

ALL JAPAN CITY PROMOTION SUMMIT

2014.10.31 [Fri] - 11.01 [SAT]

全国シティプロモーションサミット

つなぎ、つくり、つたえる、街の未来 ～地域活性化マーケティングを学ぶ～

平成26年10月31日(金)・11月1日(土)

小田急ホテルセンチュリー相模大野・ユニコムプラザさがみはら

小田急ホテルセンチュリー相模大野



〒252-0303

相模原市南区相模大野 3-8-1

相模大野ステーションスクエア

交通：小田急線相模大野駅下車 駅ビル直結

TEL：042-767-1111

ユニコムプラザさがみはら



〒252-0303

相模原市南区相模大野 3-3-2

bono 相模大野サウスモール 3階

交通：小田急線相模大野駅下車 北口徒歩3分

TEL：042-701-4370

周辺地図



オープニング（13：00）

ウェルカムトーク 相模原市 加山俊夫 市長

基調講演（13：15）

地域の魅力を高めるヒント
～シティプロモーションの最新事情～
東海大学文学部広報メディア学科 河井孝仁 教授



加山俊夫
（相模原市長）

河井孝仁氏
（東海大学文学部教授）

首長会議／パネルディスカッション～シビックプライドを築く（14：15）

パネラー
・弘前市 葛西憲之 市長 ・大船渡市 戸田公明 市長
・宇都宮市 佐藤栄一 市長 ・相模原市 加山俊夫 市長
ゲストパネラー
・宇宙航空研究開発機構（JAXA）川口淳一郎 教授
・東海大学 河井孝仁 教授
コーディネーター
増渕直子サンケイリビングまちだ・さがみ編集長

「市民を本気にさせないシティプロモーションに価値はない」と言われているように、地域の人たちの“わが街”に対する想い＝シビックプライドこそが、地域の活性化につながります。幾多の困難を乗り越え帰還を果たし、震災後の日本に勇気とプライドを与えてくれた小惑星探査機「はやぶさ」のプロジェクトマネージャー川口淳一郎教授をゲストに迎え、市民や職員が一体となったシビックプライドを通したまちづくりを考えます。



川口淳一郎氏
（JAXA 教授）

情報交換会（18：30～）

ご参加いただいた自治体間の情報交換の場としていただきます。
※サミットにお申込みいただいた方々に、後日、ご案内させていただきます。



全国自治体事例紹介（15：45）



上勝町（徳島県）

“葉っぱビジネスの町” で知られる徳島県上勝町が取り組むインターンシップ事業は、地域活性化のために大切な“外の人たちを受け入れる寛容性” の効果が非常によく理解できる取り組みです。既に事業を機会に 20 人以上が定住や起業するなど、国内のみでなく、世界からも注目を集める、同町の取り組みをご紹介します。



高槻市（大阪府）

街の賑わいも、自然の豊かさも。通勤の便利さも、子育ての環境も。古き良き文化も、これからの発展も。一大阪と京都のちょうど真ん中、「住んでみて良かった街」高槻市の多面的な魅力を“あれもこれもが叶う街、高槻に住もう！どっちもたかつき” というコピーに込めた定住促進プロモーション。日本広報協会の全国広報コンクールでも表彰された、既存の自治体広報の枠にとらわれない宣伝 PR 事業をご紹介します。



浜松市（静岡県）

「ものづくりのまち」としての高い産業集積をはじめ、音楽文化、自然豊かな環境など、多彩な魅力や実力を有する浜松市。昨年度のシティプロモーション活動の広告換算額が 46 億円を超えた同市から、公式キャラの「出世大名康くん」の効果、「出世の街浜松」のコンセプトや「浜松ブランド」の国内外への認知・理解促進に結びつける戦略的情報発信の取り組みをご紹介します。



横須賀市（神奈川県）

「海軍・基地のまち」の都市イメージを持つ横須賀市が展開する、これを都市資源と捉えた「観光戦略」—例えば、よこすか海軍カレー、横須賀軍港めぐり、最近ではドル旅・横須賀などは、メディア効果も高く観光事業としての“効果”は衆知のとおりです。一方、平成 25 年度の総務省の発表では「転出人口日本一の自治体」となるなど、「定住対策」が市の重大な課題となっています。その原因分析と“住むまち”としての都市イメージづくりへのアプローチについてご紹介いただきます。



八雲町（北海道）

白樺並木の間真っ直ぐ一直線に伸びる道路とその先に望む海が美しい、その名もパノラマロード。春のボタンエビ、夏のイカ、秋の鮭、冬のホタテなど、太平洋と日本海ふたつの海の幸をはじめとする季節の食材も魅力です。サミットでは、「まだまだ皆さんが知らない隠れた穴場がいっぱい（同町）」の八雲町から、観光と共に、海産、畜産、農産物の首都圏での PR を実現した新たなビジネスモデルをご紹介します。

プロから学ぶ教養セミナー（10:00～12:00）

PR会社に学ぶメディア誘致の仕掛けとその効果

(株) プラップジャパンコミュニケーションサービス本部
本部長 佐藤 卓二氏、グループリーダー 平井隆介氏

居住促進や販売促進などの“動機付け”に欠かすことのできないメディア情報。売りたいものとメディアが取り上げたい情報を如何にマッチングさせ誘致につなげるか。情報発信を通じた地域のブランディングにより人を動かす、プロの手法を学びます。



「はとバス」ヒットの法則23” に学ぶ現場主義と企画力

(株) はとバス定期観光部
副部長 江沢伸一氏

シティプロモーション企画担当者必見！『ソロモン流』（テレビ東京系）、『仕事ハッケン伝』（NHK）で話題沸騰！川崎工場夜景スポットツアーの生みの親でもある「はとバス」大ヒットの仕掛け人、江沢副部長から「はとバス」名物“企画千本ノック会議”など、ブレイクを生み出す「発想法」や「現場力」のヒントを学びます。



魅力を世界へ、全国へ 地域活性化パートナーズブース（10:00～13:00）

新たな旅、地域における交流を創造し日本を元気に。

JTB地域交流プロジェクト

JTBグループ

景気低迷・人口減少・少子高齢化問題などにより、地域経済は大きな構造変化の局面を迎えています。国の政策と連動しながら、『旅の力』が生み出す地域に対する経済波及、雇用創出による交流人口の拡大と地域活性化を推進し、地域の抱える課題に対して新たな価値を創造する観光まちづくりをトータルサポートする「JTB地域交流プロジェクト」をご紹介します。



全国のプロモーション担当者が注目！

地域ブランド調査速報を紹介 (株) ブランド総合研究所

毎年、全国 1,047 地域を対象に魅力度や認知度をはじめ、各自治体のイメージを徹底評価する「地域ブランド調査」は、戦略的に地域のブランド力向上を図るための効果測定ツールです。

10月に発表される最新の調査情報を含め、皆さんからのご質問にお答えいただけます。



市民参加による首都圏向け情報発信ツール制作事業

(株) サンケイリビング新聞社

サンケイリビング新聞社より、地方自治体との「協働事業」として、“首都圏の生活者にささる東京目線”の新しい視点でのPRブックをはじめ、地域の魅力を発掘して地域内外に効果的に発信する各種シティプロモーションツールをご紹介します。



30自治体パネル&ツール展示（10:00～20:00）

先進自治体事例に学ぶ地域の魅力発信事業

政府による地方創生本部の設置や、「ふるさと名物応援制度」、「子ども・子育て支援新制度」などの準備も進むなか、ブランド品開発から居住促進、外国人への情報発信事業まで、クリエイティブな発想で独自の振興策に取り組む“地方自治体発のプロモーション事業”を紹介します。

※その他、会場では研究成果や人材を積極的に地域振興に活かす各大学の活動事例を紹介します。当日は約20の大学の活動事例の紹介と共に、市内の大学を中心に、活動を担当する学生が皆さんからの質問にお答えします。

全国シティプロモーションサミット
2日目：11月1日（土）

分科会

皆さまの関心の高い分科会に参加いただき、情報交換をいただきます。尚、各分科会ではテーマごとに、全国の先行事例の紹介（下記参照）も準備していますので、「これからシティプロモーションの取り組みを始める」という自治体様も情報収集の場としてお気軽にご参加ください。

・・・発表テーマについて・・・

「戦略立案～事業推進プロセス」、「居住促進にかかわるプロモーション」、「外国人観光客誘致、多文化共生にかかわるプロモーション」等の分科会の準備を進めていますが、今後、お申込み時のアンケートにより、ニーズが高いテーマを追加させていただきます。
※サミットにお申込みいただいた方々に、後日、ご案内させていただきます。

流山市（千葉県）

「父になるなら、流山市。」「母になるなら、流山市。」一首都圏の共働きの子育て世代（DEWKS）をターゲットとしたマーケティング戦略に基づく住民誘致で有名な千葉県流山市。単なる人口増ではなく、昨今大きな話題になっている生産人口を視野に入れた人口世代バランスを考えた施策です。
「まず、市を知ってもらい、最終的に流山市に住んでもらう」。広告展開と共に、着実な取組が多くの子育て世代に指示されている、同市の各種事業をご紹介します。

父になるなら、流山市。

自然に楽しみながら子育てをしなくて、
墓内から帰ってきた小松さん一家。



働き盛り、子育て盛りが
30代夫婦に選ばれて
首都圏の中心部に暮らす自然豊かな
流山市。暮らしやすさ、自然環境の
良さから、首都圏の子育て世代の
注目の街。流山市の子育て支援
が、自然が家族になる街
子どもの政權に流山

松山市（愛媛県）

近頃の民間調査会社の調査で、「家族の幸せ度」が高い街としての評価も得ている松山市（全国5位）。市民ワークショップやウェブサイトを通して松山のよさを見つめ直すとともに、その魅力や価値を高めるの戦略プランが目に見える形で進んでいます。さまざまな媒体を活用したプロモーションを通して都市ブランドの確立を目指すプロジェクトをご紹介します。



この他、豊橋市（愛知県）、箕面市（大阪府）、尼崎市（兵庫県）、長崎市（長崎県）をはじめとする自治体の皆さまからも事例紹介をいただく予定です。

エキスカッション

潤水都市さがみはらフェスタ

（在日米陸軍相模総合補給廠返還予定地）

会場から現地へ無料バスを運行します（現地自由解散／JR 横浜線相模原駅 5分）。

※サミットにお申込みいただいた方々に、後日ご案内させていただきます。



ALL JAPAN CITY PROMOTION SUMMIT

2014.10.31 [Fri] - 11.01 [SAT]

【参加申し込み・お問い合わせ】

相模原市 シティセールス・親善交流課
☎042-707-7045 (原・大貫・林)
pr@city.sagamihara.kanagawa.jp