

まちだシティプロモーション 基本計画22-26



町田市
MACHIDA City



まちだシティプロモーション基本計画22-26

目次

第1章 計画の概要	3
1 策定の趣旨	3
2 計画の位置づけ	4
3 計画期間	6
第2章 シティプロモーションを取り巻く状況	7
1 シティプロモーションを取り巻く環境変化	7
2 町田市のシティプロモーションの現状・課題	8
第3章 「市内外から選ばれ続けるまち」の実現に向けた取り組み	9
1 3つの戦略	9
戦略1 町田の魅力をみんなで発信	10
戦略2 町田の暮らしへの共感獲得	12
戦略3 一人ひとりが広報マン	13
2 役割と全体イメージ	14

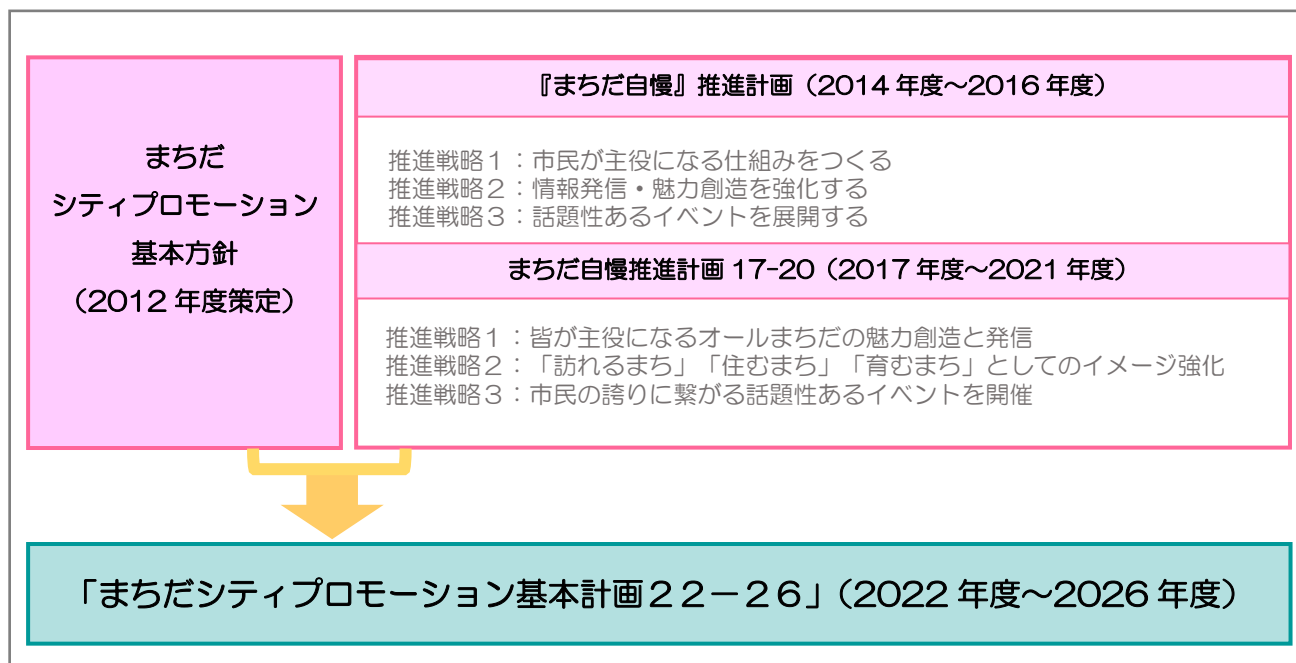
第1章 計画の概要

1 策定の趣旨

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、「まちだシティプロモーション基本方針」を2012年度に策定しました。また、2013年度には、この方針の活動計画である「『まちだ自慢』推進計画」を、2016年度には「まちだ自慢推進計画 17-20」を策定し、市民や団体、事業者、行政が連携して、シティプロモーション^{*1}に取り組んできました。

町田市が、市内外の人にとって「住みたい」「住み続けたい」「学びたい」「働きたい」「買い物や遊びに訪れたい」「育てたい」という“選ばれるまち”となるためには、より戦略的にシティプロモーションを進めていくことが重要です。市民の心の中に町田市への「愛着」「誇り」が生まれることで「住み続けたい」という気持ちを育み、市外の方には町田市に「関心」を持ってもらうことで、いつか住みたい「憧れ」のまちとなるよう、今後も魅力を発信し続けていく必要があります。

新たに策定する「まちだシティプロモーション基本計画 22-26」（以下、本計画）は、これまで取り組んできた8年間の活動で得られた成果を踏まえるとともに、市民、事業者、有識者など、さまざまな立場の方からの幅広い意見を基に策定しました。本計画は、町田市におけるシティプロモーションの基本的な考え方や方向性、今後の取り組みを示すものです。



^{*1} シティプロモーション：市民の「愛着」「誇り」、市外居住者からの「関心」「憧れ」を醸成することを目的に町田市の魅力を市内外に伝える広報活動

2 計画の位置づけ

町田市基本構想・基本計画「まちだ未来づくりビジョン2040」で掲げる「2040 なりたい未来」は、3つの「なりたいまちの姿」と「行政経営の姿」で構成されています。

「なりたいまちの姿」を実現させるために何を目標にどのようにまちづくりを進めるかを体系的に示したものが「まちづくり基本目標」であり、「まちづくり基本目標」を実現するために必要な行政経営の手法と資源を示したものが「経営基本方針」です。

本計画は、「まちづくり基本目標」の政策3「自分らしい場所・時間を持てるまちになる」の施策 3-2「町田ならではの地域資源をいかす」に位置付けられており、「経営基本方針」の基本方針1「共創で新たな価値を創造する」に示す視点をもってシティプロモーションを推進するものです。

2040年の町田市のイメージ「2040 になりたい未来」

基本構想

なりたいまちの姿①
ここでの成長が
カタチになるまち

なりたいまちの姿②
わたしの“ココチよさ”がか
なうまち

なりたいまちの姿③
誰もがホッと
できるまち

行政経営の姿
みんなの“なりたい”
がかなうまち

まちづくりの方向性①
子どもと共に成長し、
幸せを感じることができる

まちづくりの方向性②
ちょっといい環境の中で、
ちょっといい暮らしが
できる

まちづくりの方向性③
人と人がつながりながら、
多様な価値を尊重し合う
ことができる

行政経営の方向性
多様な主体と共に、
町田らしい公共サービス
を展開していく

まちづくり基本目標

経営基本方針

政
策
1

政
策
2

政
策
3

政
策
4

政
策
5

政
策
6

政
策
7

政
策
8

政
策
9

方
針
1

方
針
2

方
針
3

政策 3 自分らしい場所・時間を持てるまちになる

都市と自然が共存する町田市は、それぞれの思い描くライフスタイルを実現できるまちです。仕事でも遊びでも、自分らしくいられる場所や時間を持てることは、暮らしの質を向上させます。働き盛りの世代をはじめ、町田市で活動する人たちが充実した日々を過ごせるよう、多様な働き方に適した環境づくりや、地域資源の魅力向上・情報発信などを行っていきます。

「政策実現によってなりたい姿」

様々な活動が生まれ、活気と魅力があふれる町田市のことを誰もが好きになっています。

基本方針 1 共創で新たな価値を創造する

多様な主体との連携を推進することにより、地域の活性化やまちづくりを効果的に推進します。また、情報の発信と共有を積極的に行うとともに、市民ニーズを的確に把握し、市民の声を施策へ反映します。市民の理解と共感を得ながら、共にまちづくりに挑戦する「共創のまちづくり」を進めます。

基本計画

施策 3-2 町田ならではの地域資源をいかす

「施策実現によってなりたい姿」

子育て・教育や経済・観光、スポーツ・生涯学習、地域活動等のまちの魅力が、「町田ならではの地域資源」として認識されています。

メディアやロチコミ、WEB（SNS）等を通して発信されることにより、市内の方の交流が生まれ、町田に対する市民の誇り・愛着及び、市外の方の関心・憧れが育まれています。

「なりたい姿の実現に向けた施策推進の方向」

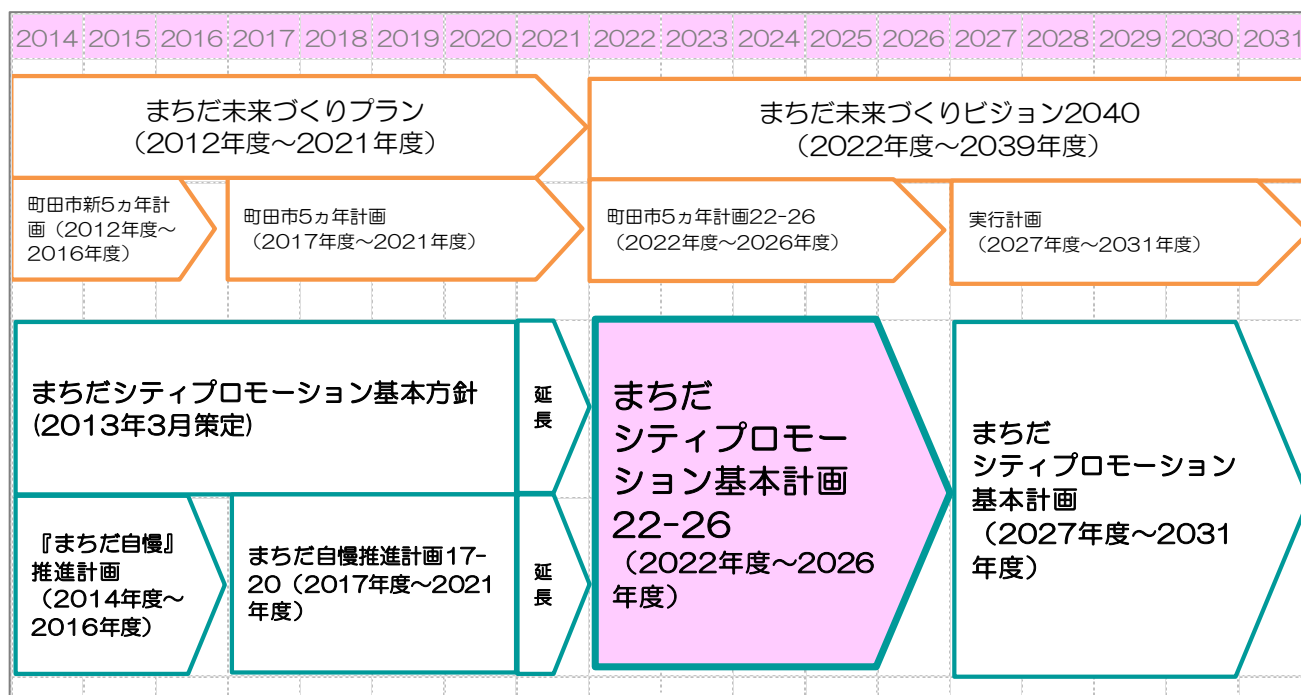
- ①シティプロモーションの推進
- ②観光まちづくりの推進
- ③身近に農のあるまちづくり
- ④里山環境の活用と保全

めざす姿の実現に向けた改革項目

- 1-1
情報発信の双方向性を高める
- 1-2
行政サービスのデジタル化を推進する
- 1-3
多様な主体との協力体制を強化する

3 計画期間

本計画の計画期間は、「まちだ未来づくりビジョン2040」の実行計画である「町田市5カ年計画 22-26」の期間と同じく 2022 年度～2026 年度の5 年間とします。



第2章 シティプロモーションを取り巻く状況

1 シティプロモーションを取り巻く環境変化

人口減少社会においては、生産年齢人口の減少傾向がより一層進行すると予測されています。そのような状況の中で、行政サービスを維持し、都市を発展させていくためには、まちの活力を保つことが重要となってきます。

まちの活力とは、単に定住人口を指すのではなく、そのまちを「おすすめしたい」「地域活動に参加したい」という想いをもち、将来にわたってまちの活力となる「まちの担い手」も含まれます。

まちの活力を維持するため、「まちの担い手」の創出を含め、シティプロモーションでは、「住む」「学ぶ」「働く」「買う」「遊ぶ」「育てる」といった、あらゆる分野で“選ばれるまち”になるよう、より戦略的に“魅力的なまち”であることをアピールしていく必要があります。

まちの魅力をアピールするには、まず、伝えたい相手（対象者・ターゲット）についての分析が必要です。これまでは、年齢や性別、子どもの有無といった人口統計学上の特徴を基に、最適だと思われるメディアを活用し、宣伝や広告を行うことが一般的でした。

しかし、価値観やライフスタイルの多様化により、同じ性別の同じ年齢であっても、週末をのんびりすごしたい人と活動的に過ごしたい人で、雑誌やSNSから得たい情報が異なることなどから、人口統計学を基にしたマーケティング・ターゲティングだけでは十分と言えなくなってきました。伝えたい相手の興味や関心事を分析し、その人が共感を抱くようなストーリー（内容）を、その人が良く利用する媒体を活用して伝えることが重要です。

近年、情報の入手手段や発信手段も大きく変化しています。スマートフォンの普及により、いつでもどこでもインターネットにアクセスすることが可能となり、欲しい情報を欲しい時に入手できるようになりました。また、情報発信についても、メディアが一方向的に発信するだけでなく、これまで情報を受けとる立場だった人もSNS等を利用して、自ら情報を発信するようになってきています。

また、膨大な情報が流通する社会では、情報に対する人の受け取り方も変化してきており、宣伝や広告ではなく、サービス等を体験した第三者のクチコミによって、その情報の信頼度を確認し、共感する情報を他者へ共有・拡散する傾向にあります。

2 町田市のシティプロモーションの現状・課題

■町田市に住む若い世代の市外への転出

町田市は14歳未満の転入超過者数が全国でも上位で推移しています。一方で、大学卒業や就職を機に多くの方が市外に転出しています。今後は、特に若い世代において、町田市に「住みたい」「住み続けたい」と考える人を増やすため、これまで以上にシティプロモーションを強化していく必要があります。

■まちに関わる人による「まちの魅力」の発信

これまで実施してきた「まちだ自慢サポーター」や「まちだ〇ごと大作戦 18-20」によって、市民自らの想いや言葉で、まちの魅力を発信する機運が高まってきています。こうした流れが途切れないよう、クチコミやSNS等を活用した魅力発信の機会や場の創出が必要です。また、行政と団体、事業者が情報を共有し、市内外に広く情報を発信するために、互いに連携していく必要があります。

■効果的・継続的な情報発信

これまでの活動では、メディアプロモート^{※2}やイベント、PR冊子・動画の制作等に取り組み、認知や関心を獲得することを目指してきました。今後は認知・関心を高めつつも、「町田での暮らし」に共感する人を増やし、来訪・定住といった行動につながるよう、効果的・継続的なプロモーションを展開していく必要があります。

■行政の広報力の強化

WEBサイト・SNS等で情報を収集する人が増えてきています。行政による既存の広報手段に限らず、伝えたい相手に効果的に届ける媒体・方法を検討する必要があります。

また、行政において、各事業の推進で生まれる魅力を、プロモーションの視点をもって関連事業や親和性のある内容とつなぎあわせて効果的に情報発信していく必要があります。

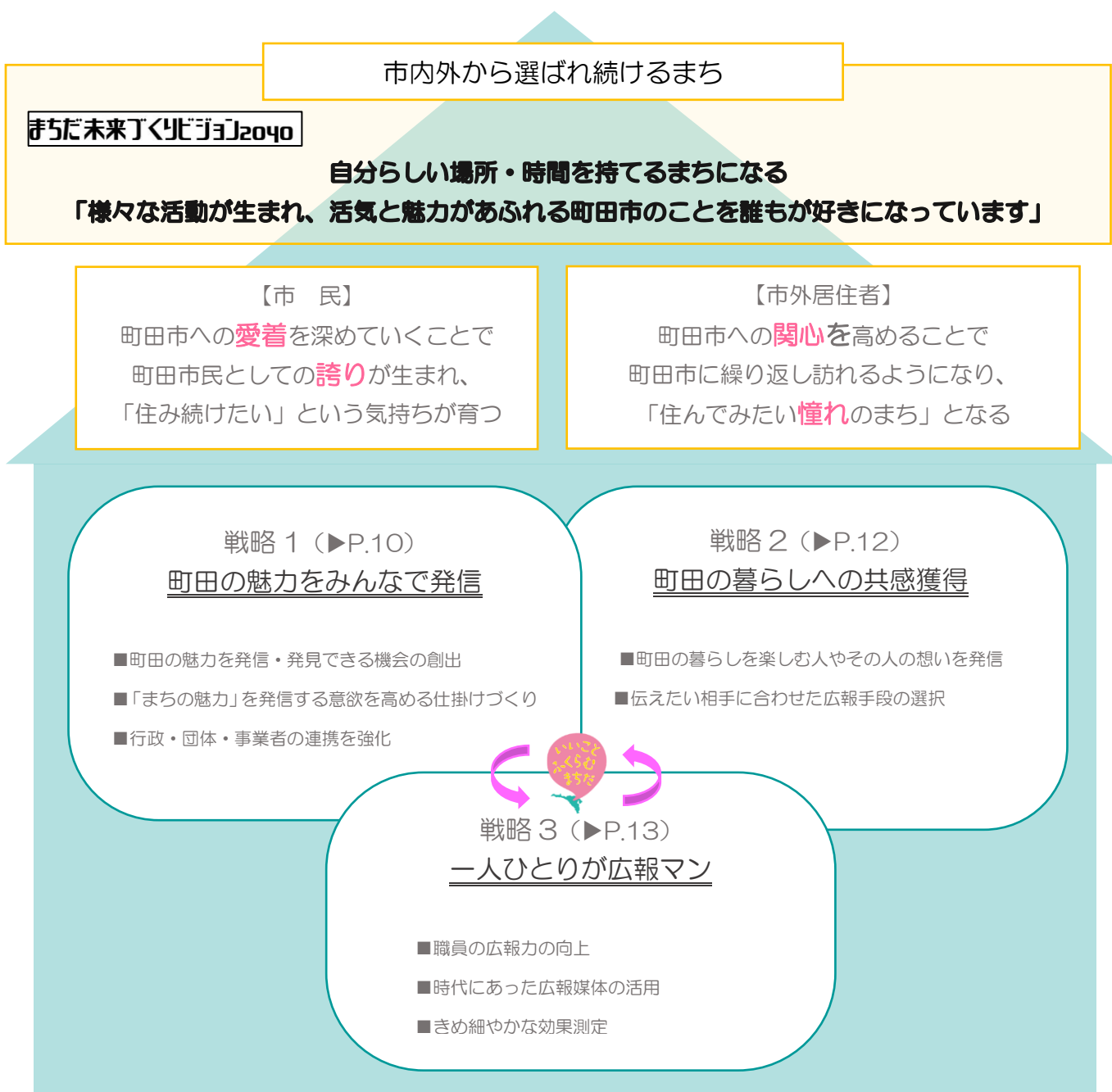
^{※2} メディアプロモート：テレビ・新聞・雑誌・WEB媒体等に、自社の事業やサービス等を取り上げてもらうための営業活動

第3章 「市内外から選ばれ続けるまち」の実現に向けた取り組み

1 3つの戦略

シティプロモーションを取り巻く環境変化や、町田市のシティプロモーションの現状・課題を踏まえ、3つの戦略を設定しました。

市民が「愛着」や「誇り」を持って住み続け、市外の人々が町田市への「関心」「憧れ」を抱き、いつか住んでみたいという意欲を高めることで、「市内外から選ばれ続けるまち」を実現し、ひいては「まちだ未来づくりビジョン2040」の政策3「自分らしい場所・時間を持てるまちになる」の実現を目指します。



戦略1 町田の魅力をみんなが発信

戦略1では、町田市の魅力を「発信・発見できる機会」の創出とともに、「誰かに伝えたい気持ち」を盛り上げます。

町田市の魅力を発信・発見しやすい機会ができると、発信する行為が新たな魅力発見や、再認識につながり、市に対する「愛着」が深まっていくと考えられます。また、発信する機会の増加や、発信者同士あるいは情報の受け手とのコミュニケーションが生まれることは、「もっと発信したい」「自分も発信してみたい」という意欲にもつながります。

さらに、発信された魅力に触れた人々は、町田市への「関心」が高まります。そして、「関心」が多くの人から集まることは、市民にとっては「誇り」に、市外の人にとっては「憧れ」へと変化していくと考えられます。

町田市の魅力を、行政、市民、団体、事業者等といったオール町田で発信することで、「住みたい、住み続けたい」と選ばれ続けるまちになることを目指します。

■町田の魅力を発信・発見できる機会の創出

町田に関わる誰もが、町田の魅力を発信・発見できるよう、プラットフォーム（WEBサイトやSNS、#〔ハッシュタグ〕の活用等）を構築・運用します。

■「まちの魅力」を発信する意欲を高める仕掛けづくり

実際に町田で暮らし、学び、働く人が、継続して「町田市のことをおすすめしたくなる」仕掛けを作り、まちの魅力を「伝えたい気持ち」を高めていきます。

■行政・団体・事業者の連携を強化

行政・団体・事業者が「まちの情報」を共有し、連携するとともに、それぞれの広報媒体を活用して、町田市の魅力を市内外に広く発信していきます。

町田の魅力を効果的に発信するシンボル 「いいことふくらむまちだ」

町田市の活気や魅力を市内外に効果的に発信するシンボルとして、ロゴマーク「いいことふくらむまちだ」を広く活用していきます。

「いいことふくらむまちだ」は、シティプロモーションを効果的に推進していくため、市民の求心力となり、市外へのアピール力があるシンボルとして 2013 年度に作成しました。「住めば住むほど いいことふくらむまちだ」のように、誰でも自由にロゴマークの上部に好きな言葉を入れて使用することができます。これまでのシティプロモーションでは、行政だけでなく市民や関係団体、事業者の活用が広がるよう、認知向上や利用促進に向けた活用に取り組んできました。

今後も、町田市に関わる人々に「あなたにとって『いいことふくらむまちだ』の魅力は何か」を問い続け、多くの人が町田市の魅力に目を向け、発信したくなる機会を創出します。

また人々が発信した「いいことふくらむまちだ」の魅力を集め、町田市の独自性や優位性を磨き上げ、より強く市内外に発信していきます。

■ロゴマークコンセプト

まちだの「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充実感がふくらんでいる様子を表しています。



<ロゴマークの使い方>

ロゴマークの上部に好きな言葉を入れて、オリジナルのロゴマークを作って積極的に使っていきましょう。

例



戦略2 町田の暮らしへの共感獲得

戦略2では、町田市での暮らしを楽しむ人の想いや言葉にフォーカスして、届けたい相手に合わせてメディアを選択し、効果的な情報発信を行います。

仕事でも遊びでも、自分らしくいられる場所や時間を持ち、充実した「町田の暮らし」を楽しむ人の様子やその人の想いを伝えることは、同時に町田市の「空気」や「雰囲気」を魅力的に伝えることにつながります。

実際に「住む」「学ぶ」「働く」「買う」「遊ぶ」「育てる」といった町田市での暮らしを楽しむ人の言葉で情報発信を行い、より多くの人々が「興味」「関心」を抱き、詳しい情報を「検索したい」と感じてもらい「共感」を獲得し、最終的には町田市を「訪れる」人や、「住む（住み続ける）」人を増やします。

■町田の暮らしを楽しむ人やその人の想いを発信

「町田市を訪れたら、住んだら、どんなことができるのか」を具体的にイメージできるよう、実際に「町田の暮らし」を楽しむ人の想いを紹介し、町田市の「空気」や「雰囲気」を魅力的に情報発信します。

■伝えたい相手に合わせた広報手段の選択

「町田の暮らし」に共感する価値観を持つ人に町田市の魅力がより響くよう、行政による既存の広報媒体と民間サービス等を活用しながら、町田市への関心度や興味に合わせて、効果的・継続的なプロモーション活動を展開していきます。

戦略3 一人ひとりが広報マン

戦略3では、情報発信の効果的な内容やタイミング、ターゲットに適したメディアを選択する知識やスキルを高め、職員一人ひとりがプラットフォーム^{※3}としてさまざまな部門をつなぎ、親和性のある情報を集めて組織横断的な情報発信をしていきます。また、時代にあった広報媒体の活用、情報発信の効果測定をすることで、行政全体の「広報力」を向上し、戦略1や戦略2の取り組みを後押しします。

市内外の人が、観光やイベント情報を始め、サービス、制度、暮らしにおける手続き、防災情報など、知りたい時に、知りたい情報を得られることは、町田市が発信する情報への「関心」や「信頼」の獲得につながります。

職員一人ひとりが広報マンであるという意識を持ち、行政全体の広報力の向上を図ることで、町田市での子育てや教育、経済・観光、スポーツ・生涯学習等といったさまざまな分野において、「選ばれ続けるまち」を目指します。

■職員の広報力の向上

町田市が実施するイベントや事業について、効果的に広報するため、職員一人ひとりの広報力を高めます。また、部署を越えた連携や各部署で関わりのある団体等とも連携し、互いに協力して効果的な情報発信を行います。

■時代にあった広報媒体の活用

伝えたい相手（対象者・ターゲット）に情報を効果的に届けられるよう、世の中の情報発信・収集手段の動向を捉え、時代にあった広報媒体を選択し活用します。

■きめ細やかな効果測定

メディアへの掲載件数や広告換算額といった「量」だけではなく、取り上げられた記事の内容といった「質」についても検証し、より効果的な情報発信につながるよう手法を見直していきます。

^{※3} プラットフォーマー：人と人をつなぎ、対話をしながら、新たな価値の創出や課題解決を推進する人材

2 役割と全体イメージ

町田市のシティプロモーションは、市民、団体、事業者、行政が連携し、オール町田で取り組んでいく、魅力の創造・発信活動です。それぞれが役割を持って推進することで、市の魅力を磨きあげていきます。

市民

- 実際に町田で「住む」「学ぶ」「働く」「買う」「遊ぶ」「育てる」体験をして感じた魅力について、友人や知人に語ったり、SNS等で投稿し、まちの魅力を発信する
- ロゴマーク「いいことふくらむまちだ」を活用する

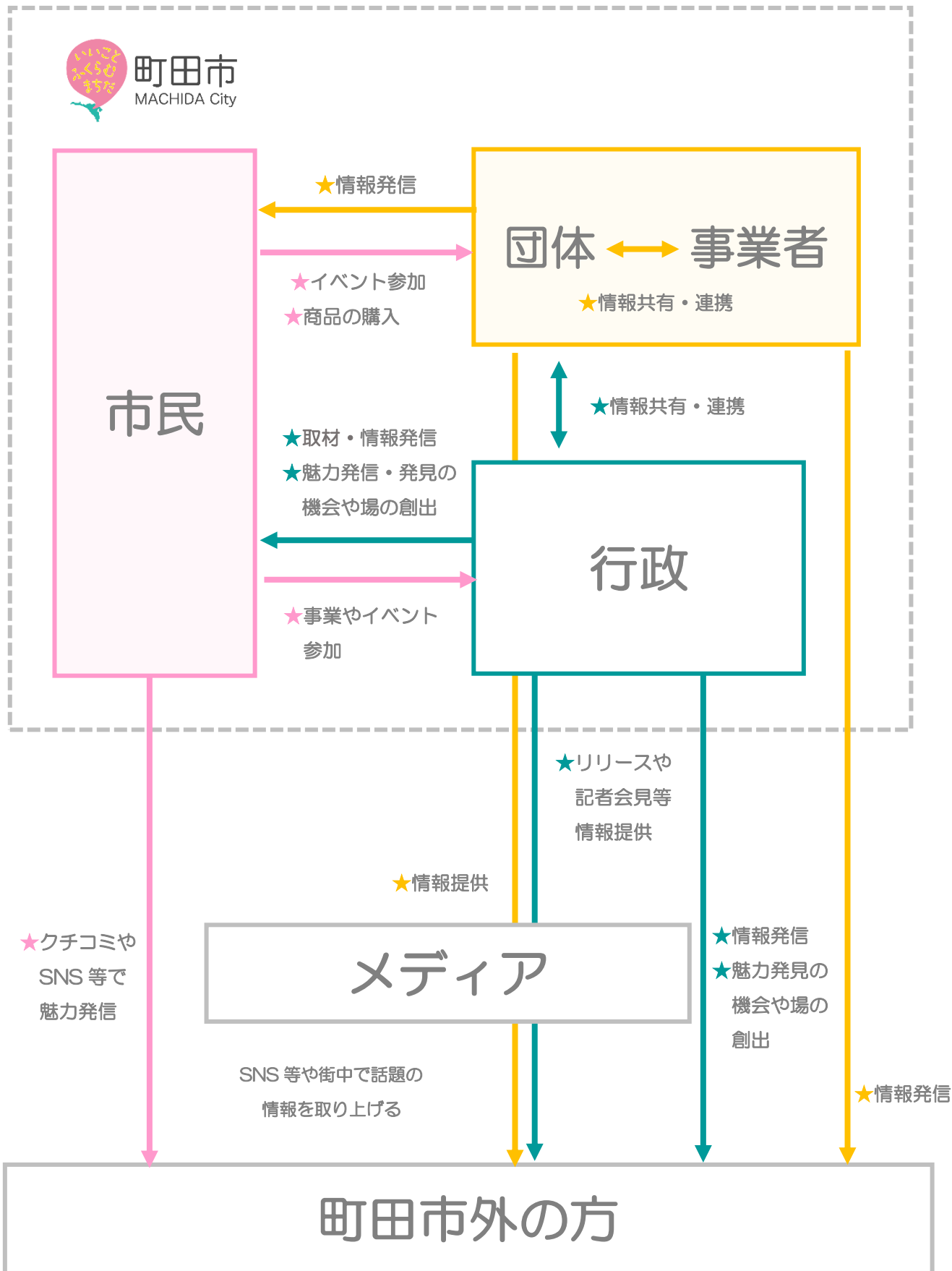
団体

- 行政や他団体、事業者等と情報共有・連携を図りながら、「まちの情報」を発信し、町田の魅力を市内外に発信する
- ロゴマーク「いいことふくらむまちだ」を活用する

事業者

行政

- 町田市の魅力を発信・発見できる機会や場を創出する
- 団体や事業者と情報共有・連携を図りながら、PR活動を行い、町田の魅力を市内外に発信する
- 町田で暮らし、学び、働く人の言葉を生かして町田の魅力を発信する
- 伝えたい相手に合わせた情報発信と効果測定を行う
- 行政の広報力の向上と、効果的な広報媒体の選択・活用を行う
- ロゴマーク「いいことふくらむまちだ」を活用する



まちだシティプロモーション基本計画22-26

発行者：町田市 〒194-8520東京都町田市森野2-2-22

Tel042-724-3111

発行日：2022年3月

刊行物番号：21-57

A decorative horizontal bar at the bottom of the page, consisting of a thin yellow top layer and a thicker pink bottom layer.