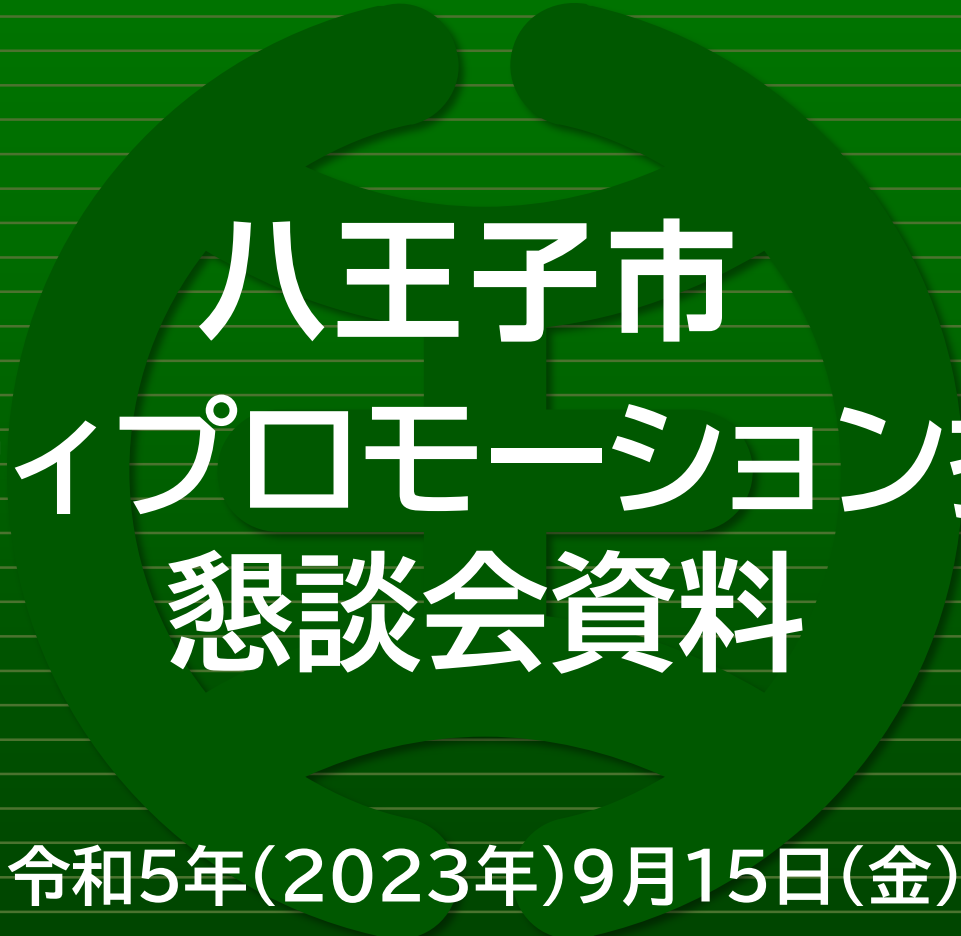




八王子市 シティプロモーション推進 懇談会資料

令和5年(2023年)9月15日(金)

An aerial photograph of a city, likely Tokyo, showing a dense urban landscape with numerous buildings, green spaces, and a prominent skyscraper on the left. The sky is filled with large, white, fluffy clouds. Overlaid on the center of the image is the text "58万人" in a large, white, sans-serif font with a subtle drop shadow.

58万人

An aerial photograph of a city, likely Tokyo, showing a dense urban landscape with numerous buildings, green spaces, and a prominent skyscraper on the left. The sky is filled with large, white, fluffy clouds. A large, white, bold text overlay is centered in the upper half of the image.

186.31km²



東京都の市部 最大の中核市

高尾山



21の大学・専門学校を抱える

学園都市



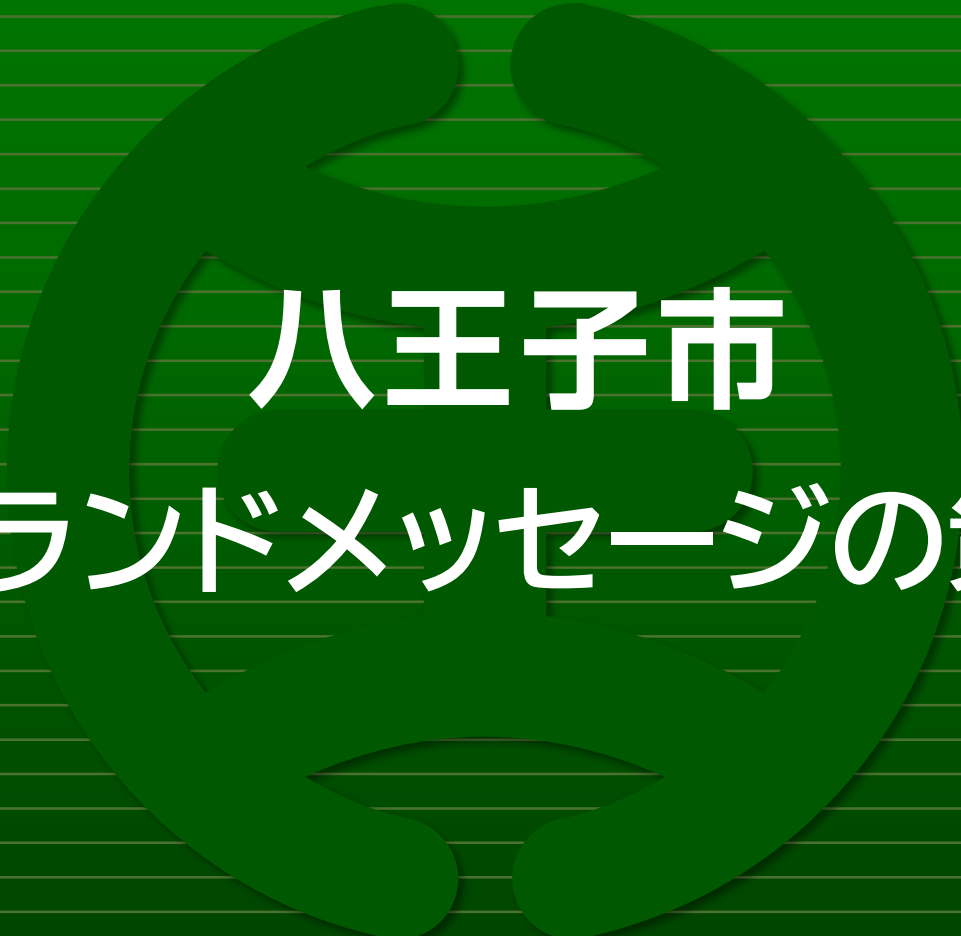
織物・染物のまち



で、
八王子って
一言でいうと
どんなまち



委員のみなさまの声を
お聞かせください。



八王子市 ブランドメッセージの策定



八王子ブランド
メッセージ
フくら
スラぽら
プロジェクト

市民みんなでブランドメッセージをつくります



市民メンバー 20人が集結

八王子ブランド
メッセージ
フくら
スラぼら
プロジェクト

ブランドメッセージ 総選挙 開催!

八王子の魅力を伝える
「とっておきの言葉」をえらぼう!

市民ワークショップを通じて生まれた4つの候補から、
八王子の魅力を、市内、市外へと広く伝える
「ブランドメッセージ」をえらぶ総選挙がはじまります!
みんなが使えそうな「まちの顔」をえらぶ
大規模選挙。ぜひご参加ください!

ブランドメッセージ、
これに決めた!

投票期間

2018年12月1日 >>> 1月3日まで

4つの候補は裏面へ

 八王子市
HACHIOJI CITY



約25,000票

あなたのみちを、
あるけるまち。

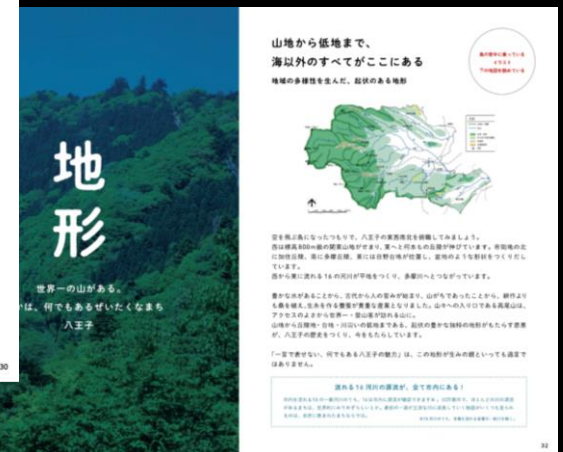
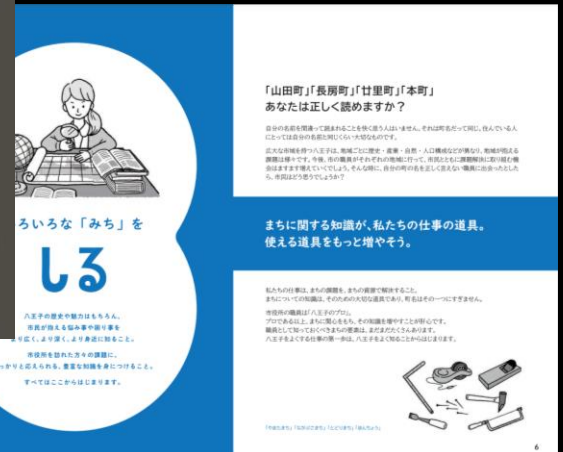
あなたのみちを、
あるけるまち。
ハ王子

市のブランド価値を
さらに高めていくには

八王子市職員一人ひとりが
ブランドの担い手であることを
意識することが大切

市職員に向けた
インナープロモーション

職員向け「ブランドブック」の全員配付



ブランドに資する各所管の活動を紹介する「庁内報」発行

TekTek 通信

Vol. 1

庁舎管理課の巻

あなたのまちを、
あるけるまち。

本庁舎サインがてくてく歩き出しました！

クリスマスには
赤いブーツに
変身するかも？

市役所が
ちょっと
楽しくなる予感…

ご存知ですか？
JR八王子駅の看板につき、10月21日から本庁舎玄関
（正面・南）の文字看板が靴を履きました。
これは「あなたのみちを、あるけるまち。」実現に向けた
市役所の強い思いを、庁舎管理課が形にしたものです。



市民が迷わずスポーツを発見したら、
わたしたちにこそ一報ください。

迷わずあるける市役所へ！ 事務棟から議会棟への案内を改善

Before

議会の傍聴に来られた方々が、事務棟エレベーターで3階に昇ったあと、渡り廊下で議会棟に行くことがわからず、迷っていました。

After

エレベーターを出て正面の位置に案内サインを設置し、迷わず議会棟へ行けるよう改善しました。看板も議会棟へてくてく歩き出しそうです。



ブランドメッセージの実現に向けた各課の取り組みを不定期でご紹介していきます。次回をお楽しみに。

2019.10.29 八王子市 都市戦略課 発行

TekTek 通信

Vol. 7

南大沢図書館の巻

あなたのまちを、
あるけるまち。

Library

あるけるな！ 新たな読書空間づくりへの第一歩



読書環境と、本をきっかけとした緩やかなつながりづくりをむけ、
「南大沢図書館パークライブラリー」を開催。

国でゆったりと本に親しんでもらう「パークライブラリー」。
篇を進める中で、この企画を前進させたのは、新型コロナウイルス、
図書館への来館者数の減少でした。「こうした状況下で、
する本や図書館の役割は何か？」を職員同士で議論し、「今
に取ってもらうには、図書館の外へアウトリーチしてみても
良いのでは？」と。開催に際しては、「空間づくり」や
「ク・椅子の設置」「キッチンカー手配」など、公園管理者に
いただきました。

、各エリアでの手指の消毒、返却本の丁寧な消毒などの感染
対策、約400名の方々が、新しい読書体験を満喫。参加者が
多かったことは新鮮でも楽しめた「毎年多く読んでほしい」等、取
組む感想が寄せられました。

※1：ひとまきみどり会館



本の力を活かす。本をきっかけに
地域がつながる。さまざまなアイデアを展開して
新たな読書空間の姿を創っています。

各課の取り組みを不定期でご紹介していきます。次回をお楽しみに。

2020.12.18 八王子市 都市戦略課 発行

Vol. 11

高齢者いきいき課の巻

あなたのまちを、
あるけるまち。

ポイント制度「てくポ」

られることをめざしたスマホアプリの実証実験はじまる



歩数によるポイント付与



食事管理によるポイント付与



脳トレによるポイント付与



講座参加やボランティア活動によるポイント付与

民間ヘルスケアベンチャーとともに課題解決に挑戦！
店舗で利用でき、電子マネーへの交換も可能に。

中、約15万人の高齢者を抱える八王子市
の重要性はこれまで以上に高まっています。
「楽しく」「いつまでも」自らの健康を守
るための介護支援ポイント制度「てくポ」の実
証実験は、令和2年度の「プロジェクト」で選
定されたアプリで、同社の「運動・脳トレ」
アプリに、ボランティアポイント付与や
などの機能を追加したものです。システム構
造に抑えられたのが大きな特徴です。

に実証実験を行い、運用上の課題や健
障問題を実証実験期間として、さらなる
に、最終的にはポイント還元を広告
していきます。



限られた財源・人員で
高齢者15万人の健康を守るため、
コストや労力が対象者数に比例しない
持続可能な仕組みづくりの構築に
知恵を絞りました。

シグナメント ※2020年12月に導入されたシステム

ブランドメッセージの実現に向けた各課の取り組みを不定期でご紹介していきます。次回をお楽しみに。

2021.9.3 八王子市 広域力強化課 発行

「ネックストラップ」の全職員配付



広報プロモーション研修

広報・シティプロモーションの第一人者による職員研修



市民の方や市外の方に向けた
アウトタープロモーション

アウタープロモーションの取り組み事例

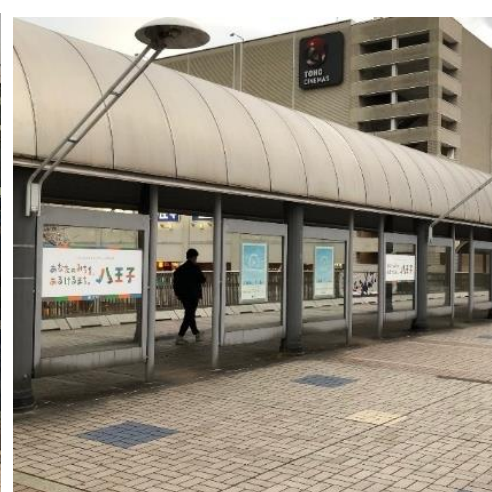
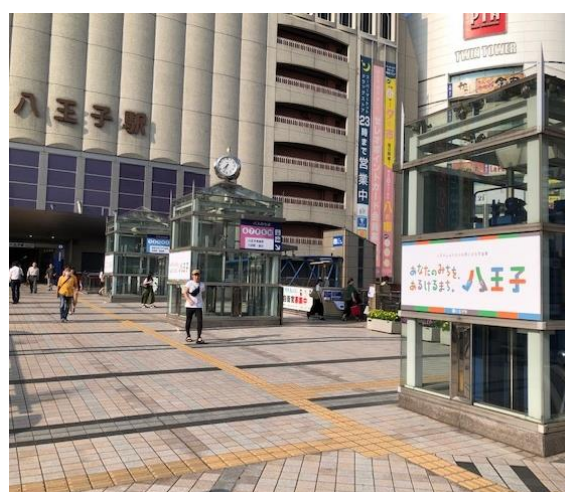


ブランドメッセージの浸透活動



JR東日本とのコラボレーション

ブランドロゴのチャームポイントである「靴(ブーツ)」を、八王子駅の駅名看板の「八」に履いてもらうという、中央線開業130周年を迎える東日本旅客鉄道株式会社とのコラボレーション企画。市と駅が一体となり、まちの玄関口である八王子駅から「自分らしいみちをあるいていこう!」というメッセージを発信することを目的としている。



主要な鉄道の駅前やその周辺商店街にブランドロゴを訴求するステッカーやバナーフラッグを展開。

アウトタープロモーションの取り組み事例



ブランドメッセージの浸透活動

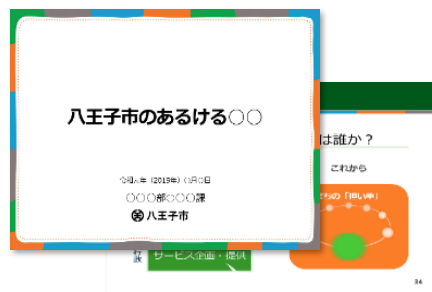


従来の本庁舎サインにブランドロゴの要素を追加し変更

庁内での 活用例



各所管へのブランドメッセージ関連貸し出し物品を整備



パワーポイントフォーマット



ピンバッジ



名刺



図書返却BOX



封筒

アウトタープロモーションの取り組み事例



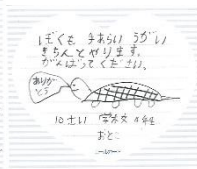
八王子の魅力発信



「八王子エール便」事業

新型コロナウイルス感染症治療の最前線で働く医療関係者の皆さんに感謝の気持ちを伝えるため、「八王子エール便」を企画。全戸配布する広報にメッセージカードを折り込み、全市民にメッセージへの協力を呼び掛けた。市に寄せられた手書きのメッセージ(エールカード)は、4,988枚を数えた。

この取組は、コロナ禍における市民と医療関係者との心と心のつながりを紡ぐことでシビックプライドの醸成に資する事業であると考えている。



「ふるさと納税の魅力発信強化

本市は、ふるさと納税をステークホルダーそれぞれに対する八王子の魅力発信の重要な場として捉えている。今回は返礼品の紹介冊子のリニューアルを通じて、自然と文化が融合した八王子らしさのブランディング強化を行った。



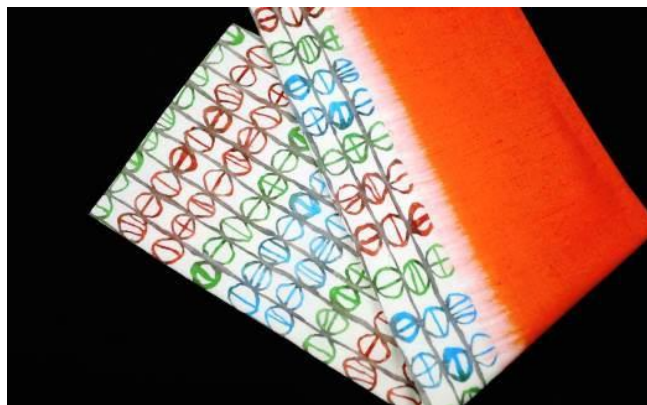
「シティプロモーションサイト

八王子ならではの暮らし方やまちの魅力を紹介するシティプロモーションサイト。まちで暮らす方へのインタビューや「フォトギャラリー」では、市の魅力発信に活用いただけるよう、八王子の美しい風景をはじめとした100点以上の画像をオープンデータとして無料ダウンロード可とし、市民をはじめ、テレビ制作会社や出版などでも幅広く活用されている。

アウタープロモーションの取り組み事例



ブランドメッセージと地域事業者とのコラボ例1



ブランドカラーをテーマに制作された半幅帯
(藤本染工芸)



シルク100%のネクタイ型ピンバッジとブランドロゴとのデザインコラボ
(八王子織物工業組合)



八王子銘菓のパッケージに
(有限会社もちとし)



地ビールのラベルに
(高尾ビール株式会社)



地産てぬぐいのパッケージ用帯に
(株式会社志結)

アウトプロモーションの取り組み事例



ブランドメッセージと地域事業者とのコラボ例2



大学の文化祭での活用例

ロゴマークの4色をイメージした
タピオカドリンク「はちタピ」。
(日本工学院八王子専門学校)



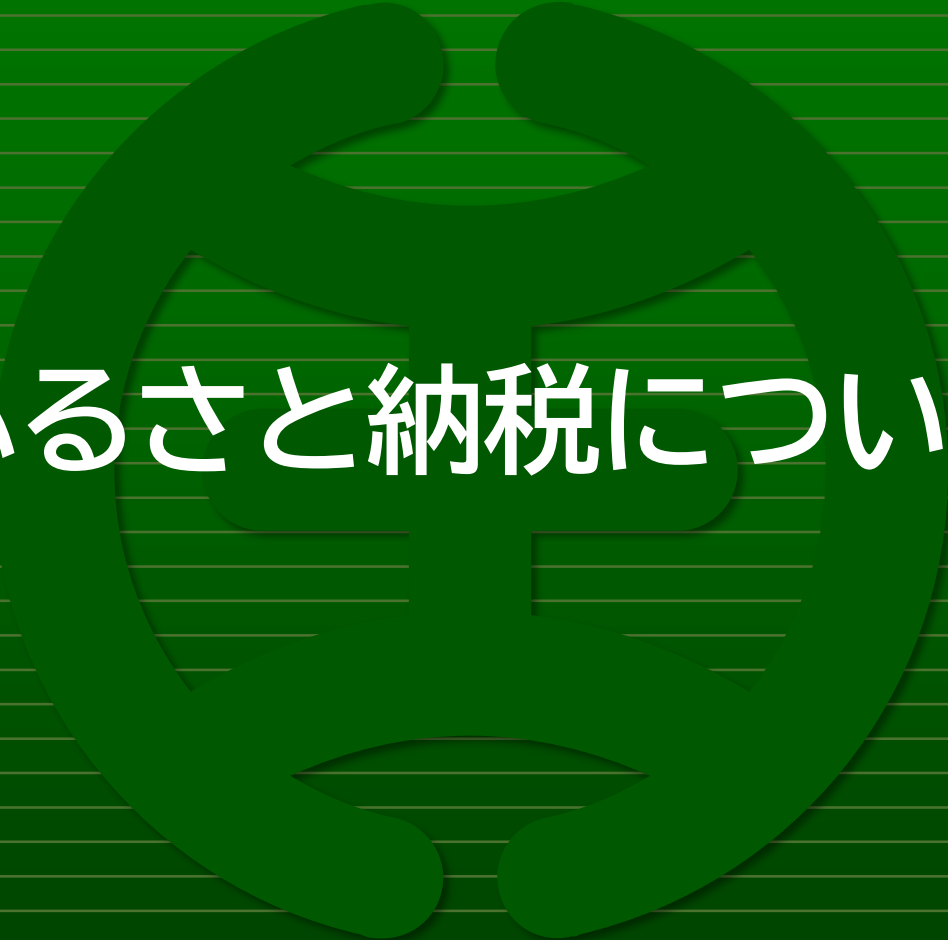
ロゴマークをあしらった
ソーシャルディスタンスステッカー
(山王テクノアーツ株式会社)



ロゴマークをあしらった
ソーシャルディスタンスTシャツ
(株式会社プリンテック)



出展ブース用看板に
ロゴマークをデザイン
(八王子・手仕事職人)



ふるさと納税について

人気の返礼品

1

厳選素材の濃厚バスクチーズケーキ

チーズケーキホール(12cm)



高温で焼き上げた焦げ目の風味がたまらない「バスクー」。濃厚でクリーミーながらも何口でも食べられます。



パティスリー・タツヤササキ

2

フルーツの甘酸っぱさが広がるマカロン12個入

マカロン12個(10種類の味からランダムにお届けします)



パティスリー・メゾンドゥース

表面は滑らかでパリッとした食感ですが、中はしっとりとして、珈琲のほろ苦さやフルーツの甘酸っぱい香りが口いっぱいに広がる、メゾンドゥース自慢のマカロンです。



3

匠の技術で織り上げるシルク100%のネクタイ



織物の匠が織り上げる最高級ネクタイ。「他のネクタイができなくなる」最高の締め心地。



4

アウトドア用焼肉鉄板 ヨコザワテッパン



株式会社 ジェットスロウ

アウトドア鉄板ブームの生みの親。蓄熱性が高く、どんな肉でもこんがりジューシーに焼け、極上のアウトドア飯が楽しめます。



返礼品を公募

みなさん、八王子
ふるさと納税

八王子市ふるさと納税

返礼品提供事業者を募集します！



**随時
募集中！**

ふるさと納税を通じて、八王子の魅力をもっと広く発信するため、
返礼品を提供いただける事業者を募集します！

応募条件

■ 事業者について

本社、支社、営業所又は生産拠点を八王子市内に有する法人・団体又は市内
で事業活動を行っている個人事業主であること、など

■ 返礼品について

国の定める「地場産品基準」に適合していること、など

※条件詳細は八王子市ホームページに掲載の「ふるさと納税八王子の返礼品選定及び取扱要綱」でご確認ください。

応募方法

申込フォームよりお申込ください。 ※申込フォームはこちらから



提供メリット

- ふるさと納税ポータルサイトを通じ、自社の商品・サービスを全国規模で宣伝できます。
- 返礼品発送時に、自社のPRチラシを封入できます。

お問合せ

質問フォームよりお問合せください。 ※質問フォームはこちらから



SNSで魅力を発信！

＼ 見た目もかわいい！／

世界が認める人気のマカロン



＼ 大自然に癒されて／

本格乗馬レッスン3か月



＼ 非日常を味わう／

八王子うかい亭の特別なコース



＼ すべてのビジネスマンへ／

シルク100%の上質なネクタイ



＼ 素材の美しさそのままに／

金属材料屋が創る焚き火台



＼ 旨味を詰め込んだ！／

至極の餃子を手軽におうちで



ふるさと納税は、
八王子の魅力を知っていただく
大切なツール！



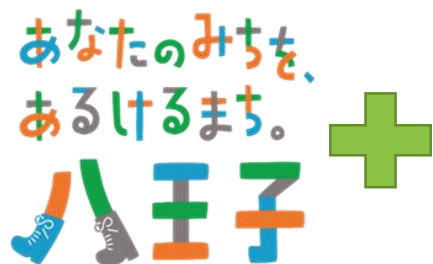
シティプロモーション基本戦略 の考え方

シティプロモーション基本方針の概要

目的	地域の持続的な発展
内容	「住みたい・住み続けたいと思えるまち」「地域に誇りや愛着を持てるまち」を実現するためにシティプロモーションを強化する。  20～30代の定住意向の向上 や人口維持
対象	市内外の若年層と市内大学生
計画期間	定めていない。
指標	■ずっと住み続けたいと思う市民(20～30代) 及び学生の割合 ■市の良さを他人に伝えるなどの行動を起こしたことがある20～30代市民の割合 ■20～30代人口

目的は「地域の持続的な発展」を継続

ブランドメッセージを活用し、まちへの愛着を高め、交流人口・関係人口を増やすなど、引き続き「地域の持続的な発展」を目的とする。



シティ
プロモー
ション
戦略



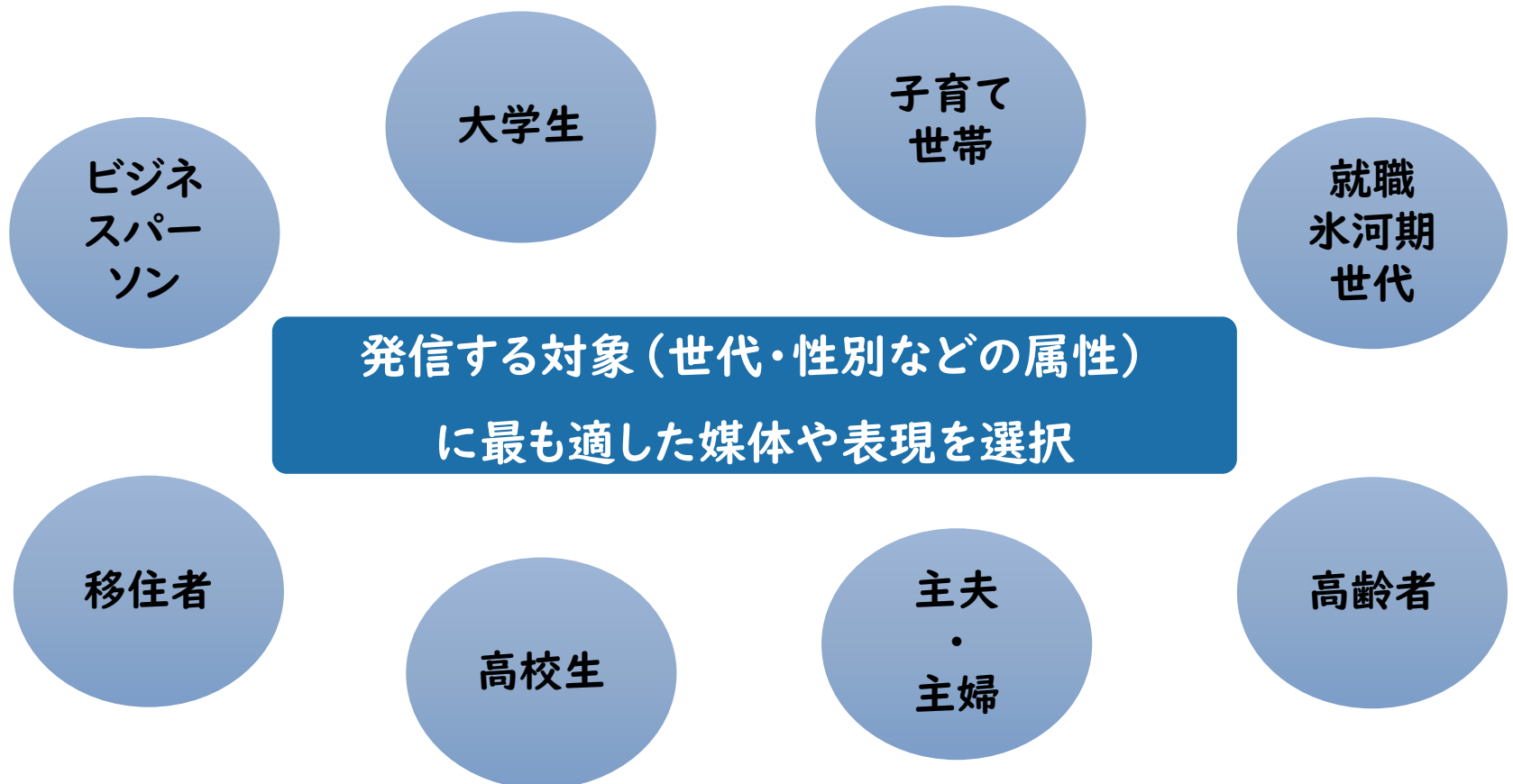
地域の持続的な発展

まちへの愛着

交流・関係・活動人口増

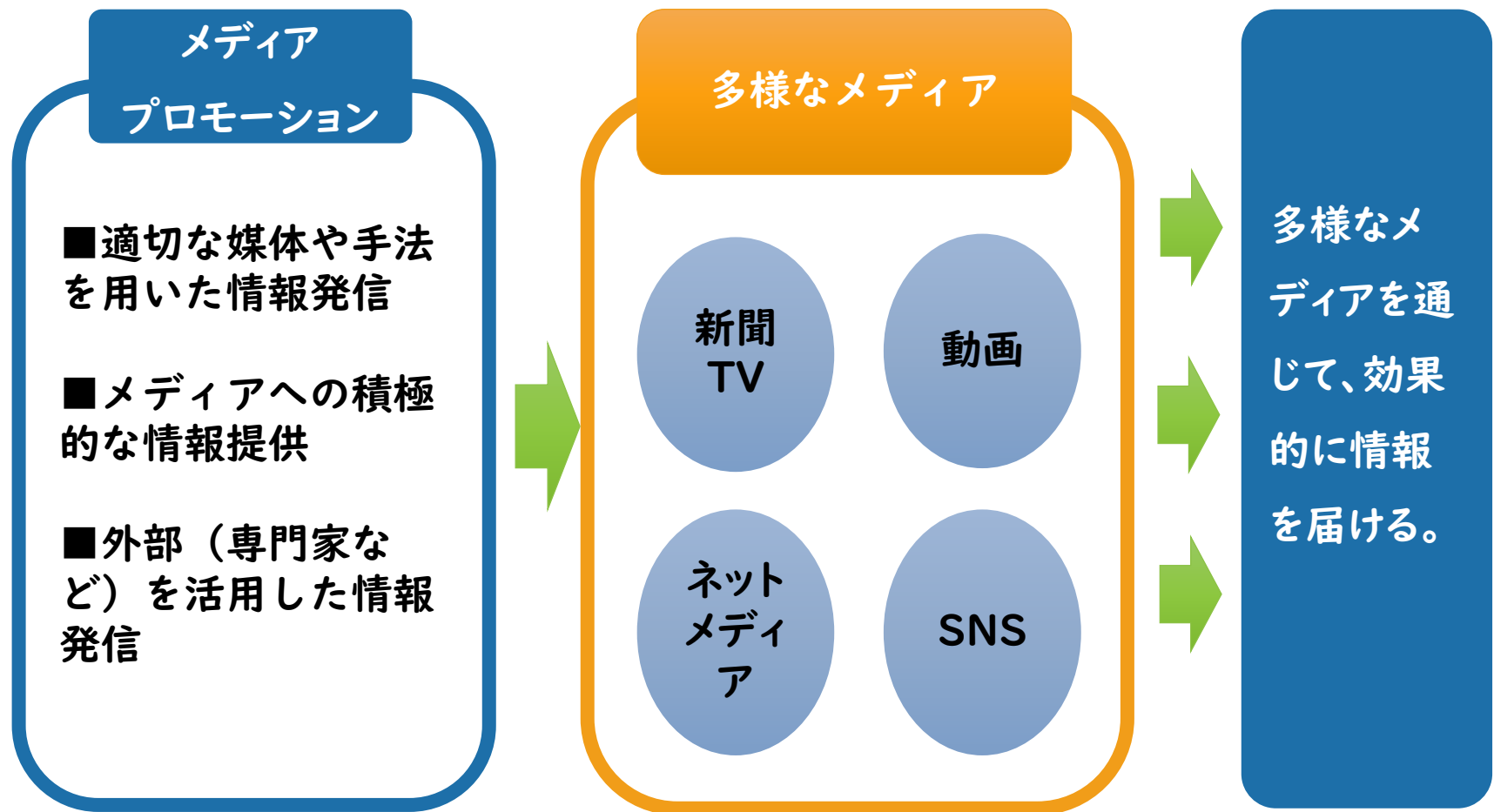
対象は、全世代

それぞれの対象に適した情報を届ける。



戦略的なメディアプロモーション

多様なメディアを活用した情報発信を推進する。



ガイドラインと一体的に作成

わかりやすいものとするため、「広報プロモーション活動ガイドライン」と一体的に作成する。

(仮称) ハ王子市シティプロモーション基本戦略
(シティプロモーションに関する基本的な考え方)

+ 一体的に作成

広報プロモーション活動ガイドライン
(具体的な取組の指針)



戦略及びガイドラインに沿った施策展開

まちのために何かしたいと
思ってくださいる方を
増やしたい。

「まちのために何かする」
と言っても
大げさなことではなく、

SNSをフォローしたり、
いいね！したり、
みんなの活動を
お互いに応援しあえたら、
どんどん素敵なまちになる。

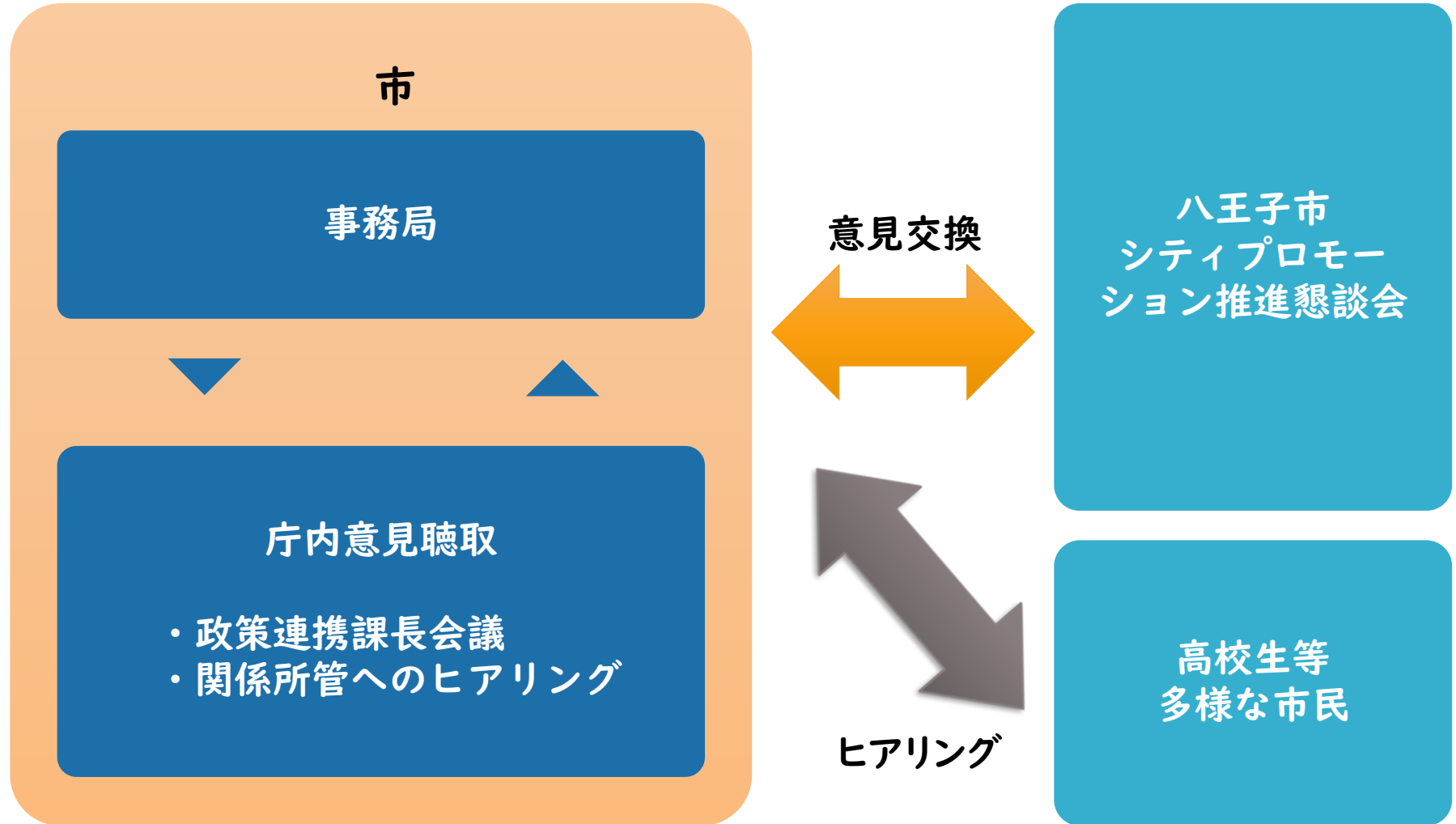
シティプロモーション基本戦略の
計画期間等

計画期間

「八王子未来デザイン2040」の計画期間にあわせ、
計画期間を、2030年までとする。

	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)	R8 (2026)	R9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	R12 (2030)	R13 (2031)
八王子未来 デザイン 2040									
(仮称) シティプロ モーション 基本戦略									

策定体制





さいごに

シティプロモーションに
大切なのは

まちのチカラ
地域のチカラ
みんなのチカラ

それを最大化するのが
シティプロモーション基本戦略
であると考えています。

今年は日本遺産フェスティバル



八王子から未来へ紡ごう、全国104の物語



JAPAN HERITAGE FESTIVAL
2023



HACHIOJI
TOKYO

日本の文化に
触れる2日間!



日本遺産?
全国から集結



地上機器をラッピング



イベントの気運を盛り上げています！

THS

地域と共創したシティプロモーション



八王子市×JR東日本 コラボ企画
シーズンサプライズやってます！



JR八王子駅

季節に合わせて
ブーツデザイン
が変化！



市役所玄関

