

# 彦根市シティプロモーション戦略プラン

2019年度～2021年度

最終報告書

(イメージ：Ver1.1)

2019.3月

彦根市

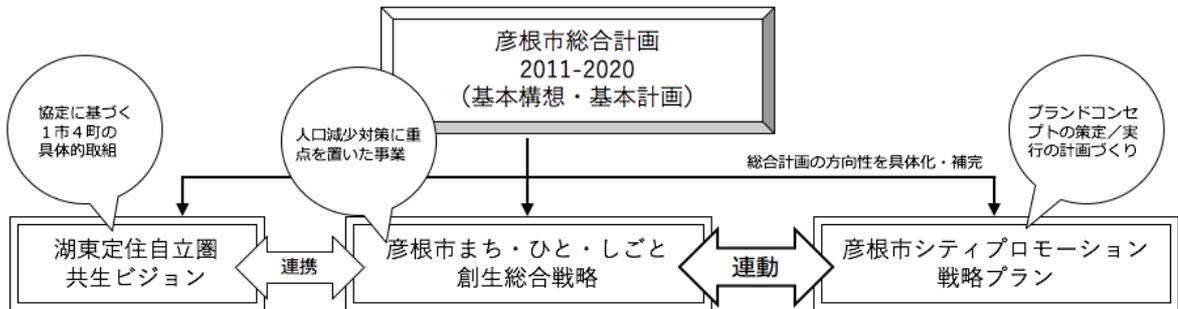
(担当：シティプロモーション推進課)

## 目次

- 1. シティプロモーションとは
  - ・彦根市シティプロモーションの目的と位置づけ
- 2. ロゴと、ブランドメッセージ
- 3. 戦略策定にあたり、2018年度に実施したこと（プレゼンの図）
  - ・市場調査
    - －市民向け
    - －県外向け
  - ・市民ワーキング会議
  - ・戦略策定委員会
- 4. 市場調査から見えてきたこと
- 5. 市民ワーキング会議から見えてきたこと
- 6. 戦略展開の方法について
  - ・メインターゲットの想定
  - ・戦略プランの方向性
  - ・戦略プラン策定にいたる背景
  - ・成果指標について
  - ・ブランドメッセージの策定（前述のブランドメッセージに至った背景）
- 7. アクションプランの展開
- 8. シティプロモーション推進体制

## ■ 1. シティプロモーションとは（目的と位置づけ）

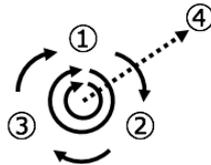
- ◆「彦根市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づいて、将来に渡っての19歳～39歳までの移住定住人口増加のためのプロモーション戦略を作り上げることが、本業務の立ち位置



- ◆シティプロモーションの本来目的としては、下記のサイクルを回すこと

- ① 市民がまちに誇りと魅力を感じる
- ② 市民が当事者意識を持ち、課題解決に向けて参画する
- ③ 市民の熱(行動・実績)が市外や世界に発信される
- ④ ①～③のサイクルの結果として、移住促進や、世界遺産登録推進の一助になる

【シティプロモーションの目的】  
(イメージ図)

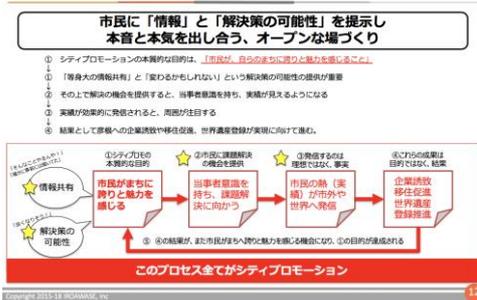


- ◆シティプロモーション業務の成果測定としては、下記の指標を参考にしたい

- ① 推奨量 …「あなたは、あなたの住むまちを、知人にどの程度強くおすすめしたいと思いますか」
  - ② 参加量 …「あなたはあなたの住むまちをよくするために、どの程度強く関わりたいと思いますか」
  - ③ 感謝量 …「あなたはあなたの住むまちをよりよくしようとしている人々にどの程度強く感謝したいですか」
- (参考:「失敗」からひも解くシティプロモーションーなにが「成否」をわけたのか(河井孝仁著/第一法規出版)

- ◆上記目的・成果を達成するために、市民の参画を促し、市民の意見を戦略に反映させることが必要

### 本業務を遂行するに当たってのコアコンセプト





#### ■ 4. 市場調査から見えてきたこと

調査結果の詳細は別添

ポイントをかいつまんで報告

- ・参加量／感謝量／推奨量の話
- ・NPSの話

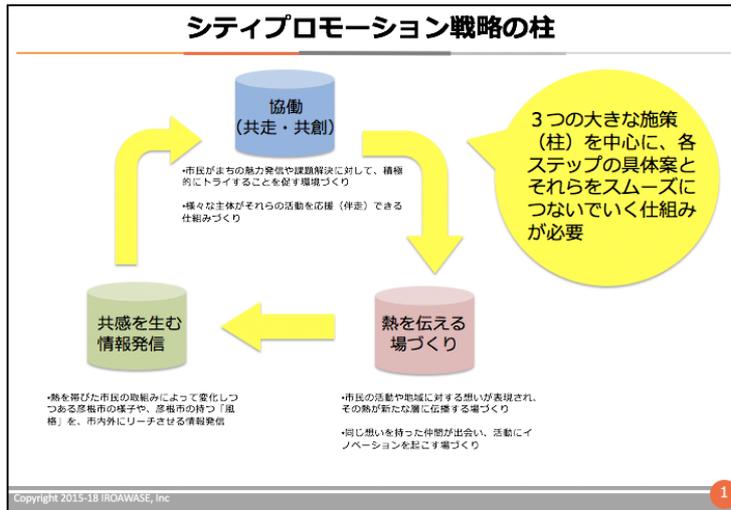
#### ■ 5. 市民ワーキング会議から見えてきたこと

- ・ワーキング会議の実施報告
- ・4つのワーキング・グループにしたことで見えてきた彦根の魅力
- ・●●力についての発見
- ・人／場所／コトの発見
- ・そもそも「シティプロモーションとは？」ということに対しての  
市民感覚
- ・ブランドメッセージに対しての意見（第5回のテーマにしたい）
- ・シティプロ通信

## ■ 6. 戦略展開の方法について

・メインターゲットの想定

・戦略プランの方向性

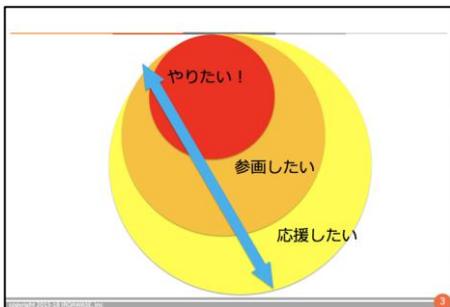


・戦略プラン策定にいたる背景

・成果指標について

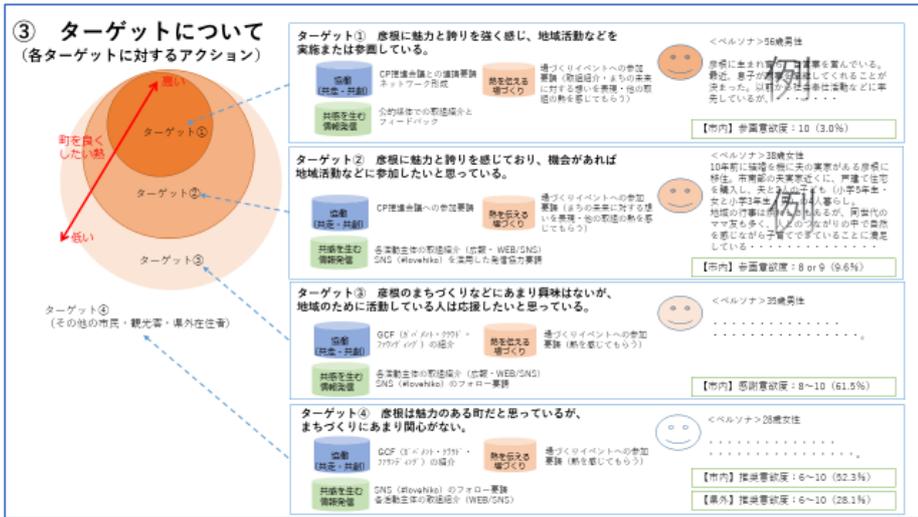
・ブランドメッセージの策定 (前述のブランドメッセージに至った背景)

## ■ 7. アクションプランの展開



① アクションプランについて

戦略の柱	2019年	2020年	2021年
<b>協働 (共走・共創)</b>	<p><b>(仮称) 原宿型シティブロモーション推進協議会の設置・開催</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>今年度の「原宿型シティブロモーション推進協議会」の発足チームによる協働的なシティブロモーションの推進</li> <li>市民主体による新たなまちづくりや市民活動の推進</li> </ul>	<p>「原宿型シティブロモーション推進協議会」の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>協働に共感する人が気軽に参加、応援できる仕組みづくり</li> <li>関係人口の増加</li> <li>市民主体による新たなまちづくり</li> </ul>	<p>「原宿型シティブロモーション推進協議会」の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>協働に共感する人が気軽に参加、応援できる仕組みづくり</li> <li>関係人口の増加</li> <li>市民主体による新たなまちづくり</li> </ul>
<b>熱を伝える場づくり</b>	<p><b>(仮称) 原宿未来フェスの開催</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>原宿に関心を持ちたい人が集い、自分の思いや未来へのアイデアをシェアリングを行う参加型イベント。世界遺産認定の原宿エリアで、市民主体によるまちづくりの推進</li> <li>市民の共感・応援(応援)・参加意欲の獲得</li> </ul>	<p><b>(仮称) 「地域の熱い場」育成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の未来を担う市民主体による活動・運動、市民主体によるまちづくりの推進</li> <li>市民の共感・応援(応援)・参加意欲の獲得</li> <li>市民主体による新たなまちづくり</li> </ul>	<p>市民が、原宿の未来に対する想いを表現し、他の市民からの共感や応援を得られ、地域が熱い場となり、まちづくりの推進</p>
<b>共感を生む情報発信</b>	<p><b>市民の活動を活用した情報発信</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市民の活動を、SNSやブログによる情報発信(市民の取組の様子を定期的に発信)</li> <li>市民の活動を活用し市民の取組の様子を定期的に発信(市民の取組の様子を定期的に発信)</li> <li>市民の共感・応援(応援)・参加意欲の獲得</li> </ul>	<p><b>市民主体の情報発信促進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市民主体による情報発信の推進</li> <li>市民主体による情報発信の推進</li> <li>市民主体による情報発信の推進</li> </ul>	<p>市民の取組が市の広報などを通して積極的に発信され、広くに認知されている。また、市民主体の情報発信が行政との連携により推進されている状態</p>



## ■ 8. シティプロモーション推進体制

