

# シティプロモーションと「町」の発信

箕輪町政策研究会

税務課	三澤	舞
住民環境課	代田	さくら
健康推進課	河西	遼太
産業振興課	関口	悠子
水道課	宮崎	真吾
文化スポーツ課	小野	智弘



City Promotion

## ▶ 第5次振興計画における位置づけ

### 重点プロジェクト チャレンジ目標②

#### 「将来の暮らしやすさを守る人口規模の維持」

##### 16 「町民みんながセールスマン」箕輪町知名度向上チャレンジ

- ✓ 移住・定住促進、観光客の誘致、町内製造品の販売の拡大、**町民の誇りの醸成**等、様々なものにつながる箕輪町の知名度向上を図ります。行政のみならず、**町民や箕輪町に想いのある方みんな**で、町の良さを統一感を持って発信していこうという機運を高めます。

##### 17 「好きですみのわ！」ふるさと愛着応援チャレンジ

- ✓ 全ての町民が**地域への愛着を高める**とともに、子どもにとって、将来の居住地の選択につながる地域との絆をつくることを目指します。

## ▶ シティプロモーションの定義

シティプロモーションは、主として2つの考え方に整理される

### シティプロモーション

#### シティセールス

箕輪町を様々な手法で外向けに発信

- ・物産展の開催
- ・都市部での広告
- ・プロモーション動画の作成 など

#### インナープロモーション

箕輪町民が、自分の町への愛着や誇り（シビックプライド）を持って暮らしていけるような取組

- ✓ シティプロモーションという観点で既存の町の施策を考えると、シティセールスは積極的に行っているが、インナープロモーションとしての施策はあまり実施してこなかったのではないか。

## ▶ 課題・現状

住民満足度調査から、「こうだったらいいな」「こうしてほしい」という内容の自由記述をピックアップしたところ、何点かのキーワードが出てきた。

### ✓ 町のPRに関すること

外向けのプロモーションが必要と感じている一方で、強くアピールできるものがない、または良い場所・モノ・コトがあるのに知らない（知る機会がない）

### ✓ 観光に関すること

関心が高いのは「かやの・ながた・もみじ湖」

### ✓ 子育てに関すること

公園の充実や整備について、子育て世代のお母さんからの意見や要望がほかの項目に比較して非常に多い

### ✓ 商業に関すること

駅周辺や中心部商店街の空き店舗など、商店の活気の無さを感じている

## ▶ 課題・現状

- ✓ すでにみのわにあるものを活用していなかったり、されていない。
- ✓ 本当は良い場所・モノ・コトがあるのに知る機会がない。
- ✓ 自分たちで手をかければ良い場所になるところがあっても何もしない。  
(何をしたいかわからない)



- ✓ インナープロモーションが不足してきた結果として、箕輪町に対してのイメージが希薄となり、自分が暮らしているにも関わらず、「アピールできるものがない」という状況に陥っているのではないか。

## インナープロモーションによるシビックプライドの醸成

外向けのPRよりも、まずは箕輪町に暮らす人が、自分の地域に対する愛着を持ち、自分も主体的に関わろうとする自治意識を持つことができるような、取り組みを研究する。

- ✓ その取り組みが結果として注目してもらえるようになり、メディア等で取り上げてもらえる(パブリシティ効果)ことで、シティセールスにつながればよい。
- ✓ 単発で終わることのない取り組みを考えていく。

## みのわでの暮らしがデザインできる

プロモーションすべきは補助金や公共施設ではなく 日常の生活

- ✓ みのわの面白い場所・モノ・コト・人のことを知って、行きたくなったり、関わってみたくなる。
- ✓ みのわでやりたいと思っていることが実現できる

## ▶ 政策のアイデア（案）

「目指す姿」に向けて以下のような政策がアイデアとして出された。

- ✓ 公園が少ないという意見や、利用についての相談先が分からない・・・「みのむし」に公園マップのコンテンツを設ける
- ✓ 職員自らも“セールスマン”になるため・・・Boofy office内に何でも情報掲載可能な掲示板を設ける
- ✓ 良い事業を実施していても町作成のチラシや看板等のデザインが良くない・・・チラシ等の情報発信体制の刷新
- ✓ 商店街に空き店舗が多い・・・空き店舗を活用した取組はできないか

## ▶ 商店街調査(フィールドワーク)

伊那松島駅前を中心に、現在商店街で事業を営んでいる方へ、お店の歴史や想い、今後の展望などについてヒアリング調査を実施



## ▶ 商店街調査(フィールドワーク)

### 聞き取りできた主な内容

- ✓ 明治や大正の時代から代々営んでいるお店もあり、**こだわり**をもって経営している方が多い
- ✓ 30～40年前は商店街も色んなお店があり、**活気があった**。通勤や通学で駅を利用する者が多く、賑わっていた
- ✓ 今は車を利用する人が多くなったため、**人通りが少ない**。また、大型店の躍進によって、**お客さんが少なくなった**
- ✓ どのお店も後継者問題が切実。**採算が取れない**ことが原因
- ✓ 後継者は居ないが自分が元気なうちは頑張りたい。売る売らないではなく、**人が集まる場**として続けていきたい、という意見も

## ▶ 商店街調査から感じたこと

入ったことがなかったお店に行ってみると  
たくさんの魅力がつまっていた！

- ✓ 大型店に負けない高品質の商品
- ✓ 地域密着の親しみやすい接客 など

こだわりと誇りをもった経営者と歴史あるお店があった

## ▶ 商店街調査から感じたこと

一方で・・・

- ✓ 後継者がいないため、自分の代で閉めることになる
- ✓ 今の商店街の様子をさみしく感じている  
(昔はよかったなあ。 など、**活気のあった頃を懐かしむ声**が多く聞かれた)

大型店へのお客の流出や後継者不足等による、  
商店街の衰退を実感した

つなぐ  
Tsunagu

St. Project  
Street Project

つなぐ × 人と人

つなぐ × 過去と未来

つなぐ × 人と店

つなぐ × 人とまち

## ▶ つなぐ St. Project

概要 商店街等の空き店舗や空きスペースを活用し、HPを活用したマッチング事業やプロモーション支援を通して「何かやりたい」と思っている住民をサポート

✓ 「みのわでの暮らしをデザインする」住民をサポートする



✓ 「みのわでの暮らしをデザインする」ことをイメージできる町の人が増える



✓ 「みのわでの暮らしをデザインする」町の人が増える



シビックプライド（地域への愛着・自治）の醸成



# ▶ つなぐ St. Project (マッチング事業)

HP上で登録した空き店舗・スペース情報を公開し、住民とオーナーのマッチングを計る。

新しい事業・取り組みに  
挑戦したい住民

副業で飲食店を  
やってみたい！

自分の作った作品を  
発表する個展を  
してみたい！

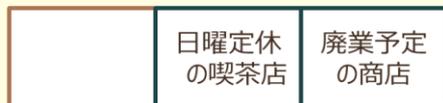
仲間と企画した  
イベントの打合せを  
したい！

自分の作品を作る  
工房・店舗を  
持ちたい！

» ホームページ »



中心商店街

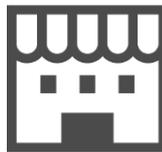


- ✓ イメージ…空き家バンクの店舗版  
民間のレンタルスペースサイト
- ✓ 町の役割…情報収集・窓口対応(起業相談員)
- ✓ 想定される費用…HPの構築・掲載情報の取材委託  
HP立ち上げ後の広告・宣伝費

HPイメージ

キャッチコピー

場所の魅力を伝える  
フォトギャラリー



- 用途 イベント 飲食店 会議  
ギャラリーなど
- 金額 /時間/日/週/光熱費
- 設備 机 椅子 食器 店舗にあるもの
- 広さ m<sup>2</sup>
- 収容人数 ~人
- オーナーから一言

## ▶ つなぐ St. Project (プロモーション支援事業)

商店街の空き店舗や空きスペースの複数店舗を同時に活用し、出店者が企画やプロモーションについて、プロと共にイベントとしてデザインし、実践する講座

講師が共に参加して  
イベントをデザインして  
いく



- ✓ 町が打合せの場をつくり、出店者同士でイベントのコンセプトを創る
- ✓ ターゲットの設定や、P R の手法について講師からアドバイスを受ける

### 事業から期待される効果

- 出店者のスキルアップ
- 出店者同士のコミュニティ
- 将来的な街づくり参画への意識向上

### イベント化により期待される効果

- イベントそのものへの注目(パブリシティ)
- 単独出店では生み出せない集客力
- 単独出店では生みだせない人通り

- ✓ 町の役割…事業のP R、人材の発掘、打合せ等の全体の調整
- ✓ 想定される費用…講師委託、印刷料



## ▶ つなぐ St. Project (事業による成果)

### マッチング事業

- ✓ 活用されてこなかった場所の発掘
- ✓ 人のいなかった場所への人の流れ
- ✓ オーナーの意識変革



### プロモーション支援事業

- ✓ 商店街への人の流れ
- ✓ 商店街そのものへの注目
- ✓ 出店者の街づくり意識の向上



- ✓ 商店街物件そのものの価値が向上する…空き店舗の減少へ
- ✓ 「ここでお店をやっていきたい！」…商店街の活性化
- ✓ 「最近商店街で何かやってるよね♪」…商店街へ目を向けてもらう



- ✓ 「私の住む箕輪町は商店街が元気です！」
- ✓ 「今度は私も新しいことやってみたいな♪」
- ✓ 「最近色んなお店が来ていて、箕輪町も面白いじゃん！」

## シビックプライドの醸成



# ▶ つなぐ St. Project (スケジュール)

1年目

4月

7月

12月

2年目

3月

マッチング事業

業者選定

同じ業者

空き店舗・スペース・  
人材開拓

マッチングHP公開

業者選定

内容企画

講座スタート

イベント開催

プロモーション支援事業

## ▶ つなぐ St. Project (予算)

総経費 1,500千円

### 委託費

- |                    |       |
|--------------------|-------|
| ✓ HP掲載情報の取材・サイトの構築 | 500千円 |
| ✓ サイト立ち上げ後の広告・宣伝費  | 500千円 |
| ✓ プロモーション講座講師委託    | 300千円 |

※以上を一連の事業として同じ事業者へ委託…一環したデザイン性をもたせる。

印刷費 (プロモーション支援事業宣伝など)	100千円
-----------------------	-------

備品費 (ポケットwifiルーターなど)	100千円
----------------------	-------

## ▶ 番外編

### 与里茶×パフェ

- ✓ 箕輪町役場が現八十二銀行の場所にあった頃、役場職員もよく立ち寄っていた路地裏の喫茶店
- ✓ ご主人が7年前に亡くなり、今は80歳を過ぎたお母さんが、ひとりでお店を開けています
- ✓ 以前は、大きなフルーツがてんこ盛りのフルーツパフェが人気の喫茶店で、アルバイトを雇ったこともあったが、今は昔から馴染みのお客さんのためにお店をやっている
- ✓ 「私ひとりでは対応しきれないかもしれないけど、昔のようにお客さんがたくさんきてくれたら嬉しい」



私たちが何かできることはないか・・・

