

～推奨意欲と参画意欲の向上を目指して～
まちのファンを増やす仕掛けづくり
 生駒市シティプロモーション「まんでん いこま」

実施期間:2016年4月～継続中



1 企画の背景

生駒市を知らない人が8割を超える現実

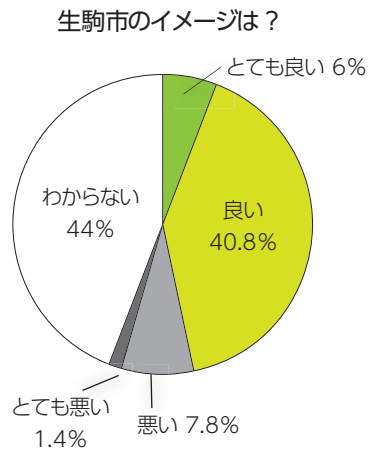
■人口流出を抑制し、子育て世代の転入を促進

生駒市は、大阪難波まで電車で20分という絶好の交通アクセスと自然環境の良さをウリに、発展を遂げてきた住宅都市です。市制施行の45年前と比べると現在は3倍の約12万1,000人が暮らし、教育水準の高さや治安の良さから各種ランキング調査でも「住みよさランキング」(東洋経済新報社)で関西10位、「関西住みたいまちランキング-子育てしやすい街-」で関西3位(テレビ大阪)と高い評価を得ています。

しかし、大学進学や就職をする10歳代後半～20歳代前半の転出が増え、市の発展を支えた団塊の世代が後期高齢者になり、全国平均よりも早いスピードで高齢化は進行。まちの活力を維持するためにも、若い世代の人口流出を抑制し、子育て世代の転入促進を進める取組が必須になっています。

■生駒を知らない人が8割、イメージがない人が4割

今年8月、生駒市から20km圏内で働き、引っ越しを検討する県外在住の20～45歳500人にアンケート調査を実施しました。生駒市のことを「知らない」「あまり知らない」と答えた人が83.6%、生駒市に対するイメージがない人が44%にものぼりました。まちのPRポイントである子育てや教育環境の良さも伝わっておらず、PRサイトや転入促進のリーフレットは作成しているものの、その前段階として生駒を知ってもらい、定住先検討の際に選択肢としてあげてもらおうきっかけが必要であることがわかりました。



2 企画意図・ねらい・訴求対象

まちのファンをつくり、推奨・参画意欲を向上

■ファンをつくり、ネットワーク化する

生駒市のシティプロモーションは、従来から「広告」よりも「口コミ」の力を大切に、「生駒いいよ」とまちを推奨する人やまちのために動く人を増やすための事業を重点的に実施しています。

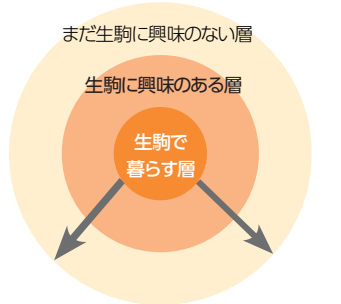
リクルートスーモの調査では、通勤の利便性や家の価格、間取りなどスペックの比較だけでは、競合に対してそのまちが優位性を保つことは難しいという結果がでています。さらに、クチコミマーケティング協会の調査では、ブランディング活動(転入促進など)には発言者が伝える内容以上に発言者の態度・気持ちは影響を及ぼすことがわかっています。このため、「生駒で暮らす価値を伝えるファンづくり」をプロモーションの大きな目的に据えました。

平成28年度は、シティプロモーション担当課として

「いこまの魅力創造課」が中心部のエネルギーの拡散を狙ったプロモーションを展開

これまでの取り組みを深化させることはもちろん、事業担当課との協同事業や、転入促進ターゲットである子育て世代に生駒を訪れるきっかけを提供し、「こんなまちで住みたいな」と思ってもらえる場づくり、「生駒のために何かをしたい」と考える人を増やしてネットワーク化する事業に取り組むことになりました。

また、すべての事業で「生駒市」だけが発信するのではなく、生活者自身が体験したこと、心を動かしたことを発信(シェア)したくなる仕掛けをつくることを意識しました。



3 企画推進上の工夫(プロセス)と効果

まちを知り、魅力を発見し、伝えて広げる



チラシ・ポスター(写真左、専用サイト(写真下)、会場のほりは共通のデザインで統一。プロのカメラマンと会場になる森の中を飾り付け、イメージ写真を撮影しました。今までの行政の事業とは一線を画すおしゃれな雰囲気をつくり、当日のリーフレットや看板も含めてターゲットの子育て世代が参加しようと思える広報に気を配りました。

1 イベントをメディアに「IKOMA SUN FESTA ~家族のジカン~」

■1万人の子育て世代が楽しんだ1日

11月3日(祝)、生駒市のシンボル・生駒山の中腹にある生駒山麓公園で「IKOMA SUN FESTA ~家族のジカン~」を初開催しました。市外の人には来訪のきっかけを提供して生駒の雰囲気を知ってもらうこと、市内の人には「生駒に住んで良かった」と思ってもらえる場をつくってまちのファンを増やすことを目的に実施しました。

イベントには市内の人気カフェやバー、キッチンカーなど地元タウン誌が厳選する飲食ブースが約15店舗、美容院やモノづくりのワークショップ、雑貨やアウトドアグッズなどのマルシェに約20店舗が出店。約1万人の参加者で賑わいました。

■「生駒を盛り上げよう」関係者が心をつなぐ

今まで行政が主催するイベントには、商工会議所や観光協会の加盟店にしか出店を依頼していませんでした。しかし、今回は20歳代後半~40歳代前半の子育て世代にまちの魅力を体感してもらうために、イベントの来場ターゲット層が顧客層と重なり、情報発信力と感度の高い事業者に出店協力を求めました。

バーや美容院、カフェ、ママ起業家など新しく関係を構築する事業者が多く、交渉がスムーズに進むか不安もありましたが、行政の信頼性が担保になったのか、今まで一度もイベント出店しなかった事業者にも「声をかけてもらってありがたい」「地域貢献する機会がほしいと思っていた」と二つ返事で引き受けてもらい、「あのお店も出るらしいよ」と開催前からターゲットの期待を高め、話題になりました。

この他、普段子育て世代を対象に活動している市民活動団体にも協力してもらい、アウトドアで楽しむ「森の図書館」、ピザやカレー作り体験、子



大盛況だった森の図書館、普段はいえない家族への感謝の気持ちを表彰状にする「ママパパ表彰式」、生駒市に関することをクイズ形式で答える「イコマニアクイズ」、親子向けライブ、アウトドアクッキングなど豊富なコンテンツ



ども店員体験、出張まるしえ、クイズ大会、市在住のミュージシャンによるライブなど、「オール生駒」で魅力的なコンテンツを企画実施。「生駒を盛り上げよう」と関係者が心をつなぐし、生駒で活動する人がネットワークを形成する場にもなりました。

■まちのPRも含め、みんなでイベントを告知

ターゲット層が普段の市の事業よりも若く、市外にもリーチすることが必要であったため、告知には市公式フェイスブックの活用(10回投稿)とともに、専用サイト(<http://ikoma-sunfesta.com/>)をつくりました。フェイスブックの初投稿は、日付と場所、簡単な内容の告知だけでしたが、いいね1,280、シェア586、リーチ58,554と今までにない大きな反響があり、「こんなイベントを待っていた」とのコメントとともに専用サイトのリンクのシェア数は最終的に1,300を超えました。

また、準備からイベント終了にいたるまで、イベントに関わる事業者や市民活動団体が自らのフェイスブックやブログ、店舗などでイベント自体はもちろん

生駒市の魅力を積極的にPRし、自らがまちの魅力発信の担い手であるという意識も醸成できました。

当日実施したアンケートでは、25%の人がフェイスブック、19%が友人知人からの紹介と答え、SNSや口コミの力が大きかったことが伺えました(広報紙は12%)。

■市外からの来訪が4割を占め、関係者の自信に

当日は、市外からの来訪が4割(当日312家族に実施したアンケートと駐車場の統計から判断)を超え、来場者の年代も当初の想定通り9割以上が子育て世代となりました。生駒市は市外から積極的に人を呼ぶような主催のイベントを実施しておらず、市外からどれだけの人が呼べるかは未知数でしたが、人を呼べるまちであることを示すこの結果は関係者の自信につながりました。

会場の一角では、行政パネルを展示。文科省の学力調査の結果が全国トップレベルであることや、インキュベーションセンターをつくり女性の活躍支援をしているまちであることを記載しました。足をとめて

読み、「生駒すごいね」と話題にする家族も多く、普段は生駒市の情報を収集しない人にもまちの特徴を訴求することができました。

■生駒市の印象が良くなった人が8割を超える

イベントへの満足度は「満足」「ほぼ満足」をあわせて9割を超え、「生駒市に対する印象は変わりましたか」という設問には8割を超える人が「良くなった」と答えました。イベント自体が一つのメディアとなって、生駒のイメージ向上のための役割を果たせたと判断しています。自由記入欄にも「定期開催決定ですね」「生駒市に住みたくなりました」「頑張ってまちを盛り上げようとする意志が感じられます」と応援や支持の意見が並びました。

一方、出店者アンケートも、イベントに「非常に満足」「満足」と答えた人が100%、「来年も出店したい」人が95%という好意的な結果となりました。「まちを盛り上げていきたい」「たくさんの人の愛が詰まったイベントだった」「生駒の魅力づくりに共感する」などと前向きな意見が多く、自由記入が空欄の人は1件もないほど熱心に回答してもらいました。

会場にはフォトブースを3か所設けるなど撮影しなくなる仕掛けをつくり、拡散を意識しました。当日は狙い通りSNS上で多くの好意的意見とともに生駒の魅力が発信されました。1日限定のイベントでしたが、まちのファンづくり、イメージ向上、参画意識の醸成など多くの役割を担うプロモーションとなり、想定以上の成果をあげることができました。

< SNSの投稿も好意的 > (来場者の投稿から抜粋)

「山の中の森の空間を上手く利用した、市が主催としては素敵すぎるイベントでした。生駒市、本当にいい町ですよ〜」
 「生駒の魅力を感じるイベントだったわ〜。という感想を聞くたびに喜びでいっぱい。自分の住むまちをいいと言ってもらえることって本当に嬉しいことです」
 「こんなおしゃやかなイベントを自治体主催でできる生駒市。ええとこ住んでるわ、私」
 「めっちゃ楽しかった！生駒に引っ越してきてほんと良かった」
 「生駒すごい〜☆街を代表するイベントになったら良いな」



Instagramには「#IKOMA SUN FESTA」で130件の投稿がありました。



感想とともにイベントの様子を拡散してもらえるように、会場にはフォトスポットを3か所設置。イベントタイトルや、「LOVE IKOMA」の他にも、「thank you mama」「thank you dad」とメッセージを書いたフォトプロップも準備しました。すべての箇所にカメラマンが待機し、来場者を撮影するだけでなく、インスタントカメラでも撮影し、イベント限定のフォトアルバムをつくるのが可能に。当日は、フォトスポットに行列ができるほどの人気でした。



2全国初！おもいをかわす婚姻届 ～3年後に味わう相思相愛～

■人生の転機に「まち」のファンをつくる

「ご当地婚姻届」として、婚姻届の余白部分にまちの風景やキャラクターをデザインしたり、複写式にして届出用紙を手元に残すことができたりと、各自治体が趣向をこらしたオリジナル婚姻届を作っています。

生駒市は、人生の大きな節目となる結婚を単なる手続きで終わらせず、より思い出に残るものにするため、全国初となる手紙付きのオリジナル婚姻届「おもいをかわす婚姻届」を作成。平成28年12月20日(火)から受け付けを開始しました。

この婚姻届は夫から妻へ、妻から夫へ宛てたメッセージが記入できる便箋が付いています。結婚したときの想いや愛情を互いに文字に残し、届出時に手紙を提出すると、生駒市で大切に保管し、3年後の届出月に二人のもとへ郵送する特典がついた全国で生駒市だけのオリジナル。



封筒も
オリジナルデザイン



< 夫から妻へのメッセージ >

< 婚姻届 >

< 妻から夫へのメッセージ >

3 フォトブック「いこまの愛しい時間」

■市民が表現する「まちの魅力」

平成27年度から始めた市民PRチーム「いこまち宣伝部」。平成28年度は、「市公式フェイスブックチーム」と「フォトブックチーム」の二つを運営しました。

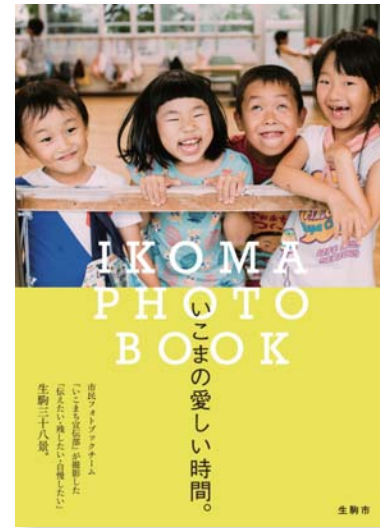
フォトブックチームは平成28年度の新規事業。公募で集まった女性15人が「未来に残したい生駒の魅力」をテーマにしたフォトブックをつくるため、7月～9月にかけてプロのカメラマンから技術を学びながら、市内の人や風景など約4,000枚以上を撮影しました。その中から約40枚を選んで1冊にまとめ市内の図書館、小・中学校、公共施設、取材協力店などに配架。市のホームページでも電子ブック形式で閲覧してもらうことができます。

【DATA】

- ▶タイトル フォトブック「いこまの愛しい時間。」
- ▶規格 A5版36ページ(フルカラー)
- ▶撮影者 20～45歳の生駒市内に住む女性(平均年齢35歳)が一眼レフカメラやスマートフォンなど機材を問わずに撮影。
- ▶発行部数 2,000部



フォトブックチームと講師



電子ブック形式のフォトブックは下のQRコードから閲覧可能



■見過ごしていたまちの魅力を知り、愛情を醸成

生駒市は、隣接する奈良市のように世界遺産を抱えるまちでも、基幹産業があるわけでもなく、個性を出すのが難しいと言われる住宅都市です。地域の魅力がどのように見つけ、発信するかは課題の一つですが、部員の皆さんは、子どもの見守り活動をする高齢者を「まちのヒーロー」と表現し、小学校で床拭きをする子ども達や夕食の香りと共に見る夕焼けを「未来に残したいまちの魅力」として切り取るなど見慣れた風景にまちの魅力を感じました。

撮影中は、普段は通り過ぎていた場所で立ち止まったり、視点を変えたり、まちの魅力を再発見することができたようです。写真を通じて、被写体とのコミュニケーションも生まれ、人と人、人とまちが心を通わせる契機にもなりました。また、環境、子育て、高齢者支援など従来のまちづくり活動とは違う事業を立案したことで、15人の部員のうち5人はデザイナーが参加するなど、それまでまちに関わるきっかけがなかった層に、参画する機会を提供することができました。



部員は「優しくほっこりした生駒らしい雰囲気になりました。自慢の1冊です」「生駒にずっと暮らしていますが、知らなかった生駒の魅力をたくさん発見できました」「大阪ばかりで遊んでいましたが、生駒にも魅力がたくさんあることがわかりました。この1冊で生駒の良さを友人に伝えたいです」とフォトブックの感想を話しています。

■わたしのマチオモイ帖生駒展を開催

できあがったフォトブックは、公共施設や協力店に配布するだけでなく、生駒駅前図書室で開催した「わたしのマチオモイ帖生駒展」(11月5日(土)～27日(日))でお披露目。「マチオモイ帖」は各地のクリエイターが、それぞれのオモイが詰まったまちを写真やイラスト、文書、動画で紹介するプロジェクトです。生駒展では、奈良県内のマチオモイ帖49冊の展示と動画9作品を放映し、あわせてフォトブックと惜しくもフォトブックに掲載されなかった写真の中から約70枚を展示しました。

来場した家族が写真を見ながら、生駒について語り合うなど「まちをおもう」展示会になりました。



左上: マチオモイ帖生駒展のチラシ 右上: 会場には県内のマチオモイ帖が並びました 下: フォトブックに掲載されなかった写真にも部員が手書きのメッセージをいれてパネル展示



4 認知獲得のためではない動画作成

ギャップをデザインし、拡散を狙う認知獲得のための動画ではなく、着地点として機能する動画を定期的に制作し、市公式フェイスブックとPRサイトで公開しています。スマホユーザーを意識し、作品は全て3分以内にまとめ、インタビューはキャプションを記載。どの作品も台本や演出はなく、日常の物語を切り取ることにこだわっています。目標は、映像に出た人には「このまちの一員で良かった」と思ってもらえ、映像を見た人には「このまちで暮らせて良かった」と共感してもらうこと。地域を愛し、地域のために活動している「市民」を主役にした動画を行政がつくって応援することで、活動のモチベーション維持にもつなげています。

動画を見た人からは「より一層生駒を盛り上げるためにがんばりたい」「ささやかながら、生駒の一員であることに誇りを感じた」という声をもらいました。一部の動画は日本の魅力を発信するフェイスブックページ「いいね! JAPAN」にもシェアしてもらい、結果的に認知獲得にも機能した事例もありました。

◇各動画のフェイスブックでの反応

動画タイトル	公開日	リーチ数	再生数	いいね+シェア+コメント
0歳から楽しむファミリーコンサート	3月17日	40,208	12,239	449
まちを想う気持ちが広がる「こま市」	4月29日	36,228	12,797	399
地域を愛する気持ちが広がる「参道ご縁市」	8月5日	35,977	12,547	430
笑顔あふれる いこまどんどこまつり	8月29日	19,484	7,494	329
生駒高山の土地、人、モノに触れる 高山竹あかり	10月28日	24,059	11,132	459
生駒の魅力を感じて1日「IKOMA SUN FESTA」	11月26日	34,038	16,271	778

5 まちの魅力のを見つけ方を中学校で出前授業

市内の中学1年生に、まちの魅力のを見つけ方と表現のコツを伝える出前授業を実施しました。シティプロモーション担当職員がクラスごとに「まちの魅力発信委員」の委嘱状を授与。この後、カメラの撮影技術、取材のコツを学び、3学期に中学生が感じるまちの魅力をまとめたリーフレットが完成する予定です。

本市は県外就業率が高く、進学や就職を機に生駒を離れる若い世代が多くいるため、中学1年生という多感

な時期にまちの魅力を再発見し、地域への愛着につなげることが目的です。



授業後は「自分のまちを愛し、紹介できるということがどれほど大切なことかわかった」「もっと生駒を知りたいと思った」「生駒に住んでいて良かったと思った」と前向きな感想をもらいました。

4 制作費 限られた予算を活かして、地域を元気に

本市のシティプロモーションは開始して4年目になりました。当初は転入促進が主な目的でしたが、「生駒、いいよ」と積極的に推奨して下さるアンバサダーのような存在＝まちのファンをつくる地道な取り組みこそが、まちのために動く人を増やし、着実に地域の力となって還元されているように感じます。

観光や産業のまちと違い、市外向けのPRに使う予算は「無駄」と捉えられる傾向にあり、従事する職員の人数などのリソースも限られています。補助金や交付金を活用することはもちろん、積極的にまちの人や市内外の事業者、大学、メディアを巻き込んで、「生駒ファン」を増やし、元気な地域をつくりたいと考えています。

事業名	金額	主な内訳
1 IKOMA SUN FESTA	3,896,105円 (2分の1は奈良県補助)	委託料(バス運行、看板・印刷物制作、サイト作成、設営、テント・机等レンタル費用、謝礼など)3,647,305円、会場使用料248,800円
2 おもいをかわす婚姻届	635,040円 (デザイン費は大阪府補助)	印刷製本費 婚姻届(5,000部)、封筒(100,000枚)、案内チラシ(10,000枚)、ポスター100枚
3 フォトブック 「いこまの愛しい時間。」	1,597,337円 (全額コミュニティ助成)	印刷製本費(2000部) 405,000円、 監修デザイン委託 498,960円など
4 動画制作	1,044,360円	動画編集委託費(6本)
5 中学校での出前授業	無料	-

