地域と大学双方のメリットとなる。

一方、国土交通省が公表した「国土のグランドデザイン」(骨子)によれば、2050年の日本の人口は、約9,700万人にまで減少することが予想されている[3]。急激な人口減少や少子高齢化が進行し、約6割の地域で人口は半減以下、そのうち3分の1の地域で無居住化、どの国も経験したことのない約4割の高齢者率が現実となる。千葉市においても同様の傾向は見られ、特に花見川区は千葉市の中で最も早く人口

減少に転ずると予測される[4]。

上記社会状況を踏まえ、東京情報大学では千葉市との地域連携協定を締結しており、研究テーマで関連する教員とそのゼミを中心に、千葉市の各課と連携し様々なプロジェクトを推進している。本学総合情報学科システム開発コースに所属する河野ゼミでは、花見川区地域振興課と連携し若者視点での魅力発信プロジェクト「花見川どっとcom!」を2013年6月から進めている[5]。本稿では、花見川どっとcom!の活動状況、運用体制、今後の課題や展望に関する報告を行う。具体的には、情報大プロジェクトチームの編成、「花見川どっとcom!」Facebookページの運用、区内の高校生に対する情報リテラシー教育、区・高校・大学の連携体制作りについて活動を行った。日本国内の事例を見ても、上述の行政と大学による地域活性化を目指した域学連携、大学と高校による公開講座や出張講義での高大連携、行政と高校や中学校による地域貢献の取り組みなどは、いくつか事例が報告されている。しかしながら、行政・高校・大学の3者連携による地域活性化のプロジェクトはほとんど事例が報告されていない。このような利害関係者間で協働できるための運用指針を示すことができれば、様々な地域とその近隣教育機関での地域活性化プロジェクトに貢献できると考えられる。本稿では、プロジェクト推進の結果、情報発信の体制作りにより一定の成果が確認できたため、その活動を報告し今後の展望について議論する。

2. 花見川どっとcom!の活動報告

2.1 プロジェクトの目的

千葉市花見川区では、区内での交流人口の増加を目的とした区の魅力発信プロジェクト「花見川どっとcom!」を推進している。本学は花見川区と連携し、若者視点での新たな区の魅力を発見するため、「学生主体による区の魅力発信プロジェクトチームの編成」、「区内の高等学校を対象としたソーシャルメディアリテラシー

教育」を行う。上記の研究活動により、花見川区の魅力が区内外に共有・共感され、高校生を始めとする区内住民が積極的に関わる体制を作ること、花見川区のブランド構築に貢献する。

2.2 活動内容

プロジェクトの活動内容は以下のとおりである。

- (1) 情報大プロジェクトチームの編成
- (2) Facebookページの開設・運用
- (3) 犢橋高校での出張講義
- (4) 区・高校・大学の連携体制作り

2.2.1 情報大プロジェクトチームの編成

2.2節の(1)より、2013年8月、河野ゼミの学生を中心に情報大プロジェクトチームを編成した。情報大プロジェクトチームには、2014年5月現在で9名の学生が在籍している。学生は、各自担当するテーマ（自然、グルメ、歴史、文化、お酒など）を持ち、それに関する情報を収集し「花見川どっとcom!」のソーシャルメディアアカウントより随時情報発信を行う。また、情報大プロジェクトチームが主体となり、区役所や区内高校との連携を行い、円滑な情報発信に取り組む。

本プロジェクトにおいて、情報発信者となる若者は、現時点では区内高校生、本学学生（区

内居住者、近隣者を含む）とする。本プロジェクトでは、情報発信者自身が地域の情報を探る中で、地域の人々との人脈を築いていくことが地域活性化の上で不可欠な要素になると考え、時間の融通が利きやすい学生を適任とした。区内高校生に関しては、花見川区の地の利を有し、PC操作やインターネットなどの最低限のITスキルや文章能力があると考え、プロジェクト内での教育次第では十分に活躍できると判断した。それ以外の情報発信者として、「おやこカフェ幕張」[6]や「ほっとすぺーす・すぎな」[7]などの花見川区内の情報発信拠点と連携し、地元の小中学生を巻き込んだイベント、情報発信を検討する。

2.2.2 Facebookページの開設・運用

2.2節の(2)より、Facebookページの開設・運用の経緯について説明する。まず本プロジェクトでのソーシャルメディア運用にあたり、各種ソーシャルメディアの特徴を比較する。Facebook、Twitter、Google+、LINEを対象に、運用する際の特徴や必要な機能を表1にまとめる。

表1より、利用者数では、Facebookが全世界で12.8億人と最も多い（2014年3月時点）[8]。ただし、日本国内で言えば、Facebookは2,100万人であるのに対し、LINEは5,000万人と国内

表1. 各ソーシャルメディアの運用比較

ツール	利用者数 *日本国内	情報発信方法	情報共有			アクセス解析
			議論	ファイル	検索	
Facebook	12.8億人 *2,100万人	Facebookページ	○ グループ ※スレッド	○	○	インサイト機能
Twitter	2.4億人 *2,175万人	アカウント共有	×	×	×	Twitterアナリティクス
Google+	5.4億人 *1,500万人	Google+ページ	○ グループ ※スレッド	○ ドライブ	○	Googleアナリティクス
LINE	4億人 *5,000万人	LINE@	△ グループ ※一覧	△ ※PC版は可	×	データ統計機能

の利用者数は最も多い（2014年4月時点）。加えて、LINEはスマートフォンからの利用に適しており、国内の高校生や大学生に対しての情報発信で言えば、より多くの利用者に情報伝達できる可能性がある。しかしながら、LINEは友人・知人同士のチャット用として利用されることが多く、公式アカウントはスタンプやクーポンプレゼントなどのキャンペーンがなければ友達登録をされる機会は少ない。Twitterは、個人で複数のアカウントを持つことが可能であるため、正確な利用者数は不明であるが、全世界で2.4億人、国内で2,175万人が利用していると推測されている（2013年12月時点）。Google+は、ソーシャルメディアとしては比較的最近のサービスではあるものの、全世界で5.4億人、国内では1,500万人が利用しており（2013年10月時点）、他のソーシャルメディアと比べて機能が洗練されている。特に、「サークル」とよばれる機能により、受信者の属性に合わせた個別の情報発信が可能である。

次に、情報発信方法では、FacebookとGoogle+はそれぞれ、Facebookページ、Google+ページとよばれる、個人アカウントとは別に企業や団体、商品・サービスなどの宣伝・紹介のためのページを作成することができる。これらは、ページ管理者に個人アカウントを追加することで、複数人での管理が可能である。一方、Twitterは公式アカウントを作成し、そのアカウントを運用担当者間で共有する必要がある。そのため、Twitterは比較的少数者での運用は十分可能であるものの、多人数や運用担当者が頻繁に変わるような体制では利用し難い。LINE@は、月額5,000円で利用できるプランから、友達数やメッセージ配信数の上限に応じて月額150万円までと様々なプランが存在する。LINE@は、2014年5月に無料アカウントの提供が開始されたが、それまでは有料のサービスであった。

情報共有機能に関して、Facebookではグループ機能により、議論、写真や文書などのファイル共有、ログの検索が可能である。Twitterは、

DM（ダイレクトメッセージ）の機能により個別のメッセージ交換は可能ではあるが、複数人での円滑な情報共有のためには、ファイル共有や議論用に他のサービスを利用することが多い。Google+では、複数人での情報共有・議論にはGmailやGoogleグループ、ファイル共有にはGoogleドライブを利用できる。各種Googleサービスでの検索機能も使いやすく優れている。ただし、Googleサービスは種類が豊富で、機能が複雑なサービスもあり、それらを使いこなすには、相応の情報リテラシーのスキルが求められる。LINEにはグループ機能があるものの、すべての投稿がタイムラインのように一覧で表示されるため、議論のつながりが分かり難しく、個別の話題を検索することも困難である。複数人での情報共有の際は、Twitterと同様に他のサービスを利用することが前提となる。

アクセス解析に関しては、いずれのサービスも記事の閲覧数やフォロワー数の推移、利用者の反応などの統計情報を得ることができる。特にFacebookのインサイトでは、各ユーザが名前、性別、年齢、居住地など多くの個人情報登録していることもあり、いいね!を押したユーザの属性を詳しく分析することができる。

以上の調査結果より、利用者数の多さと複数人での管理体制の整備、情報共有の容易さの観点から「花見川どっとcom!」のプロジェクトでは、Facebookページ[9]を活用して情報発信を行うものとする（図1）。特に、高校生や大学生は、2年程度でプロジェクトメンバーの入れ替わりが発生するため、複数人での運用が容易なFacebookページが適していると考えられる。

次に、運用に関して、「花見川どっとcom!」のFacebookページは、2013年10月25日に公開した。本Facebookページの運用方針は、千葉市のものを参考に、学生主体で運用しやすいよう考慮した[10]。これまでの運用の結果、2014年5月9日時点で、本Facebookページに対する「いいね!」数は47、記事投稿数は20件である。



図1. 花見川どっと com! のFacebookページ



図2. 犢橋高校での出張講義の様子

定常的な情報共有に関して、学生との予定調整、議論、写真などの共有にはFacebookグループを活用する。Facebookグループでの情報共有は、操作面や情報の視認性の面からFacebookページの運用と相性がよいこと、学生・教員ともに日頃から利用するツールであり短時間での意思伝達が可能であることなど、運用面で様々な利点がある。

2. 2. 3 犢橋高校での出張講義

2. 2 節の(3)より、犢橋高校での出張講義[11]にて、本プロジェクトに参加する高校生に対して、ディスカッションやFacebook活用演習での補助を行った(図2、3)。出張講義では、ソーシャルメディアの魅力や留意点、Facebookを利用する際のプライバシー設定などのソーシャルメディアリテラシーに関する講義、演習を実施した。本プロジェクトにおける高校生の活動の流れ、情報大プロジェクトチームとの関わりを以下に示す。

- Step 1. 出張講義によるソーシャルメディアの魅力と留意点の理解
- Step 2. Facebookのアカウント作成、プロジェクトのFacebookグループに登録
- Step 3. 自己紹介文とニックネームの決定(高校生は実名で投稿しないため)
※上記方針は情報大プロジェクトチームとのディスカッションにより決定
- Step 4. 投稿ネタの収集、写真と文章の作成



図3. 犢橋高校の高校生チーム

- Step 5. Facebookグループでの投稿記事の共有、記事の校閲
- Step 6. Step 5でOKが出た記事をFacebookページに投稿
※Facebookページへの投稿は、犢橋高校の有村一成教諭が実施
※以降はStep 4~6の繰り返し

上記のStepにより、高校生と情報大プロジェクトチームが関わりながら、高校生によるプロジェクト活動が実施される。現在は、有村教諭の協力のもと、高校生のチームを編成し、基本的な運用体制が整備された段階であり、現時点では10名の高校生が参加している。Step 4の投稿ネタの収集に関しては、高校生各自が10件程



図4. Facebookページに掲載された
高校生の取材記事

度収集済みであり、地の利と行動力を活かして今後も継続的に収集する予定である。これら投稿ネタは、Step 5よりFacebookグループで共有され、有村教諭や情報大プロジェクトチームによる校閲・推敲が行われる。Step 5を経て記事公開の準備が整い次第、Step 6で順次Facebookページに投稿される(図4)。

2. 2. 4 区・高校・大学の連携体制作り

2. 2節の(4)より、本プロジェクト活動を通じて、利害関係者である区役所・高校・情報大の3者の連携体制作りを行った(図5)。図5では、花見川区の魅力発信を共通のテーマとし、3者それぞれの目的に応じて、連携し活動を進めている。3者の目的はそれぞれ、区役所は交流人口の増加、高校は高校生に対する情報教育、情報大は地域活性化に関する研究成果である。3者はそれぞれの目的遂行を目指しつつ、他者との協力や連携により相乗効果が期待され、より大きな成果を得られる可能性がある。そこで、関係者3者のうち、2者間での連携について議論する。これらの連携体制が円滑に進むことで、3者共通のテーマである花見川区の魅力発信につながると考える。

はじめに、区役所から情報大に対しては地域の人脈や統計データなどを提供し、一方の情報大はソーシャルメディア活用に関する専門知識



図5. 区役所・高校・情報大の連携体制

の提供やイベント時の学生動員で連携する。続いて、情報大から高校に対してはソーシャルメディアリテラシーやクラウドサービスの活用など最先端の情報教育を実施し、高校からは高校生自身がプロジェクト推進の原動力となり、大学ではその成果を研究に活かす。最後に、高校から区役所に対しては実際の情報発信による地域貢献を目指し、区役所からはソーシャルメディアの運用支援や資金援助などの活動支援を行う。

2. 3 運用指針の検討

このように、目的の異なる利害関係者が協働でプロジェクトを遂行するためには、各自の目的は優先しつつ、他者の考えを理解し、Win-Winの関係を築くことができるよう、互いに協力する姿勢が重要である。他者との連携に関しては、スティーブン・コヴィー著の「7つの習慣」[12]の考え方が有効である。7つの習慣の概要は以下のとおりである。

- ・第1の習慣：主体的である
- ・第2の習慣：終わりを思い描いてから始める
- ・第3の習慣：最優先事項を優先する
- ・第4の習慣：Win-Winを考える
- ・第5の習慣：まず理解に徹し、そして理解される
- ・第6の習慣：シナジーを創り出す
- ・第7の習慣：刃を研ぐ

上記の第1～3の習慣は私的成功に関するも

ので、個人や組織が主体的に活動を進めるための考え方である。続く第4～6の習慣は公的成功に関するもので、他者との関わりの中で信頼関係を築くための考え方である。最後の第7の習慣は再新再生に関するもので、自らの肉体や内面を磨き、モチベーションや活力を高めるための習慣である。特に、第4～6の習慣を意識しながら、関係者間の連携を進める必要があり、その役目は大学が主導となって担うべきものと考えられる。なぜならば、大学の目的はあくまでも研究であり、3者の中で最も独り善がりとなる可能性が高いためである。特に地域活性化の研究では、地域やそこに生きる人々の痛みを、自らの痛みとして感じるができなければ、本当の意味で相手を理解することはできず、地域の課題を解決することも難しい。

2.4 プロジェクト成果報告会

上記活動を踏まえ、プロジェクトの成果報告会を以下の日程で実施した。

- ・タイトル：「花見川どっとcom!」成果報告会
- ・日時：2014年3月28日（金）
18時30分～20時00分
- ・場所：東京情報大学
千葉ステーションキャンパス

《第一部》講演

「千葉市花見川区の紹介とプロジェクト発足の経緯」

千葉市花見川区長 山田啓志

「“花見川どっとcom!”の取り組みと今後の展望」

東京情報大学

総合情報学科システム開発コース助教

河野義広

《第二部》パネルディスカッション

★パネリスト

千葉市花見川区長 山田啓志

犢橋高校教諭 有村一成

東京情報大学 情報システム学科3年

成島 闊、能勢孟臣

進行：東京情報大学 河野義広

全体司会：千葉市花見川区 地域振興課

渡辺大樹

成果報告会の第一部では、千葉市花見川区の山田区長より花見川区の紹介とプロジェクト発足の経緯について、東京情報大学の河野よりプロジェクトの取り組みと今後の展望について講演が行われた。山田区長の講演では、花見川区が抱える課題として、人口減少や若年層および生産年齢割合の減少に関する課題とその背景が報告された。花見川区が抱える課題解決のため、若者視点での事業展開の観点から若者向けの情報発信プロジェクトを東京情報大学と連携し発足した。河野の講演では、2.2節で示したFacebookページ運用や出張講義などのプロジェクトの取り組みや今後の課題について報告があった[13]。今後の課題として、情報発信のための運用体制の強化、地域活性化の評価基準の検討がある。

続く第二部のパネルディスカッションでは、花見川区、犢橋高校、東京情報大学の関係者がプロジェクトの現状の課題、花見川区の魅力、今後の具体的な目標について議論した。パネルディスカッションの様子を図6に示す。まずプロジェクトの課題として、高齢者を巻き込むためのタブレットやSNSのセミナー、パンフレットやポスター、カードなど紙媒体による広報活動、東京情報大学の学生グループの活発化が挙げられた。続く花見川区の魅力では、数多くの様々なイベントの実施、歩道幅の広い場所が多くベビーカーの利用時にも安心・安全、個人経営者の多さ、交通の不便さを逆に秘境や隠れ家としてアピールできるといった意見が得られた。今後の目標では、各パネラーから犢橋高校の個人対応から組織対応への体制整備と各生徒による記事作成、魅力を伝えられるエヴァンジェリストの擁立、本プロジェクトを起爆剤とした花見川区の活性化という展望が得られた。



図6. プロジェクト成果報告会パネルディスカッションの様子

3. プロジェクトの成果

3. 1 Facebookページのアクセス状況

本Facebookページへのアクセス状況結果を図7～9に示す。これらは、インサイトとよばれるFacebookページに対するユーザの増加傾向や統計情報、コンテンツ閲覧数などを分析できる機能である。Facebookのプラットフォームを利用することにより、ユーザの属性（年齢、性別、居住地など）を把握し、運用に活かすことができる。

インサイトの機能は、Facebookページに対するいいね!数が30を超えた段階で利用可能となる。本Facebookページは、2014年2月11日にいいね!数30を超えたため、確認できる統計情報はそれ以後となる。図7より、Facebookページに対するいいね!数は約3ヶ月間で32から47で、僅かながら日々増加はしている。地道な投稿だけでなく、実際のイベントと連動したキャンペーンが重要になると考えられる。図8は、Facebookページに対するリーチの推移である。ある記事がユーザにいいね!やシェアをされると、他のユーザのニュースフィードにも記事が表示されるため、より多くのユーザにリーチする。リーチの推移を見ると、3月9日をピークとして、成果報告会直後の3月29日から4月6



図7. Facebookページに対するいいね!数の推移



図8. Facebookページに対するリーチの推移



図9. Facebookページの記事投稿に対するリーチのランキング

日頃も多く多くのユーザにリーチした。図9のリーチのランキングを見ると、3月9日の朝市&花カフェ、3月28日の成果報告会の記事のリーチが多いことから、本Facebookページのリーチに対して大きく影響したと考えられる。

3. 2 研究教育面・行政面での成果

2. 2. 4節で述べたように、本プロジェクト

活動を通じて、利害関係者である区役所、高校、情報大の3者の連携体制が整備されつつある。花見川区の魅力発信を共通のテーマとし、3者それぞれの目的（区役所：交流人口、高校：教育、情報大：研究）に応じて、連携し活動を推進している。それぞれの目的遂行を目指し、他者との協力や連携による相乗効果を期待している。

上記の3者の連携体制は、行政施策面の成果としても有効と考えられる。現状では、花見川区の魅力発信の体制が整った段階である。行政側の期待する交流人口の増加といった成果は確認できていないものの、今後の継続的な調査の中で連携体制の評価を行う。

4. まとめ

本プロジェクトは、千葉市花見川区と連携し、区内での交流人口の増加を目的とした魅力発信プロジェクトである。本稿では、プロジェクトの活動状況、運用体制、今後の課題や展望に関して報告を行った。具体的には、情報大プロジェクトチームの編成、「花見川どっとcom!」Facebookページの運用、区内の高校生に対する情報リテラシー教育、区・高校・大学の連携体制作りについて活動を報告した。その結果、高校・区と連携したFacebookページの運用体制はほぼ整備され、アクセス数も徐々に増えつつある。

今後は、運用体制の強化、地域活性化の評価基準の検討を目指し継続的に活動を進めていく。運用体制に関しては、円滑な情報収集、発信のための連携強化が不可欠である。具体的には、区内の1校だけでなく、他校や地域の商業施設などを巻き込んだ体制作りが必要と考える。また、今継続的に活動を実施するためには、高校や大学における生徒、学生の年度毎の入れ替え体制が必要である。続いて、地域活性化の評価基準に関しては、成功のための条件を検討する必要がある。具体的には、観光客や転入者の増加だけでなく、シティプロモーション[14]

の考え方を参考に住民の誇りや地元愛といった観点からも評価を行う。

【参考文献】

1. 財団法人 自治総合センター, “平成24年度「域学連携」地域づくり活動に関する調査研究会報告書”, 2013.3.
<http://www.jichi-sogo.jp/wp/wp-content/uploads/2013/04/24-02houkokusho.pdf>, (2014. 5. 15)
2. 財団法人 自治総合センター, “平成25年度中期滞在型『域学連携』地域づくり活動に関する調査研究事業 報告書”, 2014.3.
<http://www.jichi-sogo.jp/wp/wp-content/uploads/2013/04/24-02houkokusho.pdf>, (2014. 5. 15)
3. 国土交通省, “2050年を視野に入れた国土づくりに向けて ～新たな「国土のグランドデザイン」(骨子)”, 2014.3.
https://www.mlit.go.jp/report/press/kokudoseisaku03_hh_000067.html, (2014. 05. 14)
4. 千葉市, “人口の将来見通しについて”, 2014. 4.
<http://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/sogoseisaku/kikaku/population2.html>, (2014. 05. 14)
5. 東京情報大学, “平成25年度(2013年度)プロジェクト研究テーマ”, 2013.8.
<http://www.tuis.ac.jp/research/joint-project/index.html>, (2014. 05. 14)
6. およこカフェ幕張, 2010.9.
<https://www.facebook.com/oyaco.cafe>, (2014. 06. 29)
7. ほっとすぺーす・すぎな, 2014.5.
<https://www.facebook.com/sugina.amado>, (2014. 06. 29)
8. ソーシャルメディアマーケティングラボ, “5大ソーシャルメディアのユーザー数まとめ! Facebook, Twitter, LINE, Google+, YouTube”, 2014.5.16.
<http://news.mynavi.jp/news/2014/05/16/324/>, (2014.06.28)
9. 花見川どっとcom!Facebookページ, 2013.10.
<https://www.facebook.com/hanamigawacom>, (2014. 05. 14)
10. 花見川どっとcom! 運用方針, 2013.10.
https://www.facebook.com/hanamigawacom/app_208195102528120, (2014. 05. 14)
11. 河野義広, “高校生のためのソーシャルメディ

ア活用術”，犢橋高校出張講義，2013.11.

<http://www.slideshare.net/YoshihiroKawano/social-media-lecture20131122>, (2014.05.14)

12. スティーブン・R・コヴィー，“7つの習慣－成功には原則があった！”，キングベアー出版，1996.12.
13. 河野義広，“花見川どっとcom!の取り組みと今後の展望”，花見川どっとcom!成果報告会，2014.3.
<http://www.slideshare.net/YoshihiroKawano/hanamigawa-report20140328>, (2014.05.14)
14. 河井孝仁，“シティプロモーション－地域の魅力を創るしごと－”，東京法令出版，2009.