

## 里都まちプロモーションプロジェクト 事業報告

### 1. 里都まちプロモーションプロジェクトの目的

#### 【目的】

- 地域の魅力、強みを掘り起し、町のイメージアップや町民の地域への愛着度、誇りを高めるための取組みを行う。
- 町の価値と魅力を町内外に発信し、町への集客による地域の活性化、人口減少抑制に繋げていく。

### 2. 事業実施スケジュール

年月日	部会	施策
H30.1.11	○第1回会議 ・これまでのシティプロモーション事業と今年度の事業の推進について	(H29.12.26) 第1回シティプロモーションWG ・シティプロモーションのメインターゲットを考える
		(H30.1.18) 第2回シティプロモーションWG ・ブランドメッセージの案出し
		(H30.2.6) 第3回シティプロモーションWG ・ブランドメッセージ最終精査 ・実現可能なプロモーション手法の検討

### 3. シティプロモーションWG

【開催日】①平成29年12月26日 ②平成30年1月18日 ③2月6日

【参加者】①28名 ②25名 ③22名

昨年度のWGをもとに、より磨きあげる形で中井町の魅力を出し合い、それが誰にとって魅力となるのか。ターゲットをどんな人に絞り、どんなキーワードでPRをすれば興味をそ

そのほかグループワークを行った。それに沿ったツアータイトルやツアー内容を考えるという手法で、ブランドメッセージの検討を行った。現在、メインターゲットとブランドメッセージは最終調整を行っている。

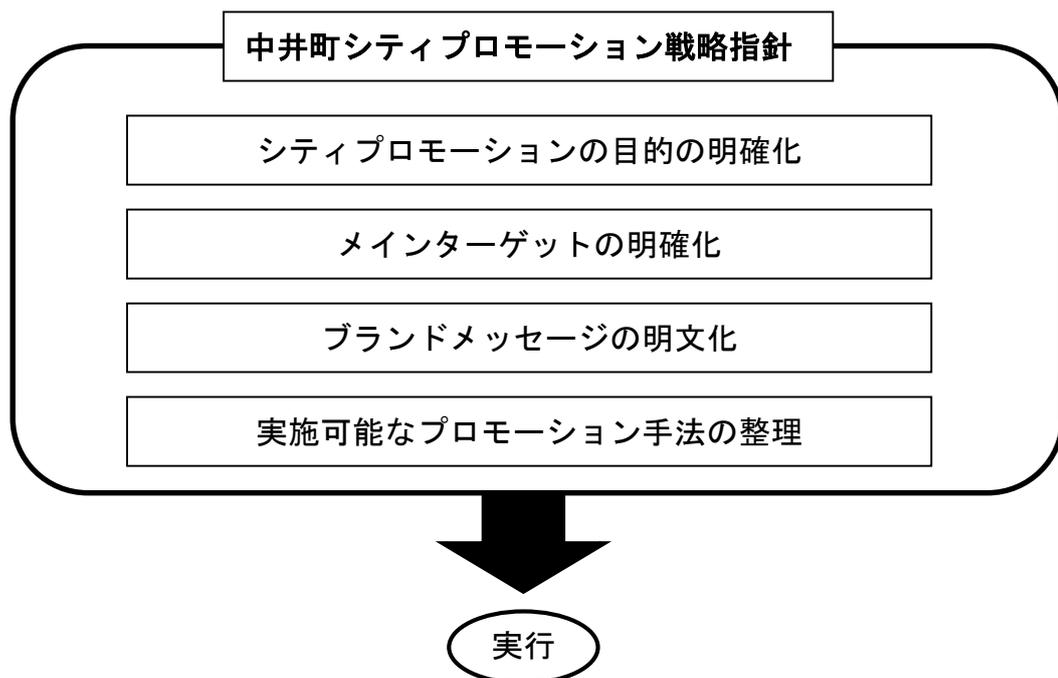


なお、3回のWGを通して、参加者から様々なアイデアが出てきており、それを今後の活動に実際に活かしていくために、最後に「今後こんな活動を展開していきたい」というアイデアを各参加者が発表をした。今後、町では、それに共感する方々を結び付けていく活動を考えていく。

#### 4. 中井町シティプロモーション戦略指針を策定

##### 【目的】

町の特徴を表した“里都まち”をコンセプトに、町の魅力と強みを活かしたシティプロモーションを展開し、愛着や誇りの醸成と町のブランド力の向上を目指すため、戦略的かつ効果的に魅力を発信していく必要があることから、シティプロモーション戦略指針を策定し、それに基づき、庁内や地域が一体感のあるブランドイメージのもと、連携しながらプロモーション活動を展開していく。



- 目的やターゲット等がはっきりすることで方向性が明確になり、戦略的かつ効果的に魅力発信が可能になる
- 町全体で同じ方向に向かうことで一体感が生まれ、当事者意識を醸成できる

## 5. イベントへの出展

中井町をより多くの方にPRするために、次のイベントへの出展を行った。来場者にアンケート調査を行い、中井町に抱く印象や魅力に感じたこと、反対に中井町の足りないと思うところなどを回答してもらった。

また、イベントに出展した際に、他の出展ブースと比較して当町に足りないPR手法は何か、どういったアピールをすると来場者は食いつくのかといった観点で考え、出展を重ねるごとにPRのバージョンアップを図った。

<平成29年度出展イベント（啓発ブースを設けたもの）>

日程	イベント名	内容
5/21	なかい里都まちCAFÉプレオープン	啓発ブース
7/11	東京スカイツリーPRイベント	啓発ブース
10/15	美・緑なかいフェスティバル	啓発ブース、アンケート
11/2・3	東海大学建学祭	啓発ブース
11/19	湘南ベルマーレ オールホームタウンデー	啓発ブース
12/17	湘南シクロクロス	啓発ブース、アンケート
1/26・27	花匂い移住フェア	啓発ブース
2/4	アシガラムルシェ	啓発ブース
2/17	キッズサイクルフェスティバル・ブランドマルシェ	啓発ブース、アンケート



## 6. 中井町の魅力発信

○中井町テーマソング『里都まちのうた』を放送

皆さんに聴いてもらい親しんでもらえるように、以下の放送に利用

- ・電話保留音（平成 30 年 1 月 1 日より）  
役場に電話した際の電話保留音に、アレンジバージョンのテーマソングを利用
- ・防災無線（平成 30 年 1 月 10 日より）  
中井中央公園限定で、短くアレンジしたバージョンを定時放送で利用  
※将来的に町内全域の防災無線の定時試験放送での利用を目指し検証
- 町オリジナルのはっぴを制作し、各種イベント時に使用
- ピンバッジ、缶バッジ、町の焼き印が押された都まんじゅうなどのノベルティの充実



- 小田急線つり革広告  
中井町の存在を知ってもらうため、利用者が日常的・反復的に広告媒体に接触する電車のつり革を活用し、中井町独自の広告を 1 年間小田急線 1 両分に掲載を続けることで、町外に向けた啓発を図っていく。



- なかまる LINE スタンプ  
町民による企画検討の中でも事業提案がされた中、なかい誕生 110 年記念と連携し、国内ユーザー数では、Facebook や Twitter よりもユーザー数が多いと言われている LINE を通じて、使用してもらい町内外に広げていく。



イメージ（線画）

## 7. 平成 30 年度の事業予定

- シティプロモーション戦略指針の実行
- ブランドブックの作製
- 中井町のテーマソングを活用した動画の作製
- 幅広いイベント出展