

# 2022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

－「らぶひこ会議」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イラストコンテストの実施

－④個人や団体を対象としたインタビューの実施

－⑤SNS強化、冊子等による情報発信

### 3. 熱を伝える場づくりグループ事業

－①ひこねいろ文化祭

－②令和版：ネオ彦根かるた作り

# 令和4年度 彦根市シティプロモーション戦略推進委員会 運営方針

## 1. 「感謝・応援」を発信／受信できる仕組みの構築

～「推奨意欲」「参画意欲」を後押しする「感謝・応援意欲」の向上にフォーカス～  
「まちを良くする活動に関わる人」に留まらず、彦根市の未来に関わる全ての  
人・団体などに対して、市民がそれぞれの形で「感謝」や「応援」の気持ちを表  
現し、伝えられる仕組みを構築することで、市民がまちの課題解決に取り組む意  
欲（参画意欲）や、市民がまちの魅力を積極的に発信する意欲（推奨意欲）の向  
上を図ります。（8.「第2期戦略の目標」参照）

## 2. シティプロモーションの認知度向上（積極的な広報展開）

～より多くの市民に「彦根市のシティプロモーション」を知ってもらう～  
年齢、性別、立場などの違いや、まちづくりなどに対する意欲の差に関わら  
ず、一人でも多くの市民に、シティプロモーションに関わっていただくために、  
分かりやすい取組の展開やメッセージで、本市のシティプロモーションが目指す  
ビジョンを広めます。

## 3. 市内の団体等との連携強化

～「彦根を良くしたい」という団体が相互にささえ合える関係つくる～  
市内の団体等の活動に積極的に関わり連携を図ることで、多様な主体が彦根市  
のシティプロモーションに参画できるネットワークを構築します。

## 4. 彦根市シティプロモーション戦略推進委員会の役割を明確化

彦根市シティプロモーション戦略推進委員会が、多様な主体によるシティプロ  
モーション活動のコーディネート組織であることを明確にし、発信します。

## 5. 市役所職員によるシティプロモーションの強化

庁内プロジェクトチームによる本戦略の推進を強化するとともに、プロジェク  
トチームメンバー以外の職員に対しても、市職員として取り組むべきシティプロ  
モーションのあり方を周知し、全庁的にシティプロモーションに取り組みます。

## ◇ 第2期戦略の目標： 市民の「感謝（応援）意欲」の向上

<キーメッセージ>

ちっちゃい ありがとうを、いっぱい つたえよう

# 1. 企画・サポートグループ事業

## － 「らぶひこ会議」 の開催

【目標】

参加者数 延べ120人

### ■ 事業概要

彦根城博物館の講堂に集い、「彦根がもっと魅力的にみえるため」に、皆で一緒に「世界遺産にふさわしいまちづくり」について考える

「市民オープン座談会『らぶひこ会議』」を開催する。

テーマは以下の3つ

- ① 情報発信・機運醸成 → 令和4年8月7日（日）、9月11日（日）
- ② 人々の交流促進 → 令和4年10月2日（日）、11月3日（木・祝）
- ③ 住む人も訪れる人にも魅力的なまちづくり  
→ 令和5年1月15日（日）、2月12日（日）

### ■ 当日の流れ

- 13:00 準備
- 13:30 開場
- 14:00～16:00 らぶひこ会議（ミニ講義 → グループ討議 → 発表 → 講評）
- 16:30 片付け

### ■ 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「らぶひこ会議」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

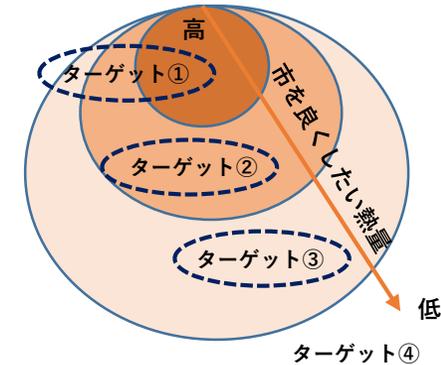
### ■ 戦略上の位置づけ

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 (アドバイザー：設定テーマに詳しい方)	20,000円×6名=120,000円
印刷製本費	ポスター作成 新聞への広告掲載	180,000円
	合計	300,000円

### ■ スケジュール

- 6月中旬まで ポスター作成
- 6月末 プレスリリース、ポスター配布、広報ひこね掲載（テーマ①）、新聞掲載
- 8月末 広報ひこね掲載（テーマ②）
- 12月末 広報ひこね掲載（テーマ③）

## 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

##### ▶ 公認アンバサダー制度の実施

- ・昨年度製作した市民ライター認定証（公認アンバサダー）を活用し、規定回数以上の記事を作成した市民ライターを公認アンバサダーとして、彦根市で開催される各種イベント等の記事を作成し、掲載記事を各種SNSで発信

#### ■ 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

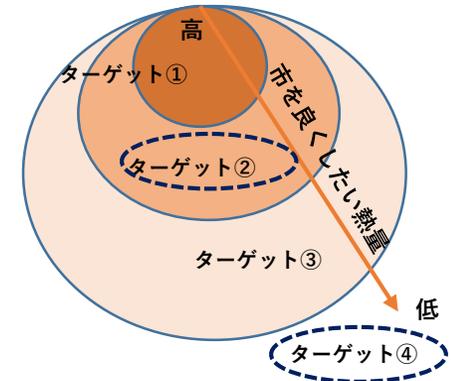
費目		金額
報償費	講師謝礼、チラシ等広告デザイン謝礼	50,000
消耗品費	講座開催用品、取材用品等	5,000
使用料	講座会場使用料	10,000
印刷製本費	チラシ・ポスター印刷等	35,000
合計		100,000

#### ■ スケジュール

8月：第1回市民ライター講座の実施（新規募集）

9月：第2回市民ライター講座の実施（新規募集）

※記事提出後、継続して記事作成いただける方や2020年度、2021年度受講生からの記事作成は随時受付



## 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

##### ▶ スマホフォト講座の実施（年1回）

- ・新しい市民フォトグラファーを募集
- ・座学による写真撮影のコツや実践演を受講

##### ▶ 市民フォトグラファーによる写真を通じた彦根の魅力発信

- ・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
- ・投稿写真は、各種SNSで発信

##### ▶ 公認アンバサダー制度の実施

- ・昨年度製作した市民ライター認定証（公認アンバサダー）を活用し、規定回数以上の記事を作成した市民ライターを公認アンバサダーとして、彦根市で開催される各種イベント等の記事を作成し、掲載記事を各種SNSで発信

#### ■ 目的と効果

- ・スマホフォト講座を開催し、シティプロモーション公認の市民フォトグラファーを増加・育成させることで、フォトグラファーの活動の裾野を広げる、幅広い情報発信の機会を創出
- ・市民フォトグラファーを「彦根の魅力を自発的に発信できる人、シティプロモーションのコアメンバーとなりえる人」と位置づけ、幅広く、多様な目線の「彦根の魅力」の発信機会を増やすとともに、シティプロモーションの一役を担う仕組みを構築

➤ 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、チラシ等広告デザイン謝礼	50,000
消耗品費	講座開催用品、取材用品等	5,000
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（受講者募集）	35,000
合計		100,000

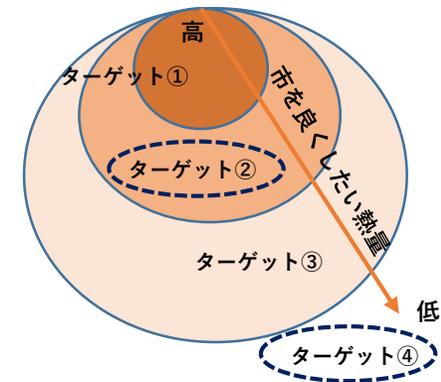
#### ■ スケジュール

10月：広報ひこね10月号にて受講生募集

11月：スマホフォト講座の実施

（11月19日（土）～27日（日）の土日どちらかの日中で現在調整中）

※受講後、継続して写真の投稿をいただける方や、2021年度受講生からの写真投稿は随時受付



## 2. 情報発信グループ事業

### －③ イラストコンテストの実施

#### ■ 事業概要

##### ◆イラストコンテストの実施

- ・「私の好きな彦根」をテーマにイラストを募集し、その中から受賞作品を決定
- ・受賞作品の展示や広報ひこね等での使用、各種SNSで発信

#### ■ 目的と効果

- ・イラストを通じた情報発信の機会を創出
- ・「私の好きな彦根」をテーマにイラストコンテストを実施することで、電子媒体とは違う切り口から改めて「自分の住む街の魅力」を認識する仕組みを構築

➤ 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

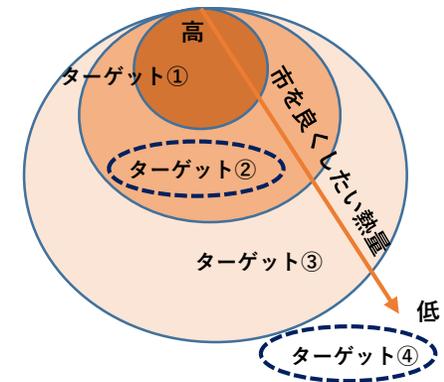
戦略の柱「共感を生む情報発信」

- ✓ 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
印刷製本費	パネル製作	100,000
合計		100,000

#### ■ スケジュール

- 9月：広報ひこね9月号にて作品募集（10月まで募集）
- 11月：受賞発表

## 2. 情報発信グループ事業

### ④ 個人や団体を対象としたインタビューの実施

#### ■ 事業概要

##### ◆個人や団体を対象としたインタビュー・記事作成

- ・ 情報発信グループメンバーによるnote記事の更新
- ・ 輪番制で2か月に1度の更新



- ・ 対象は担当が選定、内容については基本的には自由だが戦略目標である「ありがとう」を増やすための設問を設定（内容については今後グループ内で決定）

#### ■ 目的と効果

- ・ シティプロモーション推進委員会情報発信グループのメンバーによる情報発信を実施することで「委員会メンバーからの視点」で幅広い情報発信の機会を創出
- 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

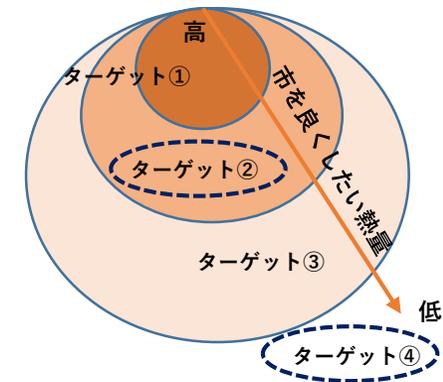
戦略の柱「共感を生む情報発信」

- ✓ 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①「彦根に魅力を強く感じ、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」

- ✓ +彦根市役所の職員



#### ■ 経費

費目	金額
合計	0

- スケジュール：随時（基本的には2か月に1度）

## 2. 情報発信グループ事業

### ⑤ SNS強化、冊子等による情報発信

#### ■ 事業概要

##### ◆各種SNSの更新



・タイムリーな情報発信の実施

・情報発信の強化をシティプロモーション戦略推進委員会の共通認識として各グループの活動報告をnoteにて活発に実施（毎週or隔週でグループの輪番制で記事作成）

##### ◆ポスターや冊子の作成

・多くの市民の目に留まる場所（市所有の施設：市役所、出張所、福祉センター、学校等）にポスターと冊子を設置し、シティプロモーションの認知度向上

・冊子内容については各グループの取り組み概要をA4にまとめたものを掲載（表紙込みで4ページくらいの簡単な冊子を想定）

・ポスターデザインと冊子表紙デザインは同一のものを使用

#### ■ 目的と効果

- 彦根市シティプロモーション戦略推進委員会の活動やシティプロモーションを幅広く情報発信するために各種SNSを活用
- 市民ライターの記事や情報発信グループのインタビューとは別に各グループの活動報告をnoteにて発信（記事作成は各グループで作成）
- シティプロモーションを多くの市民の目に留まる、意識づけ、存在の認知のために長期的に掲示するポスターや冊子を作成（将来的にはロゴを活用したオブジェ製作）
- 期待される向上意欲： 推奨意欲 ・ 参画意欲 ・ 感謝（応援）意欲

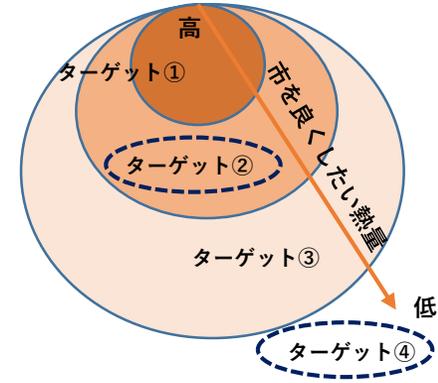
#### ■ 戦略上の位置づけ

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①「彦根に魅力を強く感じ、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」



#### ✓ +彦根市役所の職員

#### ■ 経費

費目		金額
印刷製本費	ポスター・冊子印刷など	100,000
合計		100,000

#### ■ スケジュール：他事業と並列して実施

【目標】  
登録者数 延べ1,000人

### 3. 熱を伝える場づくりグループ事業

## ① ひこねいろ文化祭

### ■ 事業概要

#### ① シティプロモーションを広めよう！「ひこねいろ前夜祭（仮）」

8月・9月ごろに他の大規模イベントにシティプロモーションとして参加。

展示などを行い、イベント参加者にシティプロモーションについて知ってもらう

#### ② 荒神山でみんなで盛り上がりよう！「ひこねいろ文化祭」

荒神山にて、有志の展示やステージを行う。

今年のテーマは「ありがとうを伝えよう」。

そのためにありがとうカードやありがとうポスト、ステージなどを行う

- 開催日時：令和4年10月29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）／500人を想定

#### ③ 開催後も彦根の熱を広げる「ビバシティ彦根での展示」

イベントの様子をまとめて展示する。

### ■ 目的と効果

- 出店している団体の熱に、参加者が楽しく触れられる機会を作ることで、感謝（応援）意欲の向上を目指す
  - 参加者に身近な人の感謝や応援を形にってもらうことで、感謝（応援）意欲の向上につなげる
  - 幅広い年齢層の方々に気軽に参加してもらうことで、より多くの方々にシティプロモーションについて認知してもらう
- 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「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

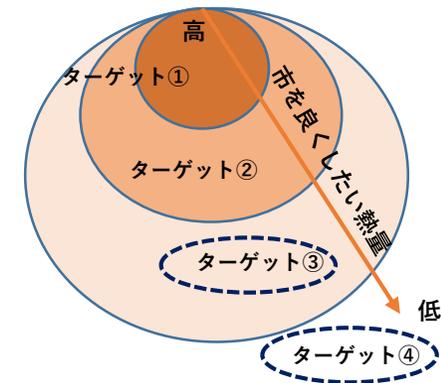
### ■ 戦略上のターゲット設定

#### 【参加団体】

- ✓ 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。

#### 【参加者】

- ✓ 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

消耗品費	コロナ対策・ありがとうポスト	30,000
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	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、ありがとうカード当日冊子印刷代、展示物作成	120,000
食糧費	参加団体昼食代	20,000
合計		200,000

### ■ スケジュール

- ～8月：参加団体の募集・参加団体の宣伝
- 8・9月：シティプロとして他のイベントに参加
- 10月29（30）日：ひこねいろ文化祭

### 【目標】

参加者数 500人

### 3. 熱を伝える場づくりグループ事業

## ② 令和版：ネオ彦根かるた作り

#### ■ 事業概要

市民からアイデアを募集し、新しい今の彦根かるたを作る。

彦根かるたを多くの人に楽しんでいただき、彦根のことをもっと知ってもらう

#### ■ 目的と効果

- ・今の彦根市や市民のみなさんをつかるたという形に残し、より多くの人に楽しみながら彦根のことを知ってもらうことができる
- ・かるたを考える過程でも、楽しく彦根のことを考え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

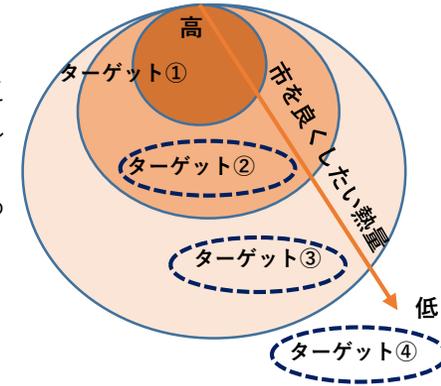
#### ■ 戦略上の位置づけ

戦略の柱「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

費目		金額
印刷製本費	彦根かるた、アンケート	100,000
合計		100,000

#### ■ スケジュール

- ～11月：読み札のアイデア募集
- ～1月：制作・完成
- 2月：展示の際に実施

# 実施スケジュール

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
「らぶひこ会議」の開催	ポスター作成 イベント周知	→ 募集①②	会議① (7日)	会議② (11日) 募集③④	会議③ (2日)	会議④ (3日)	募集⑤⑥	会議⑤ (15日)	会議⑥ (12日)	
市民ライターによる魅力発信			第1回講座	第2回講座						
市民フォトグラファーによる魅力発信					受講生募集	講座				
イラストコンテストの実施				作品募集	→	受賞発表				
個人や団体を対象としたインタビューの実施			インタ ビュー予定 (隔月)		インタ ビュー予定		インタ ビュー予定		インタ ビュー予定	
SNS強化、冊子等による情報発信	随時	→	→	→	→	→	→	→	→	
ひこねいろ文化祭			募集・宣伝	ひこねいろ 前夜祭(仮)	文化祭 (29日)				展示	
令和版：ネオ彦根かるた作り						アイデア募集	制作	制作・完成	展示	