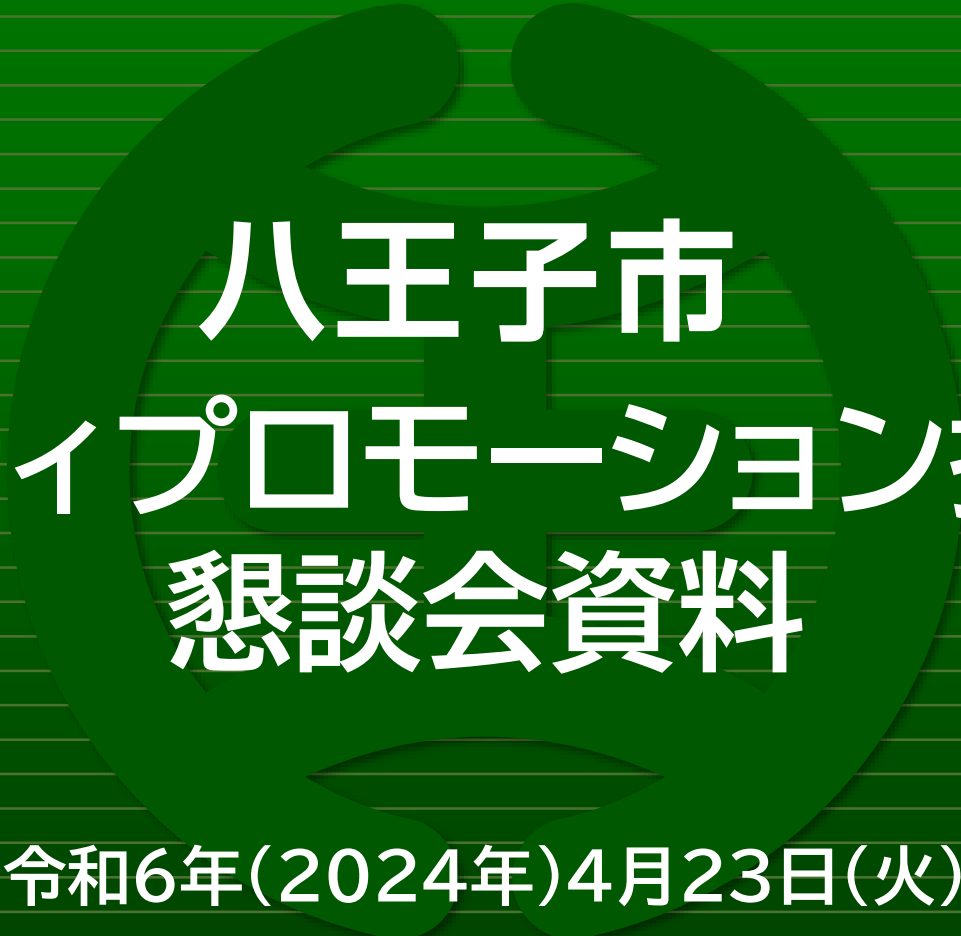




八王子市 シティプロモーション推進 懇談会資料

令和6年(2024年)4月23日(火)

An aerial photograph of a city landscape. In the foreground, there are lush green hills and dense residential areas with many small houses. The middle ground shows a mix of urban development and green spaces. In the background, a tall skyscraper stands out against the horizon. The sky is bright blue with large, fluffy white clouds. The text "前回の懇談会では" is overlaid in the center of the image.

前回の懇談会では

八王子の魅力と

効果的な情報発信 の方法について

委員の皆様にお伺いしました。



An aerial photograph of a city landscape. In the foreground, there are lush green hills and dense residential areas with many small houses. The middle ground shows a mix of urban development and green spaces. In the background, a city skyline is visible under a bright blue sky filled with large, white, fluffy clouds. The text is centered in the upper half of the image.

皆様からいただいた
意見を振り返ります。

八王子の魅力

立地の良さ
アクセスが良い
交通の便が良い

学校がたくさん
あって進学先に
困らない

住みやすい街ラン
キング上位 高い
シビックプライド

学生・留学生が
多く、まちに刺
激を与えている

都内でありなが
ら自然も多い

生活環境と
自然環境が両立
したまち

歩車分離の遊歩道
が多く整備されて
いて安心

ライフステージ
に合った暮らし
ができる

畑や田んぼで
収穫体験も

ワクワクする
まち 八王子芸
妓も魅力

都会で感じる
息苦しさがない
居心地が良い

大型の商業施設
が多くある

京王線・中央線・
横浜線・八高線
の始発駅がある

さまざまな分野
の・ジャンルの体
験ができる

幅広い年齢層を
受け入れられる

歴史・文化は
大きな魅力

高尾山は東京の
象徴的な山

浅川と多摩川に
区切られた地形

効果的な情報発信

時間とお金のある世代に働きかけては

ジャンルごとにPRするキーワードを絞る

餃子は宇都宮
さわやかは静岡
食べ物は大事

どの世代をターゲットとするかが大事

汗をかいている人にスポットライトを

興味を引くテーマを設定

目的によって手法が変わるので整理が必要

シティプロモーションに特化した助成はどうか

市民のアイデアを最大限活用する

新住民に対し施策を打つのはどうか

政策に対しターゲットティングを

政策に必要な人に届ける工夫を

役所からの発信は固い内容になりがち

対象に刺さる言葉がある。

忙しい人はなかなか情報が得られない。

他との違いを認識することがブランド

届けたい人のイメージをはっきりさせる

所管がブランドメッセージを理解し、市民に問いかける



ほかにも
多くの市民の皆さんに
アイデアや
ご意見をいただきました。

An aerial photograph of a city, likely Tokyo, showing a dense urban area with many buildings and a prominent green hill in the foreground. The sky is bright blue with scattered white clouds. The text is overlaid on the upper half of the image.

新たに住み始めることの多い
子育て世帯の方に

八王子について、
インタビューさせて
いただきました。

八王子に住み始めたきっかけ

結婚を機に、夫婦
の実家の中間地点
に

結婚を機に
奥様の実家の近
くに

生まれが(地元
が)八王子

一度市外に出たが
遊歩道が整備され
た八王子に

緑豊かなところも
決め手

結婚を機に、
御主人の実家の
近くに

結婚を機に、夫婦
の勤務地の中間地
点で

他市に移り住ん
だが、戻ってきた

ご主人の仕事の
都合で



八王子の好きなところは？

買い物など普段の生活に困らないところ

交通の便が良い

子どもの遊べる場所が多い

公園や緑がたくさん

公園が多く、広い子育てしやすい

まちが広くて住みやすい

出産時におくるみや木のおもちゃがもらえてうれしかった

図書館や高尾山、公園がオススメ

お店や駐車場が広い

子育てひろばに色々な知識を持った方がいて安心

クルマがなくてもある程度遊べるところ

買い物が便利なお気に入りのお店がある

住んでよかった？住み続けたい？

子育て施設が多く
助かっている。

住んで良かった
が、他市のいいと
ころを真似して
ほしい。

住んでよかつ
た！保健福祉セ
ンターや子育て
ひろばで子育て
の悩みを聞いて
もらえる。

住んで良かった
がもっと広い公
園や砂場がある
公園が増えると
もっと良い

他市でもっと子
育て施策が充実
しているところ
があるので、住
み続けるか微妙

まちが好き度は
10点満点

買い物が便利な
ので、住んで良
かった



A group of business owners are seated around a long table in a meeting room. A woman in the center is speaking and gesturing with her hands. Other participants are listening attentively. The room has large windows with blinds, a bookshelf, and a potted plant. A laptop is open in the foreground, displaying a website.

市内企業の経営者の
皆さんにも
お話を伺いました。

経営者に聞いた八王子の魅力



ものづくりのさまざまな体験ができる点

複数路線が利用でき、都心にアクセスしやすい

ものづくりに強みがある

自然に恵まれ、医療も充実

伝統産業も残っている

黒堀通りの周辺に、織物の街並みを再現

「職住近接」が実現できるまち

八王子まつりをもっと推したい

八王子の良さは、人々の「結束力」

適度に便利なのに、都心部の息苦しさがないところ

自然や交通の便など住みやすいことに尽きる

もっとこうしたら？

職人を守るための活動や支援を充実してほしい

さまざまな組織が一体となって取組を進めて

ものづくりについて紹介し、残すための取組をしてほしい

経営者に聞いた魅力の伝え方と情報発信

訪れる人が自発的にSNSで発信できる仕掛けづくり

施設情報など、どこで情報を得られるのかわからない。

作り手目線ではなく、自分事として発信していくことが求められる

八王子の魅力をそのままストレートに伝えてみては

キャッチーなものやスポットの紹介、

年配の方もXを見ているので写真付きで発信してみてもいい

非日常の情報を市民の方に、日常の情報を市外の方にクロスして発信しては

さまざまな組織が一体となって取組を進めて

八王子ならではの土産を作る

桑や山車・神輿などの名物をモチーフにした菓子折りがあると嬉しい

つなぐ仕事を全て市が担う必要はなく、周囲の人材や組織を上手に使うのがポイント 市民ライターや八王子会など

八王子と他を差別化できるブランディングが必要

地域の方を巻き込んだ取組や口コミで広がるような取組が必要

市域全体を歩いてもらい、多様性に富んだまちであることをアピールしては

An aerial photograph of a city, likely Tokyo, showing a dense urban landscape with a mix of residential and commercial buildings. In the foreground, there are lush green hills and forests. The sky is bright blue with large, fluffy white clouds. The text is centered in the upper half of the image.

うかがった
ご意見をもとに



基本戦略を
ブラッシュアップ
していきます。

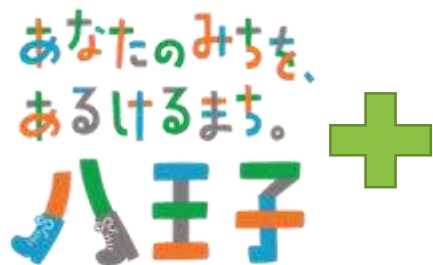




シティプロモーション基本戦略 について

目的は「地域の持続的な発展」

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、「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



ブランドメッセージ を活用し

An aerial photograph of a city landscape. In the foreground, there are lush green hills and dense residential areas with many small houses. The middle ground shows a mix of greenery and urban development, including some larger buildings and a prominent tall skyscraper on the left. The background is a vast cityscape stretching to the horizon under a bright blue sky filled with large, fluffy white clouds.

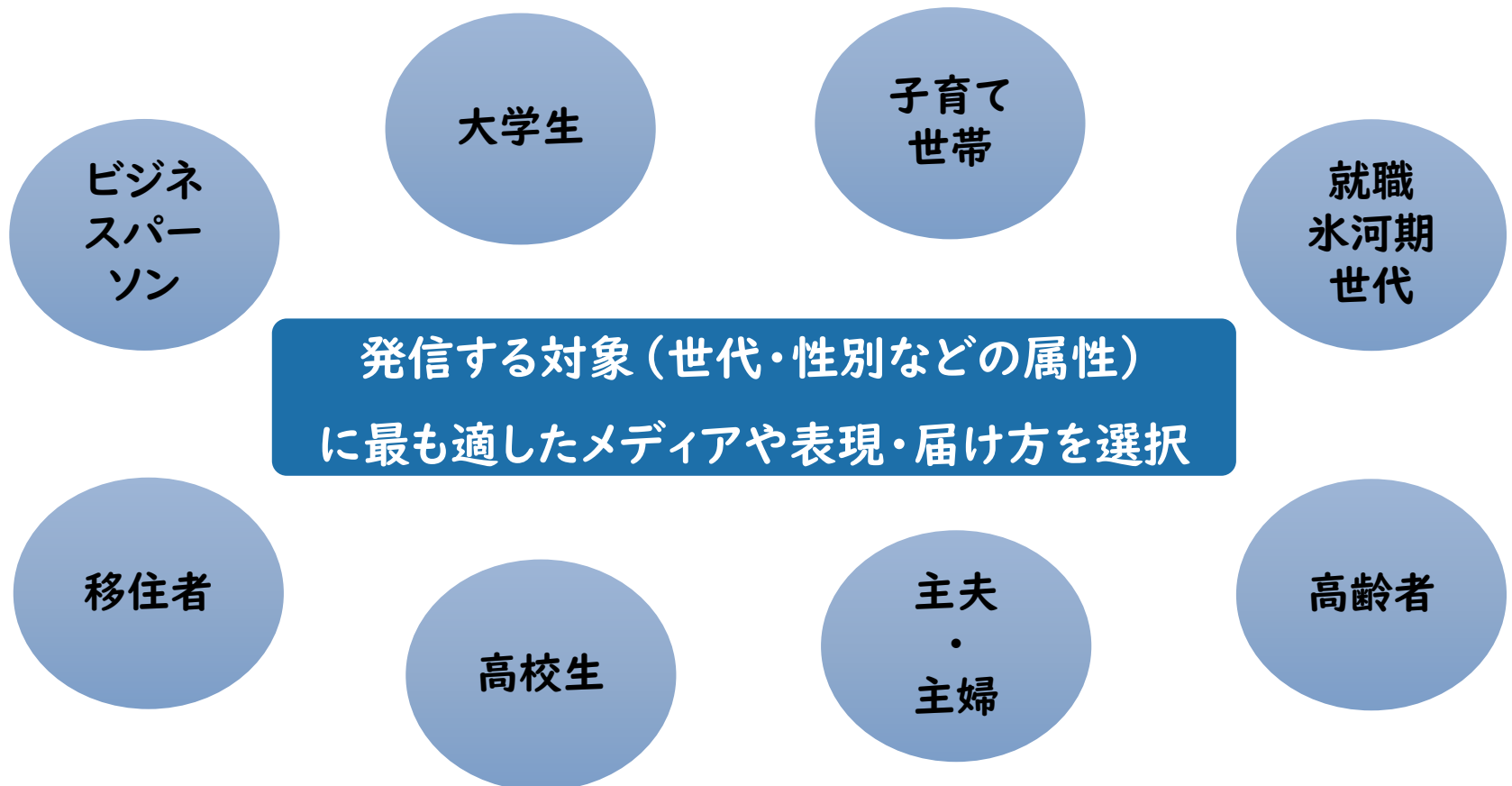
まちへの愛着を高め

An aerial photograph of a city landscape. In the foreground, there are lush green hills and dense residential areas with many small houses. The middle ground shows a mix of urban development and green spaces. In the background, a tall skyscraper stands out against a blue sky filled with large, white, fluffy clouds. The overall scene is bright and clear.

地域の持続的な発展に
つなげます。

住民に伝わる自治体情報

それぞれの対象に適した情報を届ける。



An aerial photograph of a city landscape. In the foreground, there are lush green hills and dense residential areas with many small houses. The middle ground shows a mix of urban development and green spaces. In the background, a tall skyscraper stands out against a blue sky filled with large, white, fluffy clouds. The overall scene is bright and sunny.

多様な市民の皆さんを
誰ひとり取り残さず



全世代を振り向かせる アプローチ



マーケティング手法の
ターゲティングとは、
真逆ではないか？と
感じるかもしれません。

An aerial photograph of a city landscape. In the foreground, there are lush green hills and dense residential areas with many small houses. The middle ground shows a mix of urban development and green spaces. In the background, a tall skyscraper stands out against the horizon. The sky is bright blue with large, fluffy white clouds. Overlaid on the center of the image is Japanese text in a white, sans-serif font with a subtle drop shadow.

行政の情報は、
多様な方に「伝わる」
必要があります。



ターゲットを絞るのは
各施策の情報発信で



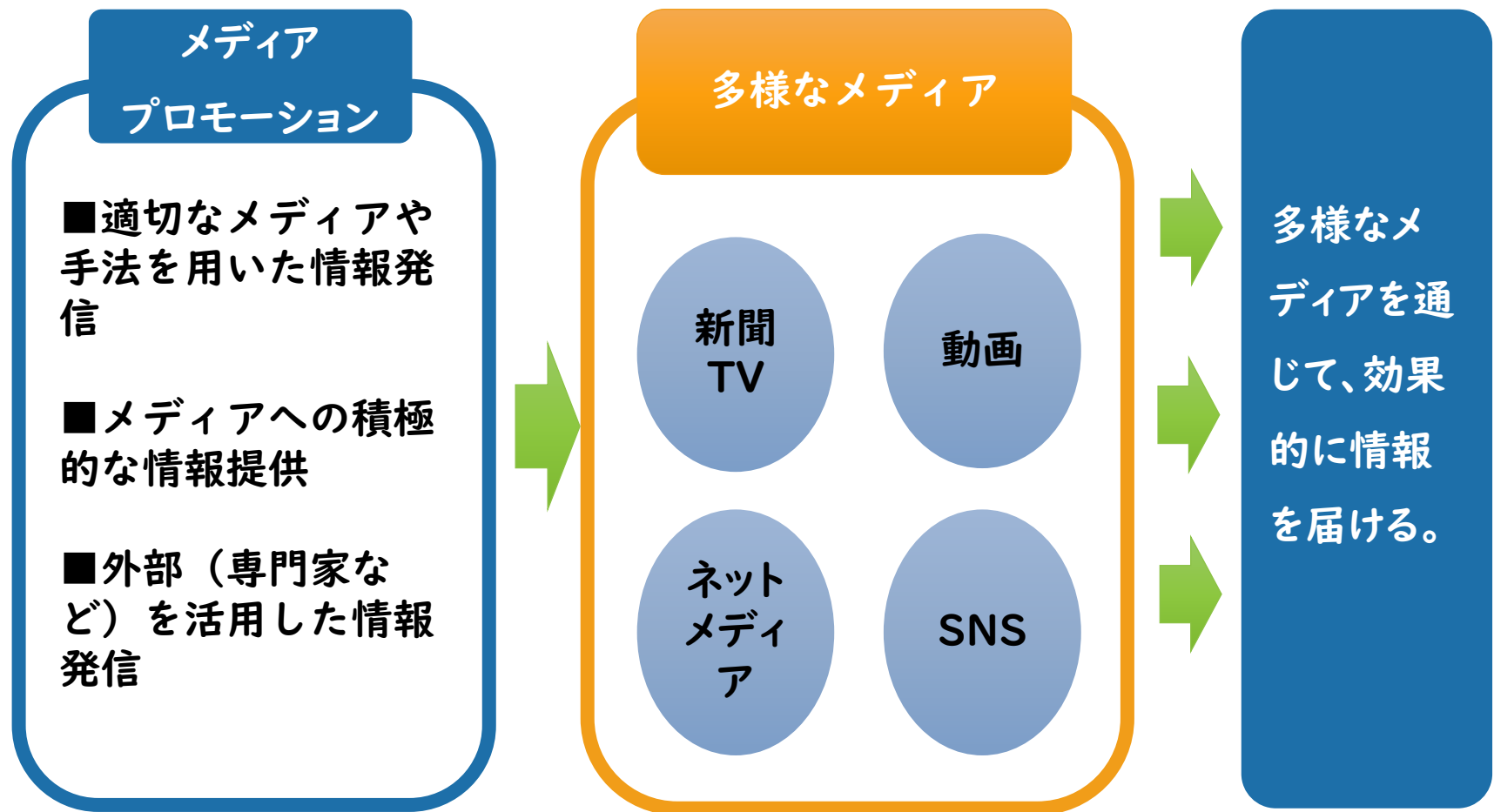
相手にどのような
行動変容を促すのか
を設定し



対象に適した効果的な
情報発信メディアを選びます。

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。





戦略的な
プレスリリース(報道発表)
だけでなく



どうしたら取り上げられるか
どうしたら話題になるか
分析して



積極的に
情報提供し



多様なメディア
を通じて
効果的に魅力と
情報を届けます。

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

シティプロモーション基本戦略は

シティプロモーションや
広報に関する
基本的な理念や考え方
を示したもの

広報プロモーション活動 ガイドラインは



必要な技術やノウハウなど
具体的な取組について示したもの

説明は以上です。

質疑応答

休憩



委員の皆様の声を
お聞かせください。



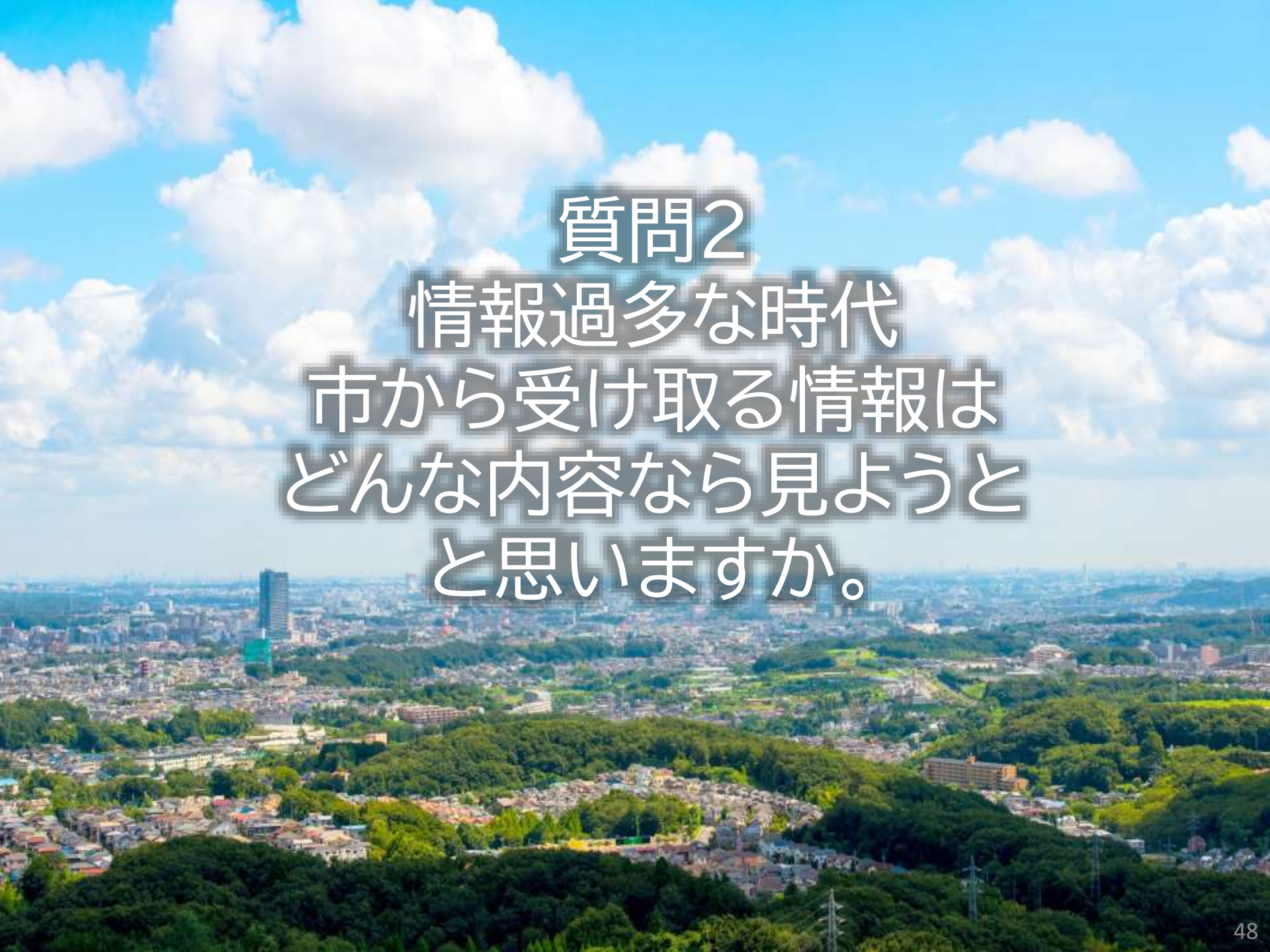
質問1
市からの情報は
どんなメディアや方法が
受け取りやすいですか。

情報発信に用いるメディアの特徴と効果

 谷浩明先生著「伝わる情報発信術」から

メディア	特徴と効果
チラシ	多くの人に配布しやすい。
ポスター	掲示して多くの人に周知できる。
ハガキ・封書	ターゲット宛に直接届ける。
広報紙	住民全体に情報を届ける。
ホームページ	リアルタイムで詳細情報を掲載できる。
SNS	双方向で情報発信・伝達・拡散ができる。





質問2
情報過多な時代
市から受け取る情報は
どんな内容なら見ようと
思いますか。

「自分ゴト化」で住民の心と体を動かす

 「それって自分に関係がある！」が行動につながる

例) 巨大な台風が発生



送り手

住民への情報発信

住民のニーズは？
(どんな情報を求めているのか？)

住民への情報発信

- 水害対策の情報
- 危険水域
- 避難場所
- 緊急連絡先
- 日頃の備え



受け手(住民)

頭

発信された情報から
自分にとって
メリット(得すること)
デメリット(困ること)
ベネフィット(得られる未来の自分)
を考える

体

具体的な行動につながる

頭

食料がなくなるかも…
停電になるかもしれない…
このままだと困る…

体

食料の備蓄が必要だね
懐中電灯も用意しよう
情報収集しておこう

質問3

広報紙を電子化することについて
どのような形がうれしいですか。

オンライン
ニュースみたい
なのは？

紙の広報
はそのままがいい

ホーム
ページや
SNSで充
分

これ以上
紙が増え
ると困る

プッシュ
通知が便
利かな

広報紙は住民全体に情報を届けるもの

 谷浩明先生著「伝わる情報発信術」から

広報紙の特徴

- 広く多くの住民に向けて情報発信できる
- 読者の年齢層が高い
- 効果測定がしづらい(アンケート等の工夫が必要)
- 製作時間や印刷・配布コストがかかる
- 情報の発信スピードが遅い
- 紙面の掲載スペースに限界がある



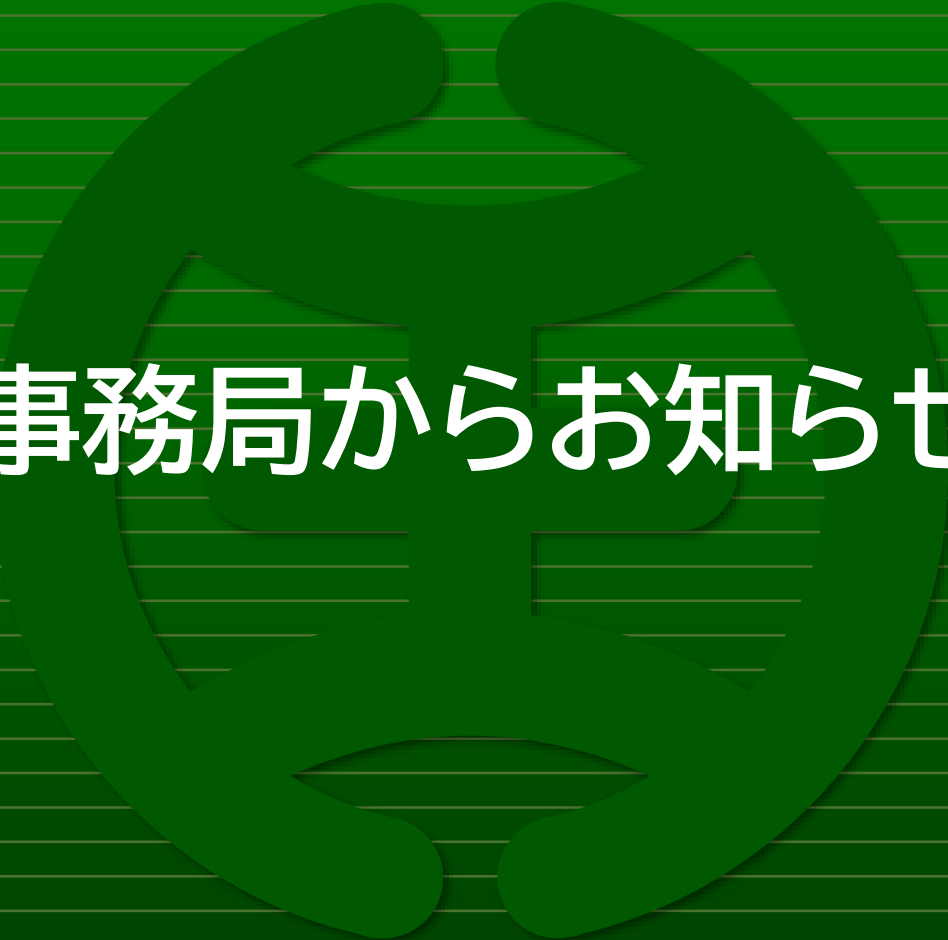
紙媒体での配布から、電子媒体への流れも



質問4

あなたは八王子の魅力を 発信したことがありますか。

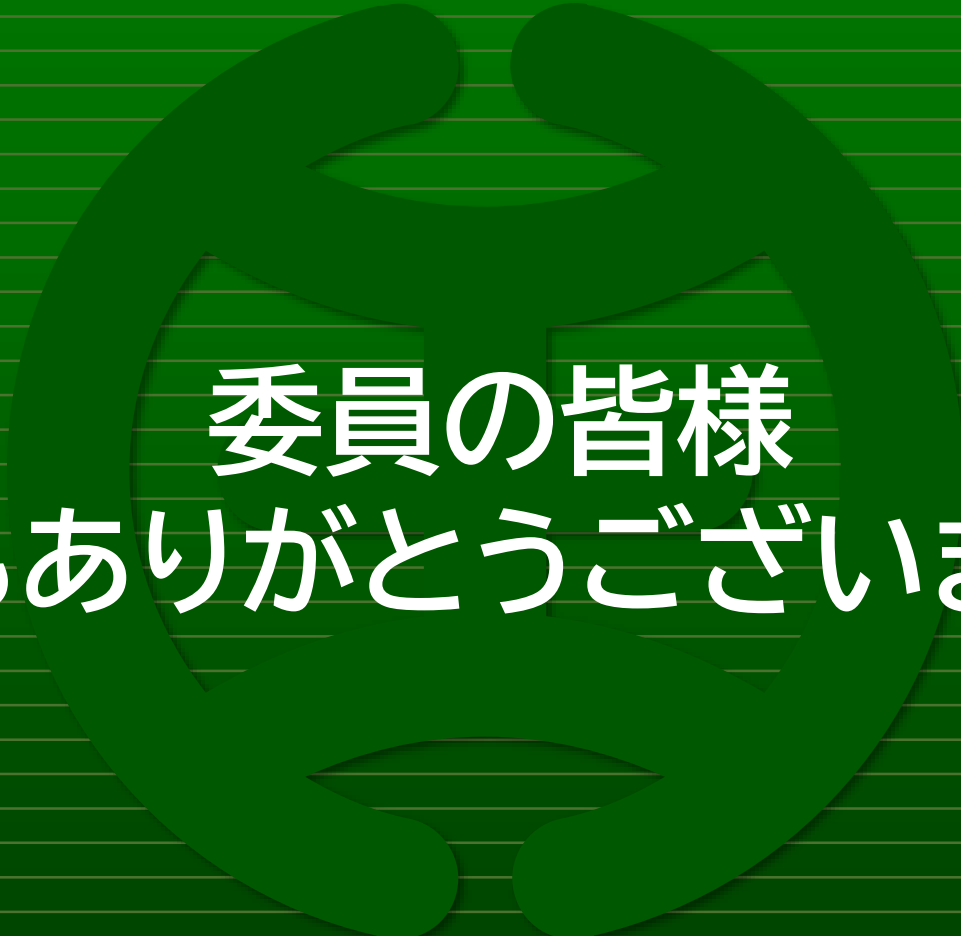
魅力発信している⇒なぜ？（発信しているのか？）
魅力発信していない⇒なぜ？（発信していないのか？）



事務局からお知らせ



次回懇談会
令和6年(2024年)7月17日



委員の皆様
本日もありがとうございました。