

2021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



実施事業

1. 企画・サポートグループ事業

- ①彦根の未来を創るアイデアコンテスト
- ②Good Roots Meetingの開催

2. 情報発信グループ事業

- ①市民ライターによる魅力発信
- ②市民フォトグラファーによる魅力発信
- ③ドローン（動画）コンテスト
- ④委員会活動の発信

3. 熱を伝える場づくりグループ事業

- ①ひこねいろクイズ大会（仮称）
- ②熱を持った彦根市民を紹介していくリレー記事の作成・発信

自分が「楽しめる」距離感でシティプロモーションと関わる

2018年度に戦略策定を行ってから3年で、少しずつではありますが、着実に形になってきた彦根市のシティプロモーション。自由すぎると混沌として何をしているかわからなくなり、ルールを決めると窮屈になり、関わる人を制限してしまう。その中で少しでも多くの方に自由に関わってもらい、1人でも多くの市民の方にメッセージが届けば、と常に模索しています（それがそもそも社会なのかもしれない）。

シティプロモーションの大前提は、市民一人ひとりの熱を市民に伝える市民活動（ボランティア）です。つまり、本委員会のメンバーが義務感ややらされ感で関わることは本意ではなく、むしろ積極的に関わる中で「もっとこんなこともやってみたい（大変やけど）！」って思えるような空気づくりが何より大切ではないかと考えます。

そこで、1年間通して本委員会として大切にしたい方針を「自分が「楽しめる」距離感でシティプロモーションと関わる」と定めさせてもらいたいと考えています。その定義は個々人により違ってよいので、「〇〇しないといけない」に縛られることなく、積極的に関われる人は関わり、わずかだが関われる範囲で協力したい、と思う方には相応の役割をお渡しできるようなチーム運営を進めていきたいです。そのとき、誰かが抱えすぎてしんどくなるのも本意ではありません。その場合は相互扶助の観点から、頼り頼られるようにしたいし、そのための関係性を築けることも大切にします。

【令和3年度（2021年度）重点取組み】

各グループ運営において、下記3点を意識した取組みを進めていくこととします

1. 小さい発信を大切にする

→ SNSの発信など細かい取組みや打合せ内容などでも、市民への熱を伝える活動になります

2. グループ間の連携を積極的に行う

→ 昨年度はオンラインメインだったこともあり、各グループの取組みが相互に見えにくかったので、グループ横断的な情報共有をメンバーと事務局それぞれで意識して取組みます

3. 市役所職員の人たちを積極的に巻き込む

→ 市役所の人たちは「仕事」だからではなく「市民」として、委員会メンバーと近い目線で発信に協力してもらえよう、積極的に巻き込む意識を持って取組みます

1. 企画・サポートグループ事業

－①彦根の未来を創るアイデアコンテストの開催

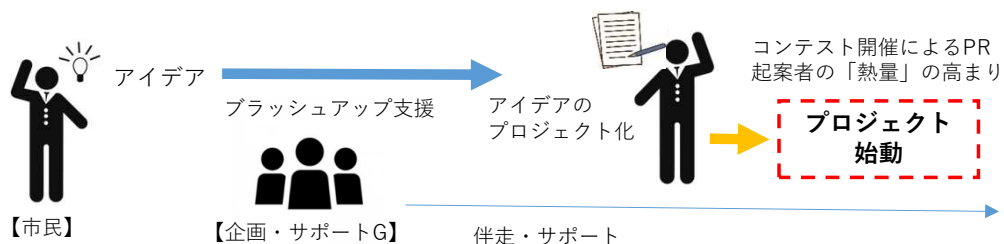
■ 事業概要 「彦根の未来を創るアイデアコンテスト」

① 彦根の未来を創るアイデアコンテスト2020 受賞・応募作品のサポート

- ・ 昨年度コンテストの受賞4作品と応募10作品のフォローアップ（サポート）
- ・ 各アイデアの実現に向けた取り組み状況をグループ内と委員会全体で共有しつつ、必要なサポートについて検討・実施する。
- ・ 委員会以外のサポート体制構築について検討する。（一般サポーターの募集）

② 彦根の未来を創るアイデアコンテスト2021の開催

- ・ 応募されたアイデアについては一次審査を実施し、数件を選定する。
- ・ 一次審査通過アイデアは、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、最終審査用のプレゼン資料を共同作成する。
- ・ 最終審査では、起案者によるプレゼンテーションを行い、コメンテーターにそれぞれのアイデアについてアドバイスをもらい、各賞を授与
- ・ 最終審査プレゼンテーションは、熱を伝える場づくりGのイベントと共同開催を検討する。
- ・ コンテスト出品作品（アイデア）は、WEBで公開するだけでなく、商業施設などでも掲示して市民の認知と共感を得る
- ・ 受賞作品は、企画・サポートグループが伴走する形でサポートする。
- ・ 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)が連携してサポートする。



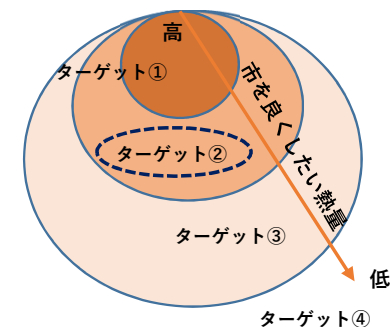
■ 目的と効果

- 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
報償費	デザイン謝礼・副賞など	70,000
消耗品費	参加ノベルティ、その他雑費	70,000
使用料	コンテスト会場、展示会場	20,000
印刷製本費	チラシ・ポスター、アイデアの大型印刷	140,000
合計		300,000

■ スケジュール

※ 2020年度アイデアのサポートについては随時

- 5月～6月： 企画内容精査・各種調整
- 7月上旬： チラシ・ポスターの作成
- 7月下旬～8月末： 募集期間 広報ひこね8月号掲載（予定）、チラシ配布
- 9月： 第1次審査 第1回ブラッシュアップサポート
- 10月： 第2回ブラッシュアップサポート
- 11月： 最終審査プレゼンテーション
- 12月： アイデア展示（ビバシティ彦根）、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

－②Good Roots Meeting (オンライン) の開催

■ 事業概要

- 毎月第3木曜日に市民オープン座談会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。

例)

- 参加型： 昨年度のアイデアコンテスト受賞プロジェクトや、市内のクラウドファンディング案件にフォーカスした（オンライン）ワークショップ

※ オンライン (ZOOM)開催を前提としつつ、リアル対面の特別感を演出する。

- 発信型： シティプロモーション事業についての関係者対談など



■ 目的と効果

- 彦根の未来に対して想いを持つ市民が自由に参加できる「Good Roots Meeting (オンライン)」を開催し、参加者が集い、語り、学び合うことができる環境を提供する。
 - まちづくりや街の魅力発信に関する新たな取組が生まれる。
 - 同じ想いを持つ個人・団体の協働・コラボ促進。

➤ 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲

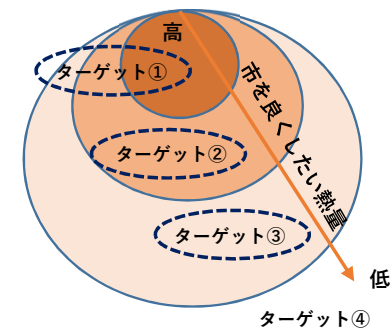
■ 戦略上の位置づけ

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
報償費	講師（ゲスト）	20,000
消耗品費	インタビュー協力者ノベルティなど	10,000
	合計	30,000

■ スケジュール

毎月第3木曜日 開催

2. 情報発信グループ事業

① 市民ライターによる魅力発信

■ 事業概要

▶ 市民ライター講座の実施（年2回）

- ・新しい市民ライターを募集し、記事の書き方や取材の仕方等について講座を開催

▶ 市民ライターによる取材・note掲載

- ・情報発信グループが時季に応じてテーマを設定
- ・テーマに応じた記事を書いてもらい、noteに掲載→各種SNSで発信

▶ 市民ライター認定証（仮）の作成

- ・認定証（仮）を持つことで、入場券になる、割引があるなど、限定感があるようなものとする。

▶ 「広報ひこね」に市民ライターの記事を掲載（隔月程度の連載）

- ・市民ライターの記事を掲載（1/2ページ）
- ・限られた掲載枠のため広報ひこね用に執筆、あるいはnote掲載記事をリライト

■ 目的と効果

- ・市民ライター講座を開催することで、公認ライターの裾野を広げ、幅広い発信機会を創出する。
- ・多様な目線での発信機会を増やすことで、幅広い人やスポットを紹介し、偏りのない記事構成にしていく。
- ・市民ライターからのつながりによって、より多くの市民にシティプロモーションについて知ってもらう機会を広げる。

➤ 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

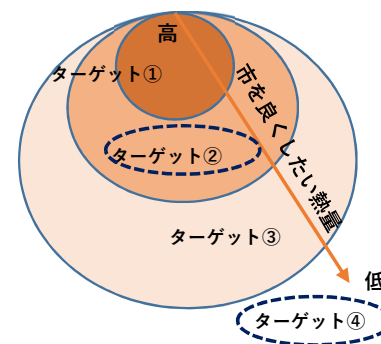
戦略の柱「共感を生む情報発信」

- ✓ 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」

✓ +彦根市役所の職員



■ 経費

費目		金額
報償費	講師謝礼、デザイン謝礼、認定グッズ	80,000
消耗品費	講座開催用品、取材用品等	10,000
使用料	講座会場使用料	10,000
印刷製本費	チラシ・ポスター印刷等	35,000
合計		135,000

■ スケジュール

- 7月：第1回市民ライター講座・フォト講座の実施（新規募集）
- 10月：第2回市民ライター講座・フォト講座の実施（新規募集）

7月～3月：市民ライター取材（現・新とも）

2. 情報発信グループ事業

② 市民フォトグラファーによる魅力発信

■ 事業概要

▶ 市民フォト講座の実施（年2回）

- ・市民フォトグラファーを募集。
- ・写真の撮り方、構図、加工の仕方等について講座を受けてもらう。

▶ フォトコンテストの実施

- ・特定のハッシュタグなど一定のルールを決めて、SNSに投稿してもらい、その中から受賞作品を決定。

▶ 受賞作品の展示

- ・「広報ひこね」への掲載（できれば表紙）
- ・ピバシティ等で展示（展示に使用したパネルは応募者に進呈）

■ 目的と効果

- ・市民フォト講座を開催することで、公認フォトグラファーの裾野を広げ、幅広い発信機会を創出する。
- ・写真投稿を増やしていくことで、SNS（特にInstagram）での露出を増やし、フォロワー増に寄与する。
- ・多様な目線での発信機会を増やすことで、幅広い人やスポットを紹介し、偏りのない記事構成にしていく。
- ・ライターからのつながりによって、より多くの市民シティプロモーションについて知ってもらう機会を広げる。

➤ 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

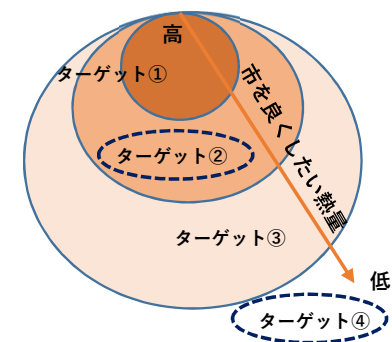
戦略の柱「共感を生む情報発信」

- ✓ 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」

✓ +彦根市役所の職員



■ 経費

費目		金額
報償費	講師謝礼、認定グッズ	50,000
消耗品費	講座開催用品、展示用品等	10,000
使用料	講座会場使用料	10,000
印刷製本費	展示パネル作成	100,000
合計		170,000

■ スケジュール

7月：第1回市民フォト講座の実施

10月：第2回市民フォト講座の実施

7月～12月：フォトコンテストの実施

1月～3月：フォトコンテスト受賞作品決定、展示

2. 情報発信グループ事業

③ ドローン（動画）コンテスト

■ 事業概要

▶ ドローンによる動画のコンテストの実施

・全国または市民からドローンユーザーを募集、彦根市内（想定：彦根城内）でのドローン映像を撮影してもらい、その映像のコンテストを行う。



■ 目的と効果

- ・プロに有料で頼むものも良いが、無償でもやりたいと思う人のエネルギーを出す場を創り、サポートをしていくことで、よりシティプロモーションの本質に近づくことができる（有料との棲み分け）。
- ・良い動画は拡散されやすいので、より多くの市民にシティプロモーションについて知ってもらう機会を広げる
- ・彦根城をドローンで撮影できるということに話題性と新規性があるので、多くの人に取組みを認知してもらうことができる

➤ 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

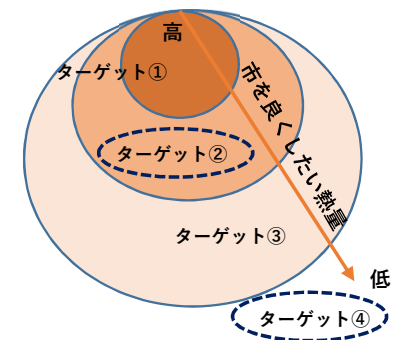
戦略の柱「共感を生む情報発信」

- ✓ 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」

- ✓ + 彦根市役所の職員



■ 経費

費目		金額
報償費	ポスターデザイン謝礼	20,000
印刷製本費	ポスター印刷	15,000
合計		35,000

■ スケジュール

- 7月～8月：参加者募集
- 9月：ドローン撮影の実施
- 10月：受賞作品決定、SNS展開

2. 情報発信グループ事業

④ 委員会活動の発信

■ 事業概要

▶ Good Roots Hikoneのホームページから市民が閲覧することができる「note」を戦略委員会の発信のプラットフォームとする。

・ 戦略委員会（すべてのグループ）の活動の様様をnoteに投稿していき、活動の記録として蓄積していく。

・ 「note」アカウントを他グループにも開放し、各グループで活動の進捗や広報を「note」記事として投稿。

※ 投稿の頻度やグループ間の順番などは、情報発信グループが調整

▶ 委員会活動の様様を、各種媒体を活用して効果的に拡散していく。



■ 目的と効果

- ・ 戦略委員会の取り組みの発信力をもっと高めることで、戦略委員会の認知拡大を図る。
- ・ 各グループの取り組みを発信することで、縦割りになりがちな活動の中での、横の繋がりをつくる。
- ・ 委員会の取り組み発信を通じて、市職員も巻き込み、共に作っていく流れを創出する。

▶ 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

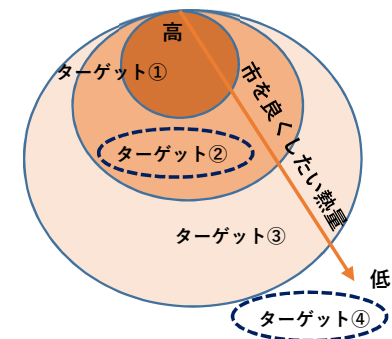
戦略の柱「共感を生む情報発信」

- ✓ 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、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」

- ✓ + 彦根市役所の職員



■ 経費

費目	金額
合計	0

- スケジュール： 別紙参照

3. 熱を伝える場づくりグループ事業

「-① ひこねいろクイズ大会（仮称）」

■ 事業概要

①あなたの回答がクイズになる！「ひこねアンケート」

市民対象アンケートを実施（「彦根市で好きなスポットは？」など）

→回答結果がクイズになる ◎目標 子どもの部：50件、一般の部：450件

②荒神山でクイズに挑戦！「ひこねいろクイズ大会」 ☆参加賞あり

荒神山周辺各所に設置されたポイントを巡るクイズラリー形式のイベントを開催
企画①のクイズなど彦根をより知ることができる内容とする

ゴール地点では彦根への想いを葉っぱカードに書いてもらい、モザイクアートに

- ・ 開催日時：令和3年11月6日（予定・雨天延期）
- ・ 開催場所：荒神山公園とその周辺（予定）
- ・ 対象：彦根市に在住する市民（年齢不問）／100名を想定

③開催後も彦根の熱を広げる「ビバシティ彦根での展示」

イベント結果をまとめて展示する。

作ったクイズは冊子にまとめる

■ 目的と効果

- ・ 彦根に関して気軽に考える機会を作ること、これまで知らなかった一面を知ったり、彦根の魅力に気づいたりするきっかけを作る。
- ・ 彦根について一人で考えるのではなく、知人・家族と話し合ったり、イベント内で交流することで、市民同士の繋がりや輪を広げる。
- ・ 年齢や職業を問わず、公園に行くような感覚で、シティプロモーション戦略推進委員会のイベントに参加してもらうことで、認知・周知を増やす

➤ 期待される向上意欲： **推奨意欲** ・ **参画意欲** ・ 感謝（応援）意欲

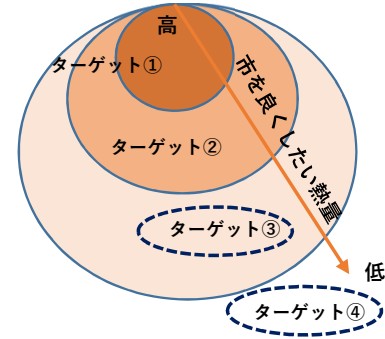
■ 戦略上の位置づけ

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。
- ✓ 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

報償費	参加団体謝礼、チラシ等デザイン謝礼	40,000
消耗品費	画材、ノベルティ、参加賞、コロナ対策	120,000
通信運搬費	広報ひこね・返信ハガキ等	10,000
使用料	会場使用料、カラム賃借料	10,000
保険料	イベント保険、ボランティア保険	10,000
印刷製本費	告知物印刷代、冊子印刷代、展示物作成	120,000
食糧費	参加団体昼食代	20,000
合計		330,000

■ スケジュール

- 5月： 企画内容検討
- 6月～7月： アンケート作成
- 8月： クイズ・ミッション作成、広報準備
- 9月： クイズ・ミッション作成、イベント宣伝
- 10月： イベント宣伝
- 11月： イベント実施、展示準備

3. 熱を伝える場づくりグループ事業

「② 熱を持った彦根市民を紹介していくリレー記事の作成・発信」

■ 事業概要

彦根に対しての想いや、彦根市内での活動への想いを強く持つ人を紹介する記事(note)を作成し発信していくことで、その想いを広げるきっかけをつくる。

記事の登場者に「あなたの知っている熱のある人は？」と聞いて照会してもらうことで、戦略推進委員会の委員や知人だけではない市民に関わりを広げていく。



■ 目的と効果

彦根市民の熱を定期的に発信することで、年間を通じてその熱に触れる人が増え、その熱に触れた読み手が、記事で紹介されている人に連絡をしたり、その活動に参加したりと、関りが広がっていく状態を目指す。

➤ 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲

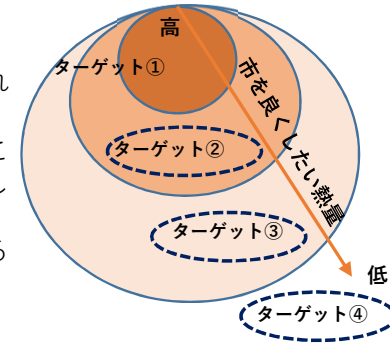
■ 戦略上の位置づけ

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「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。
- ✓ 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
合計	0

■ スケジュール

- 6月上旬： 年間スケジュール作成（記事提出日、各月担当者）
- 6月中旬： 初回記事投稿（熱を伝える場づくりG+メンバーの「熱」紹介）
- 6月下旬： 第2回記事作成

以降、月に1～2回投稿（予定）

スケジュール

NO.	事業名	6月	7月	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	チラシ・ポスター作成 納品：7月中旬	募集期間 (7月21日～8月31日) チラシ・ポスター配布 広報ひこね8月号	一次選考	ブラッシュアップ・サポート ①個別面談・企画書作成 ②企画書作成・プレゼン講座	● 11月6日(土) 公開プレゼン テーション開催	展示物製作	展示 @ピバシティ 彦根	展示 @市役所	
1-②	Good Roots Meeting	6月17日(木) 1回目 ●	7月15日(木) 2回目 ●	8月19日(木) 3回目 ●	9月16日(木) 4回目 ●	10月21日(木) 5回目 ●	11月18日(木) 6回目 ●	12月16日(木) 7回目 ●	1月20日(木) 8回目 ●	2月17日(木) 9回目 ●	3月17日(木) 10回目 ●
2-①	市民ライターによる魅力発信		第1回市民ライター 講座 (新規募集)	ライター取材・投稿		第2回市民ライター 講座 (新規募集)	ライター取材・投稿				
2-②	市民フォトグラファーによる魅力発信		第1回市民フォト 講座 (新規募集)	フォトコンテスト実施(募集)		第2回市民フォト 講座 (新規募集)	受賞作品決定		展示		
2-③	ドローン(動画)コンテスト		参加者募集	撮影会	受賞作品決定	SNS展開					
2-④	委員会活動の発信	別紙スケジュール参照									
3-①	ひこねいろクイズ大会	企画詳細 決定 アンケート作成	アンケート実施	クイズ・ミッション作成 広報準備 (チラシなど)	広報・宣伝期間	● 11月6日(土) イベント開催	展示物製作	展示 @ピバシティ 彦根	展示 @市役所		

2021年（令和3年）

各グループ月曜投稿。【投稿4日前にお知らせ→投稿日にお知らせ】

市民ライター 第2・4金曜投稿

2022年（令和4年）

6月		7月		8月		9月		10月		11月		12月		1月		2月		3月	
1	火			1	日			1	水			1	水	1	土			1	火
2	水			2	月	情報発信G		2	木	リマインド		2	火	2	日			2	水
3	木	リマインド		3	火			3	金			3	金	3	月			3	木
4	金			4	水			4	土	情報発信G		4	土	4	火			4	金
5	土			5	木	リマインド		5	日			5	金	5	日			5	土
6	日			6	火	情報発信G		6	水	情報発信G		6	木	6	木	リマインド		6	日
7	月	情報発信G		7	水			7	木	リマインド		7	火	7	金	市民ライター記事		7	月
8	火			8	木	リマインド		8	金	市民ライター記事		8	水	8	土			8	火
9	水			9	金	企画サポートG		9	木	リマインド		9	火	9	日			9	水
10	木	リマインド		10	火			10	金	市民ライター記事		10	金	10	月	情報発信G		10	木
11	金			11	水			11	土	企画サポートG		11	土	11	火			11	金
12	土			12	木	リマインド		12	火	市民ライター記事		12	金	12	水			12	土
13	日			13	金	市民ライター記事		13	水	企画サポートG		13	月	13	木	リマインド		13	日
14	月	企画サポートG		14	土			14	火	リマインド		14	火	14	金			14	月
15	火			15	木	リマインド		15	金			15	水	15	土			15	火
16	水			16	月	熱を伝えるG		16	木	リマインド		16	木	16	日			16	水
17	木	リマインド		17	火			17	金			17	金	17	月	企画サポートG		17	木
18	金			18	水			18	土	熱を伝えるG		18	土	18	火			18	金
19	土			19	木	熱を伝えるG		19	日			19	日	19	水			19	土
20	日			20	金			20	月	熱を伝えるG		20	月	20	木	リマインド		20	日
21	月	熱を伝えるG		21	土			21	火			21	火	21	金	市民ライター記事		21	月
22	火			22	日			22	水			22	水	22	土	フォトコン展示～		22	火
23	水			23	月			23	木	市民ライター記事		23	木	23	日			23	水
24	木			24	火			24	金	市民ライター記事		24	金	24	月	熱を伝えるG		24	木
25	金			25	水			25	土			25	土	25	火			25	金
26	土			26	木			26	日			26	日	26	水			26	土
27	日			27	金	市民ライター記事		27	月			27	月	27	木			27	日
28	月			28	土			28	火			28	火	28	金			28	月
29	火			29	日			29	水			29	水	29	土			29	火
30	水			30	月			30	木	リマインド		30	木	30	日			30	水
31	木			31	火			31	金			31	金	31	月			31	木