



まちだ自慢推進計画

17-20

町田市では、「市民が愛着を持って住み続けたいまち」「魅力にあふれ何度でも訪れたいまち」を目指して、2012年度に「まちだシティプロモーション基本方針」を策定しました。

また、2013年度には、この方針の活動計画となる、「『まちだ自慢』推進計画」を策定し、「まちだ自慢サポーター」の方々と共に、「町田市ならではの魅力」、「まちだ未来づくりプランの進捗により新たに生まれる魅力」を市内外に戦略的・継続的にPRしてまいりました。

その結果、各種祭りやイベントをはじめ、文化・芸術施設等への来場者数が増加したほか、メディアでの露出が増えるなど、多くの成果を得ることができました。

この度、こうした取り組みの成果とこれまでの活動で得られた課題を踏まえ、2017年度からの4年間の具体的な活動を示した「まちだ自慢推進計画17-20」を新たに策定いたしました。

この計画は、前計画での成果をより確実なものとし、市民の「町田への愛着の向上」と「おもてなし精神の醸成」を図るとともに、市外の方々の「繰り返し来訪」、「まちだファン化」の促進を目指したものです。併せて、2018年2月の市制60周年、2019年のラグビーワールドカップ2019、2020年の東京2020オリンピック・パラリンピックまでの3年を「未来を見据えた3年」と位置づけ、市民、事業者、企業、団体、行政が一つとなって取り組む「シティプロモーション」を含んだものとなっています。

「いいことふくらむまちだ」のロゴマークが表すように、町田の「ひと×まち」エネルギーが成長して未来への可能性がふくらみ、市民の満足度や期待感がふくらむようなまちとなるよう、市民、事業者、団体の皆さんと協働し、多くの人や企業から選ばれ続ける、魅力ある都市を築いてまいります。

町田市長 石阪丈一

まちだ自慢推進計画17-20とは	p. 4
まちだ自慢の目的、効果測定	p. 5
現在までの活動の振り返り	p. 6
町田市の現状・課題	p. 7
3つの推進戦略	p. 9
推進戦略1 皆が主役になるオールまちだの魅力創造と発信	p. 10
推進戦略2 「訪れるまち」「住むまち」「育むまち」としてのイメージ強化	p. 11
推進戦略3 市民の誇りに繋がる話題性あるイベントを開催	p. 16
活動スケジュール	p. 18

2016年度推進委員会・庁内検討会メンバー

- まちだシティプロモーション推進委員会
- 委員長 中山市太郎 (桜美林大学)
 - 委員 城孝明 (町田商工会議所)
 - 富岡秀行 (町田市商店会連合会)
 - 大川原久 (町田市町内会・自治会連合会)
 - 本多浩子 (町田市観光コンベンション協会)
 - 宮下徹 (町田市農業協同組合)
 - 前島正光 (NPO 法人顧問建築家機構)
 - 榎原高 (一般社団法人町田スポーツ振興センター)

- まちだシティプロモーション推進本部
- 本部長 谷博夫 (政策経営部広報担当部長)
 - 副本部長 市川常雄 (政策経営部長)
 - 本部長 持田勝正 (市民部市民協働推進担当部長)
 - 本部長 小池晃 (子ども生活部長)
 - 本部長 田後毅 (文化スポーツ振興部長)
 - 本部長 笠原道弘 (経済観光部長)
 - 本部長 宗田隆由 (都市づくり部長)
 - 本部長 吉川正志 (学校教育部長)

- まちだシティプロモーション作業部会
- 部員 小泉佳緒里 (政策経営部企画政策課)
 - 部員 高鳥美里 (市民部市民協働推進課)
 - 部員 平野民和 (市民部防災安全課)
 - 部員 清水稔雄 (文化スポーツ振興部文化振興課)
 - 部員 根岸良美 (文化スポーツ振興部スポーツ振興課)
 - 部員 本吉仁志 (子ども生活部子ども総務課)
 - 部員 田村充広 (子ども生活部保育・幼稚園課)
 - 部員 守屋佐衛子 (子ども生活部子育て推進課)

- 部員 柏川秀人 (子ども生活部児童青少年課)
- 部員 牛腸哲史 (経済観光部産業観光課)
- 部員 仲村茂 (都市づくり部都市政策課)
- 部員 戸田勝 (都市づくり部地区街づくり課)
- 部員 杉山寛 (都市づくり部公園緑地課)
- 部員 並木薫 (学校教育部教育総務課)
- 部員 本吉裕子 (学校教育部指導課)

まちだ自慢 推進計画 17-20

とは

まちだ自慢とは、市民と行政が協働し、町田市の魅力を創造し、市内・市外に向けて戦略的かつ継続的にアピールしていく取り組みです。

「まちだ自慢推進計画 17-20」は、2012年度に策定した「まちだシティプロモーション基本方針」に基づき、2013年度に定めた『「まちだ自慢」推進計画』による2014年度～2016年度の3年間の活動を踏まえた、2017年度～2020年度の具体的な活動計画です。この計画を市民と行政が共有し、町田市が有する「訪れるまち」「暮らすまち」「活動するまち」としての魅力はもちろんのこと、「町田市5ヵ年計画 17-21」（計画期間：2017年度～2021年度）の推進により生まれる新たな魅力を発信することで、市民からも、市外の方からも、選ばれ続けるまちになることを目指します。

「まちだ自慢推進計画 17-20」の策定にあたり、市内の団体や有識者による「まちだシティプロモーション推進委員会」（p.10参照）や、市役所内部による会議にて検討してきました。また、市内で学ぶ学生や、町田で子育てをしているママへのヒアリングも行い、そこでいただいた意見も参考にしています。

まちだシティプロモーション基本方針 (2012年度策定)

4つの基本方針

幅広い市民参加を 促す仕組みづくり

市民や事業者、団体、行政が協働する「オールまちだ体制」で推進します。

戦略的・継続的な 情報発信の積極展開

ターゲットやテーマに応じた最適な手法で、町田の魅力を発信していきます。

「町田らしさ」を 意識した 都市イメージの構築

町田ならではの地域資源を活用した「町田らしさ」のある魅力創造や情報発信を行います。

情報発信活動を効果的に 進めるための ロゴマークの活用

ロゴマークを市民・事業者・行政で活用し、一体的な情報発信を行います。

相互に連携する基本方針をベースにした具体的な活動計画

『まちだ自慢』推進計画 (2014年度～2016年度)

まちだシティプロモーション推進委員会による意見交換・検討



市役所内部による検討



町田で子育てをしているママからの意見収集



学生からの意見収集



まちだ自慢推進計画 17-20 (2017年度～2020年度)

まちだ自慢の目的、効果測定

市民が「愛着」「誇り」を持って住み続け、
市外の人が繰り返し訪れ、
いつか住みたいまちへ

人口減少社会において、まちの活力を保ち、行政サービスのレベルを維持し、誰にでも住みやすいまちを実現させていくためには、長期的な視点で世代間バランスの取れた人口を維持していく必要があります。そのためには、市民が町田市民であることを「誇り」に思い、「愛着」を持って住み続けるまちになること、市外の人から町田に「関心」を持ち、住みたいと「憧れ」、転入者が増加していくことが必要です。しかし、市民の「愛着」「誇り」や、市外の人からの「関心」「憧れ」は、すぐに高まるものではありません。長期的な視点の戦略を立て、活動を積み重ねていくことによって、徐々に育まれるものです。

「まちだ自慢推進計画 17-20」では、最終的な目標（長期目標）に向けた第二段階として、目標を以下のように設定します。

短期目標

『まちだ自慢』推進計画
(2014年度～2016年度)

中期目標

まちだ自慢推進計画 17-20
(2017年度～2020年度)

長期目標

次期まちだ自慢推進計画
(2021年度～)

● 市民

魅力の発見・再認識
市民発の情報発信強化

町田への愛着向上
おもてなし精神醸成

市民としての誇り・
住み続けたい意欲向上

市民が主役となり、魅力創造・発信の担い手となることで、町田への愛着を高め、市外からの来訪者へのおもてなしの気持ちを醸成していきます。

● 市外の人

※町田への転入が多い半径30km圏内

町田への関心喚起
町田への来訪促進

繰り返し来訪促進
町田ファン化

町田への憧れ醸成
定住促進

町田に繰り返し来てもらうことで、町田への愛着が生まれ、ファンになっていただきます。徐々に、訪れる場所から、住みたい場所として意識するようになることを目指します。

まちだ自慢における 効果測定

【中長期的な指標】

市民：愛着の数値、定住意欲の数値
市外：将来的な居住意欲

【短期的な指標】

広告換算金額（情報発信の成果を測定）

2013年度に策定した『まちだ自慢』推進計画』に基づき、2014年度～2016年度の3カ年に渡り、活動を実施してきました。

現在までの活動の振り返り

『まちだ自慢』推進計画の目標 (2014年度～2016年度)

市民

魅力の発見・再認識
市民発の情報発信強化

市外

町田への関心喚起
町田への来訪促進

推進戦略1 市民が主役になる仕組みをつくる

市民サポーターの組織化

2014年から300人以上の『まちだ自慢』サポーターが、まちだ自慢の担い手として、ワークショップや情報発信活動に参加しています。



まちだ自慢ミーティングの開催

町田の魅力を発見・再認識するワークショップを開催し、広報紙や、市外でのPRイベントで「まちだ自慢パネル」を展示することなどにより、町田の魅力を発信してきました。



推進戦略2 情報発信・魅力創造を強化する

『まちだ自慢』オフィシャルウェブサイト

『まちだ自慢』の事業を紹介するオフィシャルウェブサイトや、サポーター自らが発掘した市の魅力を発信する「ぐるたびまちだ自慢ページ」を開設しました。



ロゴマークの活用促進

『まちだ自慢』のシンボルとして、2013年度に作成したロゴマークを、市民や事業者等が横断的に活用してきました。



推進委員会の開催

市内の団体や有識者をメンバーとした推進委員会を開催し、『まちだ自慢』活動に関する情報共有や意見交換を行いました。



町田の魅力を戦略的情報発信

「祭り」「花・緑・公園」「子育て」を重点テーマに、町田の持つ多様な地域資源を、インターネット広告やブランドブックなど、ターゲットに届く最適な媒体を活用し、市内外に戦略的に情報発信してきました。



推進戦略3 話題性あるイベントを展開する

市民協働型の魅力発信イベントの開催

写真専門誌と共催した写真コンテストや、多摩都市モノレールの町田方面への延伸の気運醸成を目的としたギネス世界記録®など、市民参加イベントを開催しました。



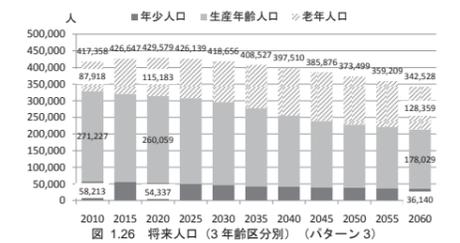
『まちだ自慢』サポーターや学生らが企画から参加したイベント「リアル宝探しin町田市」を開催し、市内外から約6600人の方に参加いただきました。



町田市の現状・課題

町田市の将来人口予測

全国的に少子高齢化が進行するなか、町田市においても2010年に市の総人口に占める老年人口(65歳以上)の割合が21%を超え、超高齢化社会に突入しました。2040年には生産年齢人口と非生産年齢人口との割合が5対4になると予測されています。
(出典：国立社会保障・人口問題研究所)

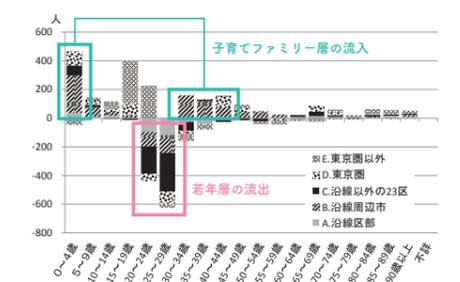


今後の強化ポイント

人口減少の速度を緩め、世代間のバランスを保つ

町田市の転出入状況

町田市は、30代～40代前半を中心に、鉄道沿線の周辺市をはじめとしたエリアから転入超過の傾向にあります。未就学児も同様の傾向にあることから、家族単位で引っ越して来ていることがわかります。一方で、就職・結婚・出産といった節目の時期にある若い世代の多くが、23区をはじめとした都市部に転出している傾向があります。



今後の強化ポイント

子育て時期に戻ってきてもらうために、20代までの間に愛着を醸成

参考：町田市に転入してきた子育て層が、町田市を選んだ理由

他市・区から町田市への転入経験があり、未就学児を持つ既婚女性を対象にしたグループインタビューの中で、次のような声があがりました。

- **町田市を選んだ理由**
「交通の便利さ」「商業施設の多さ」などの利便性。子育てがしやすいイメージ
- **住んでみて変わったイメージ**
地域住民の温かいコミュニケーションがある
- **いいところ、好きなどころ**
「自然環境」「地域コミュニティの充実」「子ども関連施設の充実」など

参考：市内に住んでいる子ども達から見た町田

子どもセンターに通う小学生～高校生にアンケートを実施(広報課調べ)

町田の好きなところ

栄えている／公園＆室内遊び場が多い／賑やかなところも静かな場所もある／海や都心に行きやすい／おいしいものが多い／買い物がしやすい／たくさんの世代が楽しめて便利

町田の嫌いなところ

無料で休憩できる場所が少ない／治安が悪い／映画館がない／人や車が多く疲れる／特に目立ってすごいものがない／道が狭い

大人になっても町田に住みたいか

住みたい理由
都会や観光地に行きやすい／親の近くに住みたい／栄えている
住みたくない理由
都会に住みたい／不便／治安が悪い／田舎に住みたい

町田で遊びに行く場所

町田駅前／公園／109／ブックオフ／シバヒロ／カラオケ／ゲームセンター／体育館／ラーメン屋／カフェ・飲食店／子どもセンター

町田市に関する意識調査

調査手法：インターネット調査／調査対象：20代～40代、男女
 居住地域：市内／市外（相模原市、海老名市、大和市、厚木市、八王子市、座間市）
 調査期間：2016年12月28日（水）～2017年1月4日（水）※（ ）内は2015年2月の調査

市内調査

「いいことふくらむまちだ」のロゴマークの認知率が上昇

- ロゴマークを見たことがある 37.2% (18.3%)
- ロゴマークを見たことがあるし、何のロゴか知っている 20.8% (11.2%)



町田市ロゴマーク
「いいことふくらむまちだ」

町田市に愛着を持つ市民は約6割、誇りを持つ市民は約3割。前回調査と同様の傾向

- 町田市というまちに対して愛着を持っている 63.6% (63.8%)
 - 町田市というまちに対して誇りを持っている 33.3% (34.6%)
- 【愛着を持つ理由】 住環境が良い／人とのつながり／長年住んでいる／自然が豊か／便利など
 【愛着がない理由】 いい思い出がない／交通が不便／他に住みたい場所があるなど
- 【誇りを持つ理由】 住みやすい／便利／都会と自然が融合している／知名度が高いなど
 【誇りがない理由】 治安が悪い／高齢化／都心から遠いなど

定住意欲がある市民は約8割と前回より微増。子育てしやすいと感じているのは約半数

- 今後も町田市に住み続けたい 80.8% (76.0%)
 - 町田市が子育てしやすいまちだと思う 67.2% (75.3%)
 - 町田市が子育てしやすいまちだと思う 51.6%
※子どものいる人のみ（前回調査なし）
- 【暮らしやすい理由】 交通の利便性／買い物が便利／子育てしやすい／自然が豊か／治安が良いなど
 【暮らしにくい理由】 治安が悪い／坂が多い／車がないと不便／病院が遠いなど
- 【子育てしやすい理由】 公園が多い／自然が多い／公共施設が充実／医療費補助が充実／塾が充実など
 【子育てしにくい理由】 保育園が不十分／小学校が遠い／治安が悪い／子育てママの交流が少ないなど

今後の強化ポイント

愛着・誇りを育む施策。暮らしやすさ、子育てしやすさなどの情報発信

市外調査

【訪問目的】

ショッピングやグルメが多い。自然豊かな場所も上昇している

ショッピング	83.4% (70.5%)
グルメ・飲食	55.8% (41.3%)
知人・友人と会うため	28.8% (30.4%)
公園・植物鑑賞など	
自然豊かな場所を訪問	20.2% (7.4%)

【施設の認知】

公園を中心に概ね上昇傾向

町田駅前の商業施設・繁華街	89.4% (83.7%)
リス園	68.5% (57.7%)
仲見世商店街	60.1% (52.2%)
薬師池	42.3% (30.8%)
ダリア園	37.3% (25.6%)
町田市立国際版画美術館	34.6% (28.2%)

【市のイメージ】

商業に加えて自然も上昇

飲食店が充実している	77.4% (67.9%)
買い物の利便性が高い	76.0% (76.0%)
交通の利便性が高い	72.1% (68.9%)
自然環境が充実	43.3% (27.2%)
文化・芸術が楽しめる	27.9% (15.7%)
治安が良い	20.7% (13.1%)

【来訪意欲】

前回調査より減少

- 町田市に行ってみたいと思う 67.1% (75.6%)
- 【行ってみたい理由】 買い物／食事／都心まで行かなくても楽しめる／公園／リス園など
 【行きたくない理由】 治安が悪そう／渋滞がひどい／子連れだと大変そう／若い人のまちなど

【将来的な居留意欲】

減少傾向。理由は、生活における利便性や治安が要因

- 今後、町田市に住んでみたいと思う 15.1% (26.9%)
- 【住んでみたい理由】 交通が便利／生活に便利／お店が多い／治安が良い／家賃が安い／静かなど
 【住みたくない理由】 治安が悪い・悪そう／渋滞／駅から離れると交通が不便など

今後の強化ポイント

「町田市らしさ」を意識した都市イメージの情報発信強化と、居留意欲につながる暮らしの情報発信

3つの推進戦略

まちだ自慢の長期目標である、市民が愛着や誇りを持って住み続け、市外の人（将来市民）が町田市への関心や憧れを持ち、いつか住んでみたいという意欲を高めていくために、2014年度～2016年度の活動を終えた現状を踏まえ、3つの推進戦略と活動計画を策定しました。

推進戦略 1

1

▶ P.10

皆が主役になるオールまちだの魅力創造と発信

- 【1-1】市民が主役となる魅力創造・発信
- 【1-2】シティプロモーション推進委員会の強化
- 【1-3】市民協働の充実

推進戦略 2

2

▶ P.11

「訪れるまち」「住むまち」「育むまち」としてのイメージ強化

- 【2-1】地域資源への来訪促進に関する魅力創造・発信
- 【2-2】子育て・暮らしに関する魅力創造・発信
- 【2-3】文化・スポーツに関する魅力創造・発信

推進戦略 3

3

▶ P.16

市民の誇りに繋がる話題性あるイベントを開催

- 【3-1】市制60周年からの3ヵ年事業
- 【3-2】ラグビーワールドカップ2019に関する事業
- 【3-3】東京2020オリンピック・パラリンピック等に関する事業

本推進計画期間の主な出来事・事業

ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピックといった国際大会が開催されるほか、南町田駅周辺地区などの都市整備、町田薬師池公園四季彩の杜をはじめとする公園整備など、ソフト・ハード両面において、都市の魅力を高める出来事・事業が予定されています。

2018年2月	市制60周年
2019年度	ラグビーワールドカップ2019 町田薬師池公園四季彩の杜 整備完了 芹ヶ谷公園芸術の杜 整備完了
2020年度	東京2020オリンピック・パラリンピック 南町田周辺地区拠点整備完了

皆が主役になるオールまちでの魅力創造と発信

まちだ自慢は行政だけが行うのではなく、市民、事業者、団体などと協働で進める魅力創造・情報発信活動です。市民が愛着と誇りを持って住み続け、市外にその魅力を発信していくため、市民や団体が主体的に地域の魅力づくりなどの活動を行い、その情報を市内外に発信する仕組みを構築していきます。

活動計画

【1-1】 市民が主役となる 魅力創造・発信

市制60周年となる2018年からの3カ年を「未来を見据えた3年」と位置付け、「地域の魅力発掘、向上」、「地域の賑わいづくり」、「人のつながりづくり」などに主体的に取り組む市民（地域、大学、NPO等団体、事業者を含む）を支援します。そして、市内の様々な地域で展開される取り組みの様子や盛り上がりの様子を継続的に市内外に情報発信します。

【1-2】 シティプロモーション 推進委員会の強化

シティプロモーションの活動に関係する団体から構成されるシティプロモーション推進委員会が、まちだ自慢の実行主体となるよう、委員の役割や構成を見直すことにより、情報発信力の強化を行い、各団体が担い手となった新たな魅力創造や情報発信の推進を展開します。

【1-3】 市民協働の充実



● 観光案内ボランティアの拡充

地域の歴史、自然、文化などの魅力を来訪者に伝えていくため、観光案内ボランティアを育成していきます。（経済観光部）

● 地区の魅力創造を加速する市民協働の推進

地域の様々な課題の解決を目指して地域で活動する団体や、地区協議会の活動を支援することで、市民と行政が協働したまちづくり、及びそこから生み出される魅力の発信を推進します。（市民協働推進課）

● 子どもの「まちづくり」への参画

町田市の将来を担う子どもたちが主体的に「まちづくり」に参画し、意見を反映できる仕組みを作っていきます。（子ども生活部）

「訪れるまち」「住むまち」「育むまち」 としてのイメージ強化

町田市は、都心部や周辺地域へのアクセスに優れた地理的な利点があり、利便性の高い中心市街地と、自然あふれる郊外が共存したまちです。また、子育てに関する優れた環境や取り組みもあります。市民が誇りを持って住み続け、市外の人から何度でも訪れたい、いつか暮らしてみたいと憧れられるまちになるために、「訪れるまち」「住むまち」「育むまち」としての魅力をもっと高めていきます。

活動計画

【2-1】 地域資源への 来訪促進に関する 魅力創造・発信

● 中心市街地の賑わい創出と情報発信

市外調査によると、町田市への来訪動機としてショッピングやグルメが多く、賑わいのある中心市街地は、市外の人にとっても魅力の一つとなっています。中心市街地がこれからも賑わいや交流であふれ、楽しい時間や新しいことが生まれ続けるようなまちとなっていく取り組みを進めるとともに、様々な情報を市内外に積極的に発信していきます。（経済観光部、都市づくり部）



● 新たな暮らしの拠点となる駅周辺のまちづくり推進と情報発信

官民が一体となったまちづくり事業である南町田駅前周辺エリアの開発をはじめ、鶴川駅、相原駅周辺でまちづくりを推進すると共に、その魅力を発信していきます。（都市づくり部）



● 自然・スポーツ・文化を楽しめる公園の魅力向上と情報発信

豊かな自然環境は、市民の愛着や誇りにつながり、市外からの来訪動機でもあります。特に子育て層にとっては、住み、育てるまちを選ぶ際の、大きな魅力要素です。四季折々の花や庭園が楽しめ、認知度も高いリス園を中心とした「町田薬師池公園四季彩の杜」、自然の中でスポーツを楽しめる「野津田公園スポーツの森」、中心市街地との回遊性に優れ、日本有数の芸術作品に触れ合える「芹ヶ谷公園芸術の杜」等の情報発信を強化していくことで、観光拠点としての魅力を高めていきます。（都市づくり部）



● 祭やイベントへの参加者を増やす情報発信

「町田さくらまつり」「フェスタまちだ」「町田時代祭り」「キラリ☆まちだ祭」や、「町田シバヒロ」でのイベントなど多数の催しがあります。これらに参加することは、まちへの愛着につながり、子どもにとっては、大人になった時に町田を思い出すきっかけにもなります。祭やイベントなどへの参加者を増やす情報発信を更に強化していきます。（経済観光部）



● 観光PR活動の強化や、映画・ドラマの撮影誘致

来訪者を増やすため、駅などで観光PRを展開します。映画・ドラマの撮影支援も行い、ロケ地巡りなどの来訪動機を創出していきます。（経済観光部）

【2-2】

子育て・暮らしに関する 魅力創造・発信



● 子育てファミリー層に向けた情報発信

町田市は、2020年をピークに人口が減少することや、生産年齢人口の割合が低下し、老年人口の割合がさらに上昇していくが見込まれています（p.7）。そのような状況において、まちの持続的な発展のためには、若年層の定住意欲の促進が欠かせません。子育てファミリー層から選ばれるまちを目指し、町田における多様な子育て生活がイメージできるよう、戦略的な情報発信を行っていきます。

● 良好な子育て・教育環境等、 子育てしやすいまちというイメージの浸透

町田市には、子育てに適した豊かな自然環境や緑豊かな公園があります。また、子どもが冒険・挑戦・体験を全身で体感できる「冒険遊び場」や、乳幼児から18歳までとその保護者を対象とした施設「子どもセンター」の充実、子ども達が家に帰らなくても参加できる、地域が支える遊びや学びの場として新たな「まちとも」も一部で始まりました。2017年秋には、市内広域の待機児童解消を目指し、利便性の高い町田駅に設置する送迎保育ステーションから保育所や認定こども園に送迎を行う事業を開始する予定です。このような、子育てしやすいまち、教育環境が充実したまちという魅力を、子育てファミリー層を中心に戦略的に情報発信をすることで、市民には町田で良かったと誇りを持ってもらい、市外からの転入を促進していきます。（子ども生活部）

● 教育機関と連携した情報発信

町田市には、9つの大学・キャンパスがあるほか、専門学校なども多数立地しています。市の魅力を研究材料としている教育機関や学生と連携し、協働で魅力発見や情報発信を行っていきます。

● 「治安が良いまち」というイメージの浸透

犯罪認知件数が減少している一方で、市外調査によると、市外からの町田市の治安に関するイメージはあまり良くありません。生活の基本となり、出かける場所としても重要な要素となる「治安が良いまち」であるイメージを浸透させるため、市や警察、商店会・自治会、事業者、教育機関が協働し継続的なパトロールなどの取り組みを行うとともに、犯罪認知件数の減少のデータや、治安改善に取り組む人に焦点を当てた情報発信を強化することで、治安の良い住みやすいまちであることを伝えます。（市民部）

【2-3】

文化・スポーツに関する 魅力創造・発信



● スポーツのまちというイメージの浸透

町田市には、市に本拠地を置くホームタウンチームとして、サッカーの「FC町田ゼルビア」、フットサルの「ASVベスカドーラ町田」、ラグビーの「キヤノンイーグルス」があります。また、町田市にゆかりのあるアスリートがいるほか、全国や世界レベルで活躍する学生チームもあります。地域のアスリートやスポーツチームの活躍は、市民にとっての誇りとなり、対外的な町田市のイメージ向上にも寄与します。また、スポーツチームやトップレベルの選手の存在は、子どもたちの憧れになると共に、スポーツを通じた交流は、貴重な成長機会にもなります。このようなスポーツチームや、アスリートと連携した取り組みの機会を更に増やしていくとともに、市の魅力のひとつとして情報発信を強化し、スポーツのまちというイメージの浸透を図ります。（文化スポーツ振興部）

● 文化・芸術が盛んなまちという情報発信

町田市には、「国際版画美術館」「文学館」をはじめとする施設や、民間の劇団、町田市にゆかりのあるアーティストなど、文化・芸術を楽しめる多様な地域資源があります。さらに、市制60周年やスポーツの国際大会開催などを契機に展示会の開催なども予定しています。市民が文化・芸術に触れる機会を増やし、市外からの来訪目的ともなる文化・芸術に関する魅力を戦略的に情報発信していくことで、文化・芸術が盛んなまちとしてのイメージを確立していきます。（文化スポーツ振興部）



「オールまちだ」での推進とそれぞれの役割

まちだ自慢は、市民、事業者、団体、行政が連携し、「オールまちだ」で取り組んでいく、魅力創造・発信活動です。それぞれが役割を持って推進することで、市の魅力を高めていきます。



市民

〈具体的な活動例〉

- 町田の隠れた魅力を探したり、体験した上で、口コミや SNS などを通じて発信する。
- 地域ごとの魅力創造・発信事業や、観光案内ボランティアなどに積極的に参加し、活動する。
- 市内の公園や文化施設などを訪れたり、イベントや祭、ホームタウンチームの試合観戦などに参加し、楽しかった体験を口コミや SNS で情報発信する。
- 町田市産の農畜産物を購入したり、それらを使った飲食店を利用し、その魅力を口コミや SNS など情報発信する。
- 自身の活動などで「いいことふくらむまちだ」のロゴマークを使う。



団体

団体例：町田商工会議所、町田市観光コンベンション協会、町田市商店会連合会、町田市町内会・自治会連合会、町田市農業協同組合、スポーツ団体、まちづくり団体、ホームタウンチーム、NPO、大学や専門学校等の教育機関など

〈具体的な活動例〉

- それぞれの活動領域の中で、町田の魅力を高め、発信する取組みを行う。
- 他の団体と情報共有を行い、お互いが連携して魅力創造や情報発信の機会を増やす。
例：事業やイベントを一緒に企画する／イベントで他の団体の冊子を配るなど
- 職員や選手、学生などに、市内のイベントなどへの積極的な参加を働きかける。



事業者

〈具体的な活動例〉

- それぞれの事業領域の中で、町田の魅力を高め、発信する取組みを行う。
例：地元の野菜を使った料理を提供する／市が作る情報冊子を配布するなど
- 「いいことふくらむまちだ」のロゴマークを事業の中で積極的に活用し、情報発信を行う。
例：ロゴマークを名刺に入れる／バッジなどのグッズを作って身につけるなど
- 市内のイベントなどに協力し、ノウハウの提供や、社員に積極的な参加を働きかける。

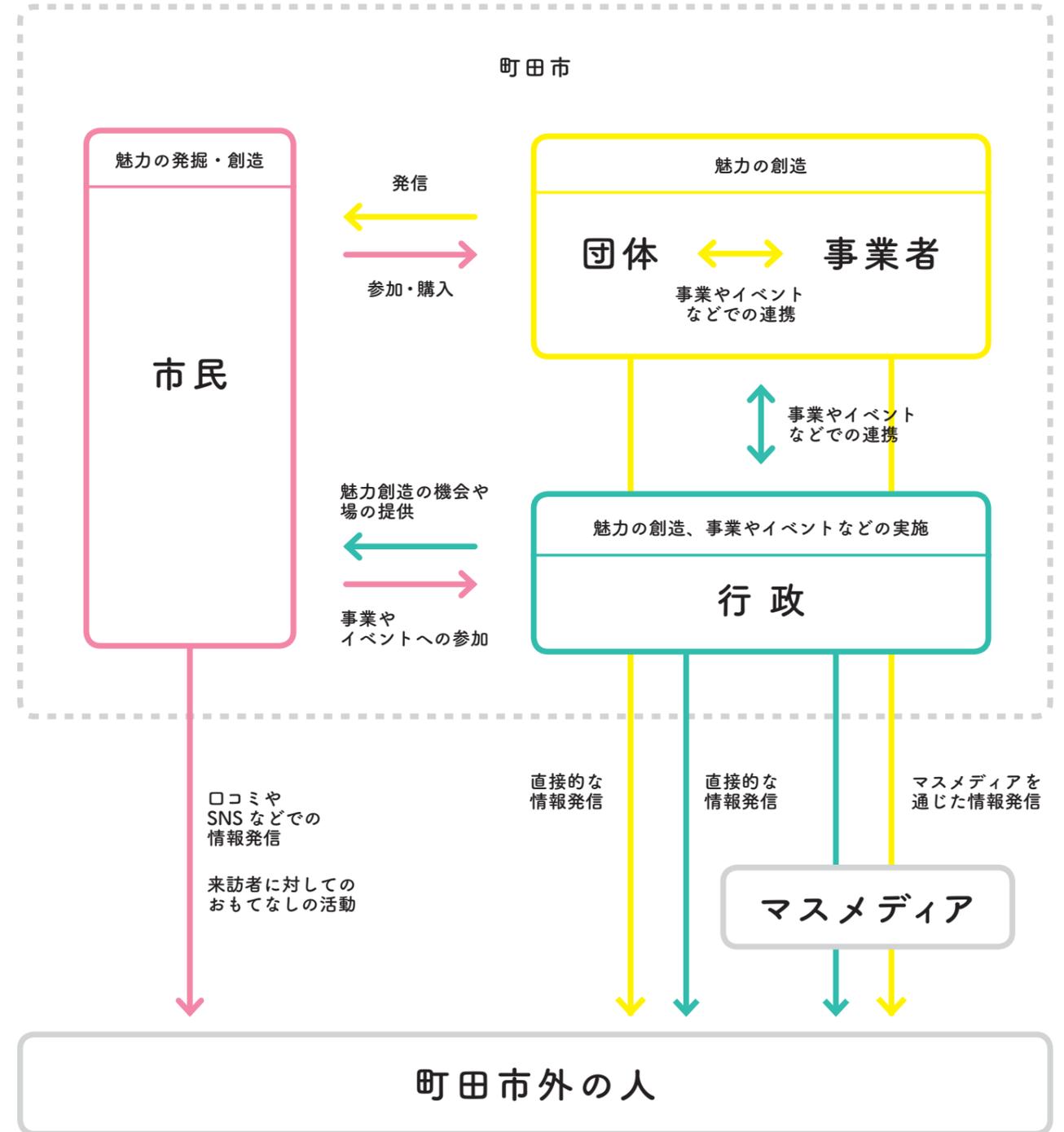


行政

〈具体的な活動例〉

- 市民協働型で町田の魅力を創造し、情報発信する機会や場をつくる。
- 様々な部局が横断的に連携し、市内外に向けた情報発信の機会を増やす。
- 情報を伝えたいターゲットと、伝えるテーマを明確にした戦略的な情報発信を行う。
- それぞれの事業について、積極的にマスメディアに情報提供する。
- 各事業のなかで、「いいことふくらむまちだ」のロゴマークを積極的に活用する。

魅力創造・発信の全体図



市民の誇りに繋がる 話題性あるイベントを開催

「まちだ自慢推進計画 17-20」の計画期間中である 2018 年 2 月に、町田市は市制 60 周年を迎えます。また、「ラグビーワールドカップ 2019」、「東京 2020 オリンピック・パラリンピック」と、国際的な大会の開催も控えています。これらを、町田市全体の魅力を更に高め、発信していく契機と捉え、未来の資産につながる事業を推進します。

活動計画

【3-1】 市制 60 周年からの 3 ヶ年事業

- 市民が主体となって取り組む様々な活動を支え、市民の盛り上がりを市内外に発信（再掲）
市制 60 周年となる 2018 年からの 3 ヶ年を「未来を見据えた 3 年」と位置付け、「地域の魅力発掘、向上」、「地域の賑わいづくり」、「人のつながりづくり」などに主体的に取り組む市民（地域、大学、NPO 等団体、事業者を含む）を支援します。そして、市内の様々な地域で展開される取り組みの様子や盛り上げの様子を継続的に市内外に情報発信します。（政策経営部）

【3-2】 ラグビーワールドカップ 2019 に関する事業

- ラグビーワールドカップ 2019 に関する取り組みと発信
町田市は、「ラグビーワールドカップ 2019」のキャンプ地招致活動を行っています。世界のトップ選手との交流機会は、子どもたちの憧れになるとともに市民のまちへの愛着・誇りにつながるため、本大会に関連する取り組みを進めると共に情報発信を展開します。（文化スポーツ振興部）

【3-3】 東京 2020 オリンピック・ パラリンピック等に関する事業



● 東京 2020 オリンピック・パラリンピック等 国際大会を契機にした取り組みと情報発信

国際大会に出場するナショナルチームのキャンプ地招致を目指し、海外アスリートとの交流を深めるイベント等を開催する事により、子ども達に夢を与えると同時に、大会を契機に、市民・産業・教育機関・行政が一体となったオール町田で文化、スポーツ、経済、観光等の他分野の振興と気運醸成に、取り組みます。（文化スポーツ振興部）

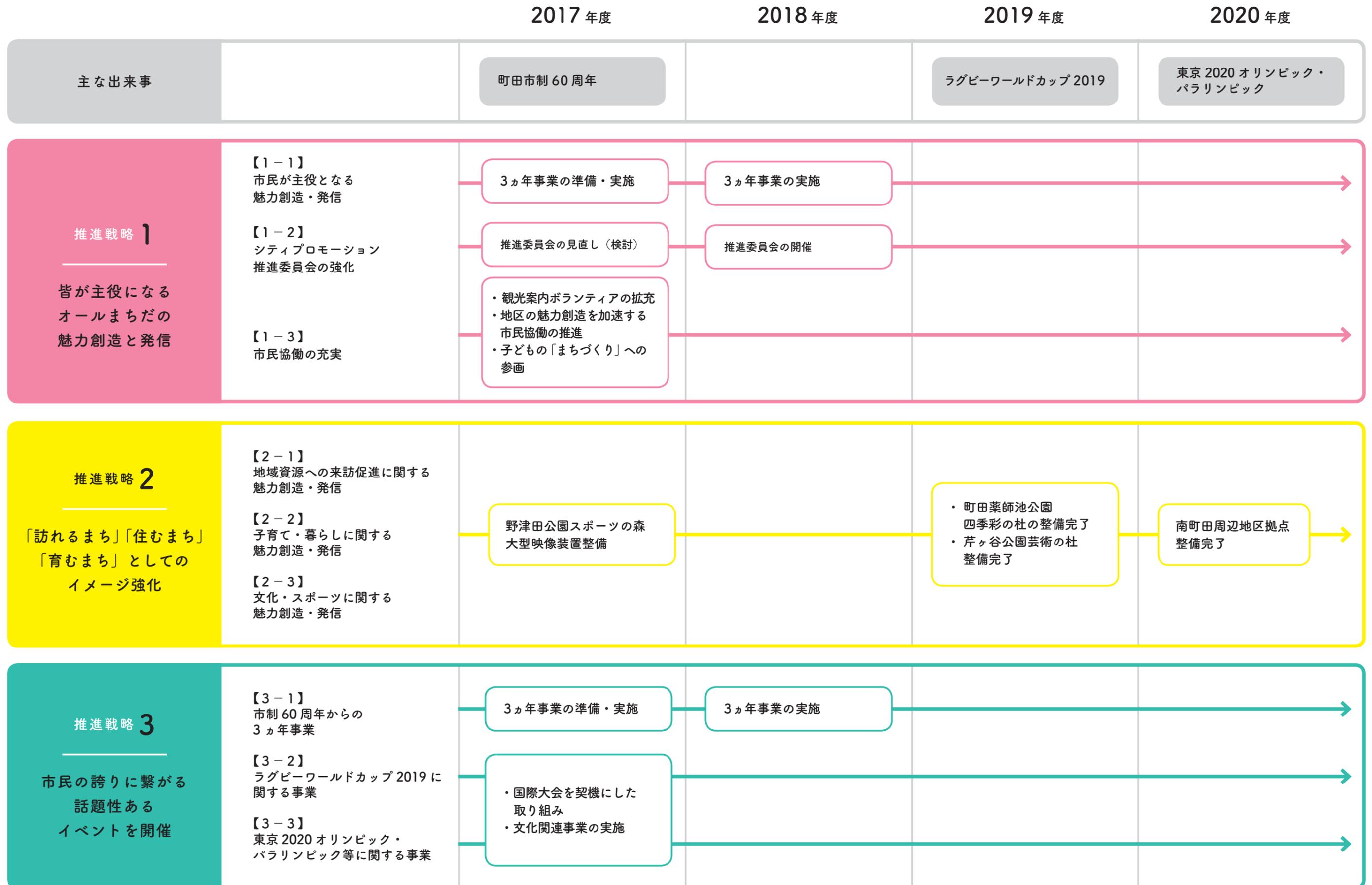
● 東京 2020 オリンピック・パラリンピックの 気運を盛り上げる文化関連事業の実施

大会を契機として、美術館・博物館など、町田市の豊富な文化芸術施設を最大限に活かした取り組みを行うことで、文化芸術のまちづくりを推進します。（文化スポーツ振興部）



右より
鹿沼由理恵選手（タンデム/リオパラリンピック 2 位）、
大迫傑選手（男子 1 万 m/リオオリンピック 17 位）

活動スケジュール



町田市ロゴマーク『いいことふくらむまちだ』

『まちだ自慢』のシンボルとして、市民の方や事業者など、誰でも活用できるロゴマークです。市や関係団体が活用していくとともに、幅広い市民や事業者などの積極的な活用を促進します。

ロゴマークコンセプト

町田の「ひと×まち」のエネルギーが成長して、未来への可能性・期待感がどんどんふくらんでいく様子、そして町田市民の満足や期待感がふくらんでいく様子を表しています。



まちだ自慢推進計画 17-20

2017年3月発行

発行者：町田市 〒194-8520 東京都町田市森野2-2-22 TEL：042-722-3111

編集・印刷：株式会社オズマピーアール デザイン：株式会社 Vision Design 刊行物番号：16-118

この冊子は再生紙を使用しています。