

2020年度 彦根市シティプロモーション戦略推進委員会 事業計画

<基本方針>

彦根市が2018年度に策定した「彦根市シティプロモーション戦略」に基づき、市民がまちに誇りと魅力を感じ、当事者意識を持ってまちの課題解決に向けた取組に参画し、その挑戦と結果によって生み出される「市民の熱」が発信され、市内外からの共感と憧れを獲得することで、さらに市民のまちに対する誇りが高まっていく、こうしたサイクルの構築をシティプロモーションの目的と位置付け、「協働（共走・共創）」、「熱を伝える場づくり」、「共感を生む情報発信」を戦略の柱に掲げて取組を展開する。

同戦略の目的を達成し、市民の推奨意欲、参画意欲、感謝意欲、ならびに「彦根市に住んでいてよかった」と思える幸福度を高めていくための事業に取り組む。

実施事業

1. 企画・サポートグループ事業

- －①（仮称）彦根の未来を創るアイデアコンテストの開催
- －②（仮称）Good Roots Meetingオンラインの開催

2. 情報発信グループ事業

- －① プロモーション動画の制作
- －② 市民ライター発信（#自分の知らない彦根）
- －③ 情報発信メディア（SNS）の運用

3. 熱を伝える場づくりグループ事業

- －① ひこねいろ ～描いて伝える わたしの思い～



1. 企画・サポートグループ事業

－①（仮称）彦根の未来を創るアイデアコンテストの開催

■ 事業概要

- 市民から、Withコロナ、New Normalに対応した社会づくりにつながるようなアイデアを募集（広報ひこね、WEBなど）

※ 一人ではアイデアを具体化することに踏み切れない層に訴求する。

- 応募されたアイデアは、企画・サポートグループが、起案者と一緒にブラッシュアップし、コンテスト用のプレゼン資料を共同作成（プロジェクト化）
- コンテストでは、市内外でまちづくりを実践する人にコメンテーターを依頼。コンテスト当日は、それぞれのアイデアについてアドバイスをもらい、各コメンテーター賞を授与（2～3作品）
- コメンテーター賞受賞作品は、企画・サポートグループが伴走する形で引き続きサポートし、具現化する。
- 資金調達にクラウドファンディングを活用するアイデアは、市とアインズ(株)、FAAVOが連携してサポートする。
- 受賞作品以外のコンテスト作品（アイデア）も、WEB上や、商業施設などで掲示して市民の認知と共感を得る。

```
graph LR; A[アイデア] --> B[ブラッシュアップ支援]; B --> C[アイデアのプロジェクト化]; C --> D[プロジェクト始動]; E[企画・サポートG] -- 伴走・サポート --> C; E -- ブラッシュアップ支援 --> B; F[コンテスト開催によるPR 起案者の「熱量」の高まり] -.-> C;
```

- 目的と効果
- 自らの想いを実現するためにチャレンジする市民を増やす
- 多様な取組が生まれることで情報発信できるコンテンツ作り
 - 「チャレンジングな町」のイメージ創出
- 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲

■ 戦略上の位置づけ

戦略の柱「協働（共走・共創）」

✓ 市民がまちの魅力発信や課題解決に対して積極的にトライすることを促す環境づくり

■ 戦略上のターゲット設定

ターゲット②「彦根に魅力を感じており機会があれば地域活動などに参加してみたい」

→彦根の未来に対する想いはあるが実現に向けた一歩が踏み出せない個人・団体

■ 経費

費 目		金額
委託料	チラシ・ポスター・WEBページ作成	200,000
消耗品費	参加ノベルティ、その他雑費	50,000
報償費	コメンテーター謝金（交通費含む）	15,000
報償費	コメンテーター賞・副賞	10,000
使用料	コンテスト会場使用料	20,000
印刷製本費	アイデアの大型印刷	5,000
合計		300,000

- スケジュール
- 9月： 企画内容検討・決定
- 10月： チラシ・ポスター・WEBページの作成
- 11月： 募集開始（1ヵ月間） 広報ひこね11月1日号掲載、チラシ配布
- 12月： 応募アイデアの個別相談・ブラッシュアップサポート
- 1月： 応募アイデアの個別相談・ブラッシュアップサポート
- 2月： コンテスト開催
- 3月： アイデア掲載（商業施設等）、実現に向けたサポート開始

1. 企画・サポートグループ事業

－②（仮称）Good Roots Meetingオンラインの開催

■ 事業概要

- 毎月第3木曜日にWEB上でGood Roots Meetingを開催する。
- 開催内容は、随時、企画・サポートグループで検討する。

昨年度の市民ライターにフォーカスした動画配信

今年度のシティプロモーション事業についての関係者対談

市民が取り組むクラウドファンディングの紹介・応援 など

- ✓ ZOOMを活用した双方向イベントについても検討する。
- ✓ ライブ配信だけでなくアーカイブを視聴できるようにする。



■ 目的と効果

集客型のGood Roots Meetingが開催できない中、オンラインでGRMを再開し、WEBの特性を活かした出会いと学びの場を創出する。

- オンラインで気軽に視聴（参加）できることでシティプロモーションに関心を持つ市民のすそ野が広がる
- 集客型Good Roots Meeting再開時の参加者確保

➤ 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲

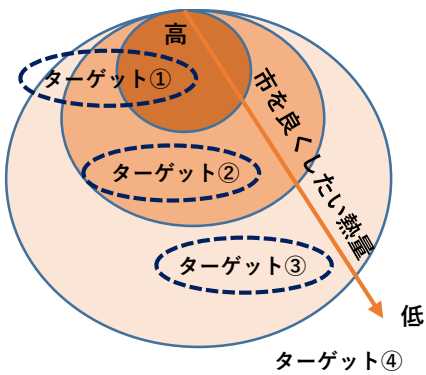
■ 戦略上の位置づけ

戦略の柱「協働（共走・共創）」

- ✓ 様々な主体が出会うことで、それぞれの取組が協働したり、応援（共走）したり、新たな取組を創出（共創）

■ 戦略上のターゲット設定

- ターゲット①「彦根に魅力と誇りを強く感じ、地域活動などを実践または参画している」
- ターゲット②「彦根に魅力を感じており機会があれば地域活動などに参加してみたい」
- ターゲット③「彦根のまちづくりなどに参加したいことはないが、彦根に愛着があり、地域のために活動している人は応援したいと思っている」



■ 経費

費 目		金額
印刷製本費	撮影バックパネル印刷	5,000
消耗品費	インタビュー協力者ノベルティなど	10,000
合計		15,000

■ スケジュール

毎月第3木曜日にWEB上で開催

2. 情報発信グループ事業

① プロモーション動画の制作

事業概要

市民がお薦めしたいと感じている「場所、人、コト」をまとめた、1～2分程度のプロモーション動画を制作する。

- ロケ地や素材を、市民から公募する。（広報ひこね、SNS）
- 候補地の選定を、情報発信グループで行う。
- 動画制作は、彦根市出身の映像クリエイター・TATSUYA氏（渡邊 達也氏）に委託（撮影期間は2日）
- 完成動画をYoutubeにアップロードし、各SNSメディアで拡散する



目的と効果

普段の見慣れた風景・私の「ここが好き」な場所が、「こんなに格好いい場所なんだ」と、市民の誇りの醸成につながる。

→自分のまちを好きになってもらう

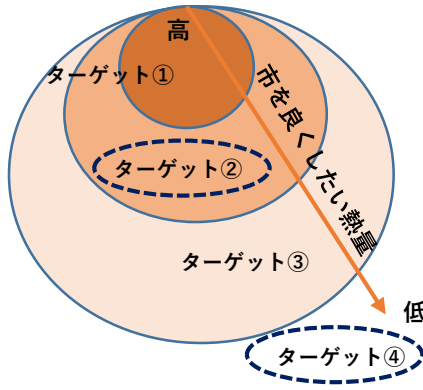
➤ 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲

戦略上の位置づけ

- 戦略の柱「共感を生む情報発信」
- ✓ 熱を帯びた市民の取組によって変化しつつある彦根市の様子や、取組の原動力となっている彦根の魅力を、市内外に届ける情報発信

戦略上のターゲット設定

- ターゲット②「彦根に魅力を感じており機会があれば地域活動などに参加してみたい」
- ターゲット④「彦根は魅力のある町だと思っているが、まちづくりにあまり関心がない」



経費

費 目		金額
委託料	動画制作費	286,000

スケジュール

- 8月： SNSで候補地の募集開始
- 9月： 広報ひこね9月15日号で募集記事掲載（9月10日配布開始）
応募締切（9月30日）
- 10月： 情報発信グループで選考・TATSUYA氏との打ち合わせ
- 11月： 撮影・編集作業
- 12月： 完成試写会・動画公開

2. 情報発信グループ事業

② 市民ライター発信（自分の知らない彦根）

事業概要

「#自分の知らない彦根」をテーマに市民ライターが作成した記事を発信する。

- 取材対象 市民等（他薦・リレー方式）
 - 記者 市民ライターより募集
 - 掲載先：note・Instagram（連動させる）
 - 掲載ペース 随時
 - 注意事項 記事に関しては、「予めルールを設定し、情報発信グループによるチェックを入れる」旨を事前に伝える。
 - 最終目標 書籍化（次年度以降）
- ✓ オンライン座談会を開催し、市民ライター同士の交流を持ち、彦根市の活動を広めるきっかけを作る（仲間づくり）
- ✓ 「BIWAKOビエンナーレ」への取材・コラボについても検討する。

目的と効果

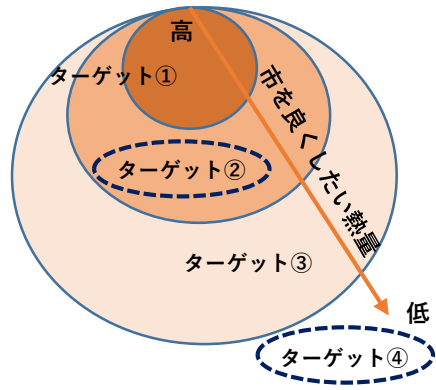
- 自分のまちを好きになってもらう
 - 市民ライターを通して、あなた（私）の知らない彦根の魅力を発信することで、彦根に愛着を持ってもらう
 - 知り合いや、身近な場所が登場することで、閲覧数の増加を見込む
- 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲

戦略上の位置づけ

戦略の柱「共感を生む情報発信」
✓ 熱を帯びた市民の取組によって変化しつつある彦根市の様子や、取組の原動力となっている彦根の魅力を、市内外に届ける情報発信

戦略上のターゲット設定

- ターゲット②「彦根に魅力を感じており機会があれば地域活動などに参加してみたい」
- ターゲット④「彦根は魅力のある町だと思っているが、まちづくりにあまり関心がない」



経費

費 目		金額
報償費	市民ライターへの謝礼 @1,000円×20本（人）	20,000
通信運搬費	Good Roots Hikone ホームページサーバー代 @3,000円×12か月	36,000
合計		56,000

スケジュール

- 9月 : 市民ライターオンライン座談会（説明会）、市民ライター募集
- 10月～2月 : 市民ライター取材、SNS掲載
- 3月 : 市民ライターオンライン座談会（報告会）

（参考）「BIWAKOビエンナーレ」
・日時 10月10日（土）～11月23日（月・祝）
・場所 彦根市・近江八幡市
（うち彦根市： 彦根城西の丸、玄宮園、楽々園、スミス記念堂、足輕組屋敷太田邸、元ノムラ文具店、袋町、山の湯）

2. 情報発信グループ事業

－③ 情報発信ツールの運用

■ 事業概要

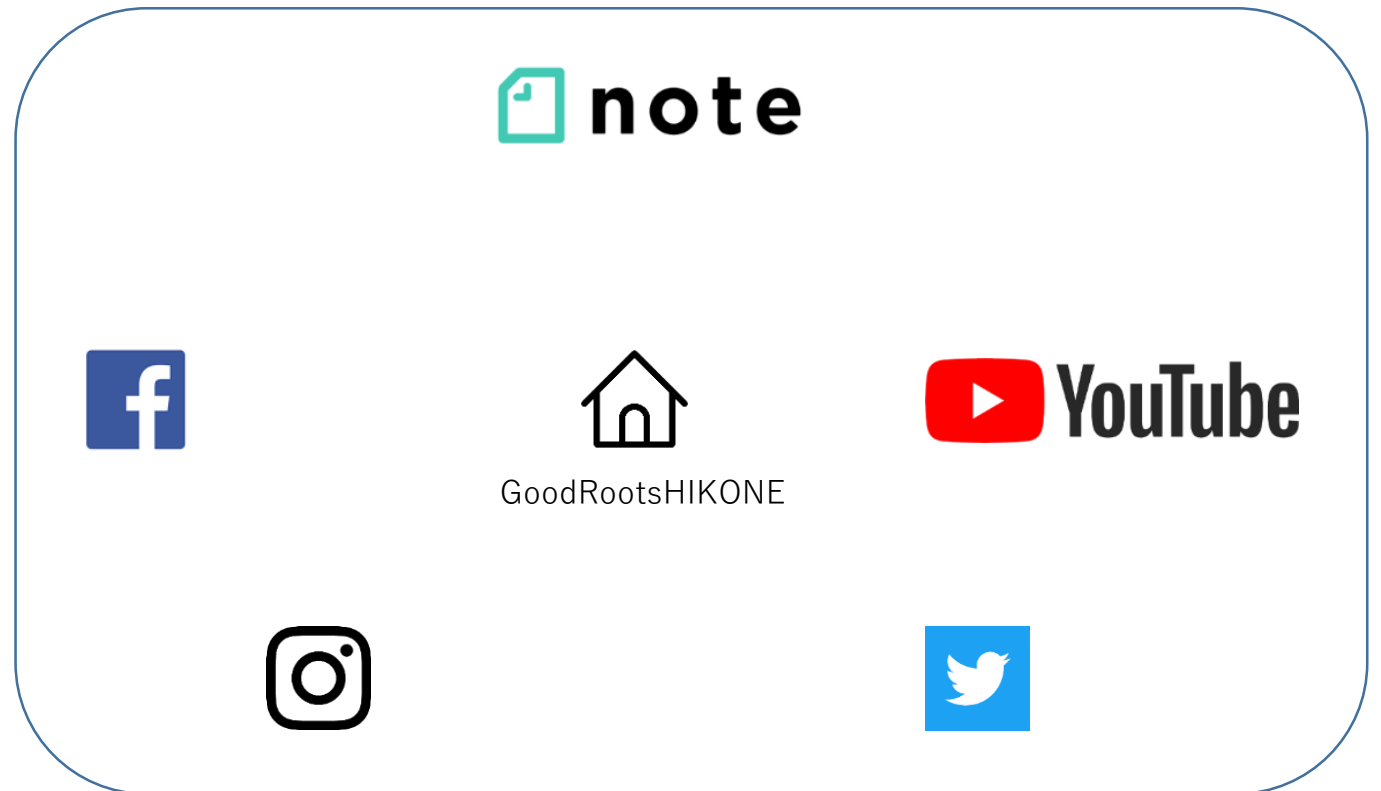
昨年度開設されたWEBサイト「Good Roots HIKONE」や、市民ライターによる記事を掲載している「note」に加え、本委員会の各グループによる事業や彦根の魅力発信を目的とした、各種SNSアカウントを開設・運用することで、効果的な情報発信を図る。

各グループにSNS担当を置き、タイムリーな情報発信を図る。SNSの掲載ルールについては別途定める。

各メディアの具体的な運用方法については、各メディアの特性を研究し、ターゲット設定などを検討した上で、別途定める。

■ 運用するメディア（予定）

- **WEBサイト「Good Roots HIKONE」** ※昨年度開設済
彦根市シティプロモーションの情報プラットフォーム
各メディアへのリンク
- **note** ※昨年度開設済
市民ライター記事の掲載など
- **Youtubeチャンネル**
動画による情報発信、ライブ配信
- **ツイッター**
新着情報やイベント告知、他メディアへのリンクなど
- **Instagram**
画像を主体とした投稿
- **フェイスブックページ**
委員会の活動レポートなど



3. 熱を伝える場づくりグループ事業

① ひこねいろ ～描いて伝える わたしの想い～

- 事業概要

市民の彦根に対する想い（例：彦根に住んでいる人へ想い、彦根の未来への想い）を描いて表現するイベント
- ① 1枚の大きなキャンバス（想定H 3m×W 5m）を用意。

② 彦根総合高校書道部に、「GOOD ROOTS」を素材としたメッセージと、「木の幹」のイラストを描いてもらう。

③ 描かれた「木の幹」の周りに、参加者の「想い」を描いた「葉」を配置して完成。

④ 完成図を参加者とともにドローン等で記念撮影し、「広報ひこね」の表紙とする。
- ◆ 開催日時：令和2年10月31日（予定・雨天決行） 10:00～12:00

◆ 開催場所：荒神山公園野外ステージ（予定）

◆ 「葉」の準備について：想定必要枚数：180枚

・ イベント当日まで

▶ 広報ひこね10月1日号での募集

※ 広報を使用して告知することで、幅広い市民の参加が見込める。

※ 郵送によって「葉」を集めることで、コロナ禍にあっても参加しやすい。

▶ ビバシティ彦根などで記入してもらう。

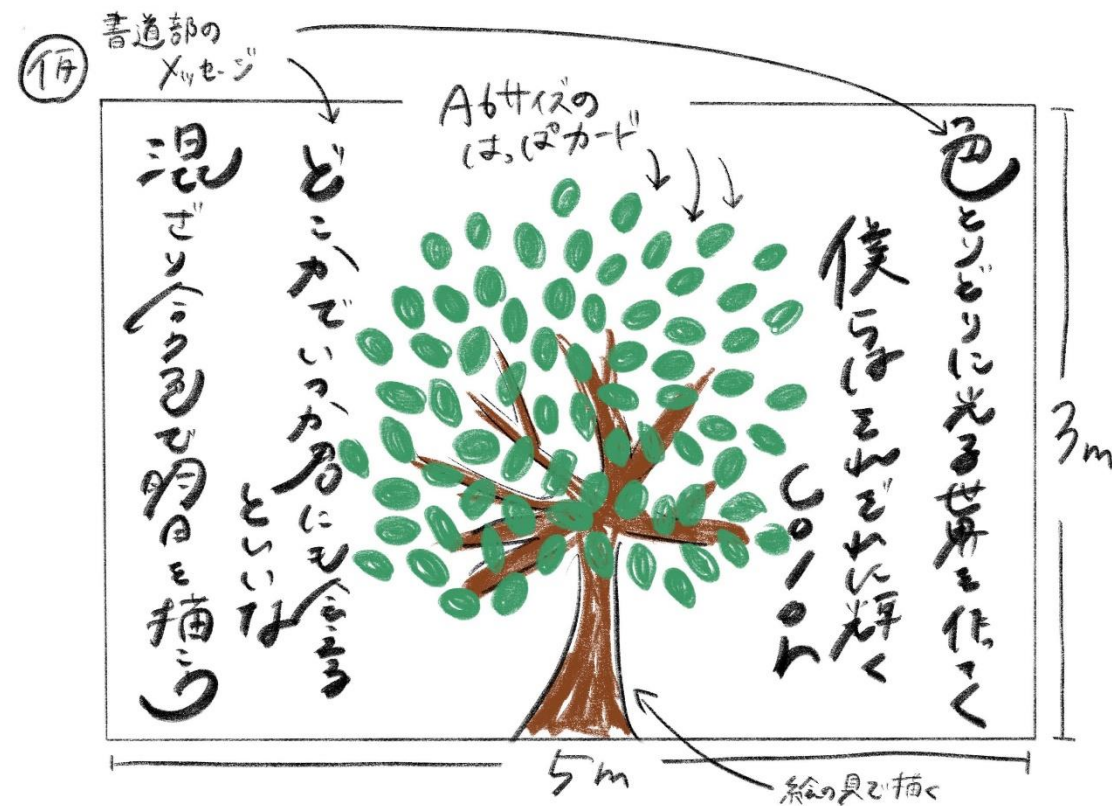
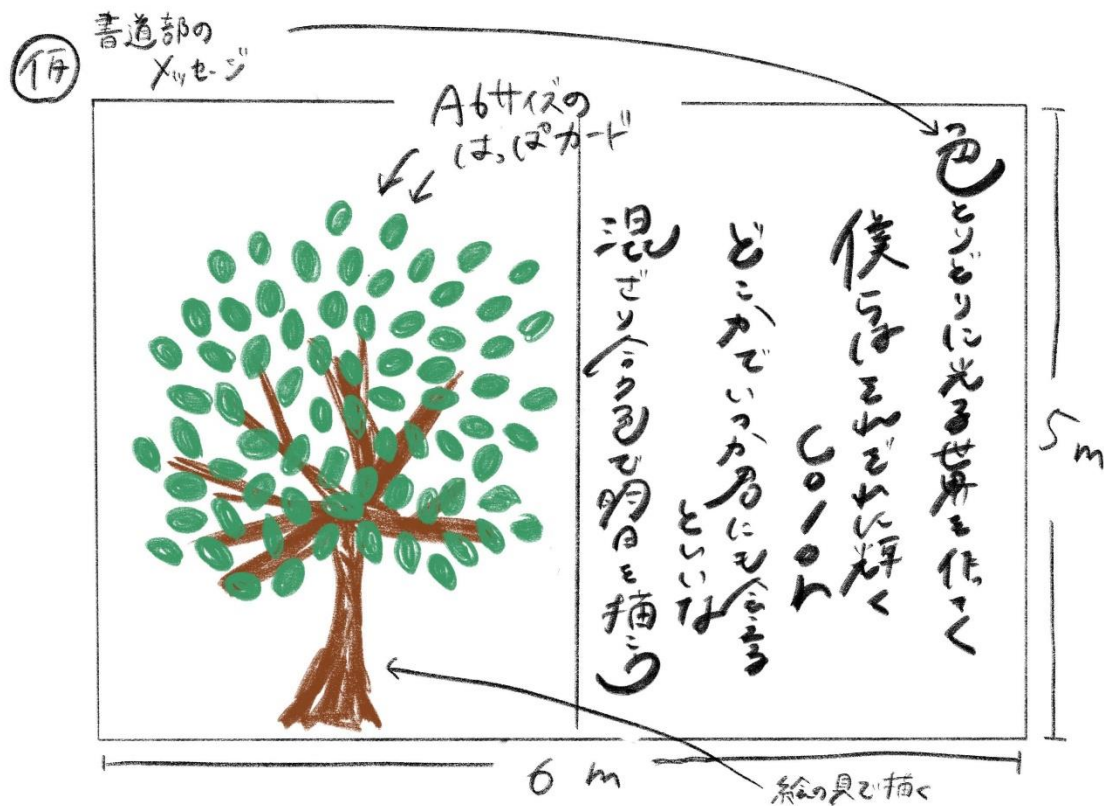
・ イベント当日：当日参加者（事前申し込み制）に記入して、直接貼り付けてもらう。
-
- #### ■ 目的と効果
- 個人のもつ想いや挑戦を、描く/書くことによって表現し、実現意欲を高める場をつくりだす。また、同じ参加者や観衆に対して、その「熱」を伝えることによって共感を生み「熱」を広げていく。

➤ 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲
- #### ■ 戦略上の位置づけ
- 戦略の柱「熱を伝える場づくり」
✓ 市民の取組や彦根に対する想いが表現され、その熱が新たな層に伝播する場づくり
- #### ■ 戦略上のターゲット設定
- ターゲット②・③を中心に④まで取り込みたい。
 - ②：彦根に魅力を感じており、機会があれば地域活動などに参加したいと思っている。
 - ③：彦根のまちづくりなどに参加したことはないが、彦根に愛着があり地域のために活動している人は応援したいと思っている。
 - ④：彦根は魅力のある町だと思っているが、まちづくりにあまり関心がない。
-
- #### ■ 経費
- | 費 目 | | 金額 |
|-------|----------------|---------|
| 報償費 | 書道部謝礼（実費弁償分） | 20,000 |
| 消耗品費 | 画材、ノベルティ、コロナ対策 | 150,000 |
| 通信運搬費 | 広報ひこね・返信ハガキ等 | 50,000 |
| 使用料 | 会場使用料 | 25,000 |
| 保険料 | イベント保険 | 10,000 |
| 委託料 | チラシ等告知物デザイン | 20,000 |
| 印刷製本費 | 告知物印刷代 | 25,000 |
| 合計 | | 300,000 |
- #### ■ スケジュール
- 8月20日 申込フォームの作成、広報ひこね10月1日号掲載依頼
 - ～9月下旬 チラシ・ポスター等告知物作成
 - 9月下旬 広報ひこね10月1日号配布開始
 - 「note」にイベント記事投稿、関連SNSでシェア拡散
 - 10月12日 広報ひこね10月1日号分の「葉」×切
 - ～10月30日 各所にて「葉」を収集
 - 10月31日 イベント当日

3. 熱を伝える場づくりグループ事業

ー① ひこねいろ ～描いて伝える わたしの思い～

■完成イメージ



スケジュール

NO.	事業名	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1-①	アイデアコンテスト		企画詳細決定 募集要項 サポート方法	チラシ・ポスター作成 納品：10月末	募集開始 （11月1日～30日） チラシ・ポスター配布 広報ひこね11月1日号	ブラッシュアップ・サポート 例) 全体ガイダンス 個別相談① 個別相談②		● 2月上旬 コンテスト開催	3月 コンテスト作品展示 @ ビバシティ彦根
1-②	オンラインGood Roots Meeting	8月20日（木） オンライン1回目 ●	9月17日（木） オンライン2回目 ●	10月15日（木） オンライン3回目 ●	11月19日（木） オンライン4回目 ●	12月17日（木） オンライン5回目 ●	1月21日（木） オンライン6回目 ●	2月18日（木） オンライン7回目 ●	3月18日（木） オンライン8回目 ●
2-①	プロモーション動画制作		ロケ地募集開始 ～9月30日 広報ひこね9月15日号 SNS	ロケ地選考・打ち合わせ	撮影・編集作業 【委託事業】	完成作品試写会 PV公開			
2-②	市民ライター発信		オンライン座談会 （兼 事業説明会）	記事制作（市民ライター）、SNSに掲載					オンライン座談会 （兼 報告会）
3-①	ひこねいろ（熱を伝える場づくり）		チラシ・ポスター作成 納品：9月下旬	広報ひこね10/1号 「葉」募集 10/12㍻	10月31日（日） イベント当日 ●	広報ひこね1/1号 （完成図を掲載）			
			9月下旬 募集開始（SNS）	各所での「葉」募集 10/13～10/30					