

# 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

【概要版】

# 1 現三原市シティプロモーション戦略について

## (1) 戦略の概要

### 目的

本市が、市民から「住み続けたい」、市外の人から「住んでみたい」と思われるような「選ばれるまち」となるため、市民や企業、市役所が一体となり、まちの魅力づくりや情報発信に取り組み、将来に向けて「〇〇なまち三原」と誰もが言えるブランドの確立をめざす。

### 計画期間

令和3年度から5年度 まで

### キーワード

- ・チャレンジできる
- ・学ぶことができる
- ・面白いニュースを生み出す

### コンセプト

”みんなで創るまち三原”

- ▶市民や企業、市役所が一体となった魅力づくりとその情報発信に取り組む

### ターゲット

- ・市民
- ・市外の人

### 成果指標

- ・地域ブランド調査 都市認知度
- ・地域ブランド調査 情報接触度の経年変化

### 取組方針

- ・市民や企業、市役所による総力戦で「選ばれるまち」の実現をめざす
- ・3つのキーワードを基に、まちの魅力をブラッシュアップし、人を惹きつける新たな魅力として構築
- ・三原の魅力を発信し市内外の共感を広げる

# 1 現三原市シティプロモーション戦略について

## (2) これまでの主な取組

### 「みんなで創るまち三原」プロジェクト(魅力づくり)

#### ①「耳にタコができるまち三原」プロジェクト

高校生が動画により三原の魅力を市内外に広く発信し、この取組を話題にすることを目的に、三原高校の生徒との連携により、高校生目線で三原の魅力をPRする動画を制作し、発信した。令和5年度には、このプロジェクトを市内5校に取組を拡充した。



#### ②「広島みはらプリン応援」プロジェクト

プリンで三原を盛り上げ、プリンで三原をPRすることを目的に、広島みはらプリンプロジェクト実行委員会等と連携し、市民やふるさと大使等がそれぞれのプリンを紹介する広島みはらプリン応援CM動画を制作・発信した。



#### ③「サイクリングのまち三原」プロジェクト

三原を「サイクリングのまち」にすることを目的に、フルーツライドみはら実行委員会やヴィクトワール広島と連携し、三原のサイクリングに適した環境や、豊かな自然、食などの魅力を伝えるイベントを継続的に開催した。



#### ④「やっさのまち三原」プロジェクト

やっさ祭りが中止や制限付開催される中、市内外にやっさ祭りを忘れず、祭りや踊りの楽しさを感じてもらうことを目的に、インパクトのあるポスターや動画、オンライン開催などを通じて、やっさの魅力をPRした。



# 1 現三原市シティプロモーション戦略について

## (2) これまでの主な取組

### 情報発信

市民や企業、団体と共に「みんなで創るまち三原」プロジェクトに取り組み、その活動やプロセスを三原の魅力や話題として市内外へ情報発信した。

#### 【情報発信の方法】



SNS(LINE、Instagram、TikTok)、YouTube(ショート)、専用サイト、プレスリリース、デジタル広告、動画コンテストエントリー等



### 庁内プロジェクトチーム

若手職員を中心に構成する庁内横断的なプロジェクトチームを運営し、プロジェクトの企画・実施や支援、Instagramを活用した情報発信を実施した。

- ・参加職員 延べ10人
- ・プロジェクト実施数 4件



### ぐっとみはら編集部

市民を中心に構成するまちのPRチームを運営し、三原のぐっとくる情報を発掘・取材し、広報みはらへの掲載や、Instagramで発信した。

- ・参加メンバー 延べ23人
- ・Instagram投稿数 255件(R4.10~R6.1)
- ・Instagram閲覧数 31.8万回(R4.10~R6.1)



# 1 現三原市シティプロモーション戦略について

## (3) これまでの取組の効果

### プロジェクトの実施

- ・プロジェクト実施数 15件
- ・プロジェクトやイベント運営等の参加者 延べ1,040人

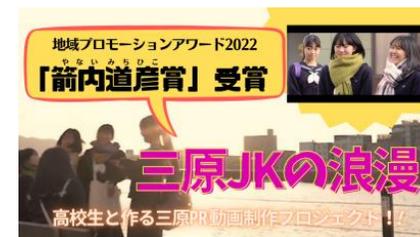


### イベントの実施

- ・サイクリングイベント(4回) 参加者 延べ894人
- ・eスポーツイベント 参加者 約200人

### 動画で魅力発信

- ・動画の制作数 延べ138本(YouTube84本・TikTok54本)
- ・動画の視聴回数 約37万回(YouTube11万回・TikTok26万回)
- ・高校生が制作した動画が全国的なコンテストで入賞



### 参加型アンケートの実施

専用サイトによる参加型の魅力発信アンケート

- ・アンケート 8回(R5.2~11)
- ・参加者 延べ3,564人



### パブリシティ活動

新聞やテレビ等への掲載回数 60回



# 1 現三原市シティプロモーション戦略について

## (4) アンケートの実施

目的 シティプロモーションの取組の認知度を測定するため

方法 インターネット(専用サイト及び公式LINE)

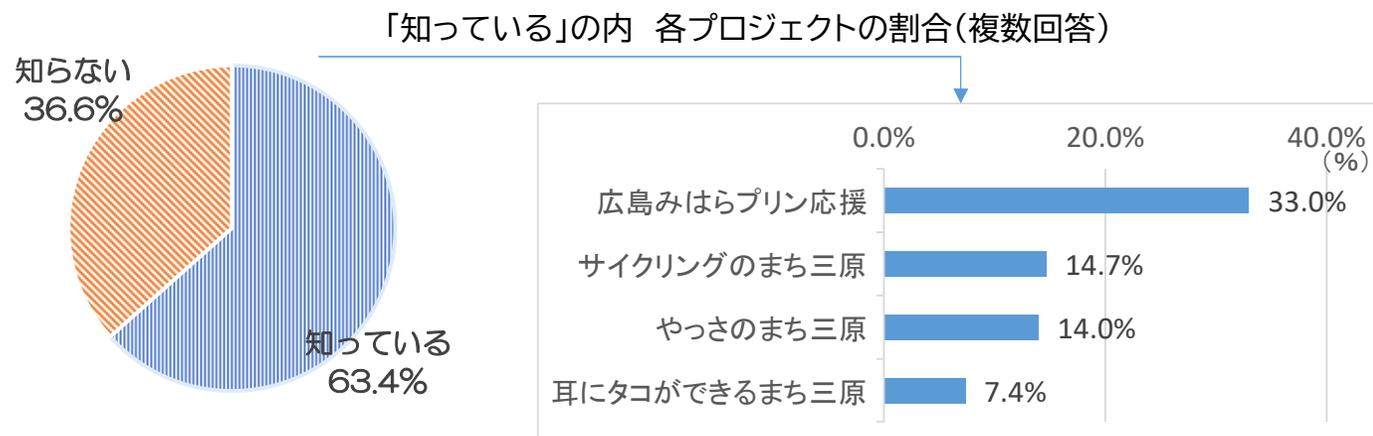
期間 令和5年10月17日～11月30日

回答数 610件

属性 市内 84.8% 市外 15.2%

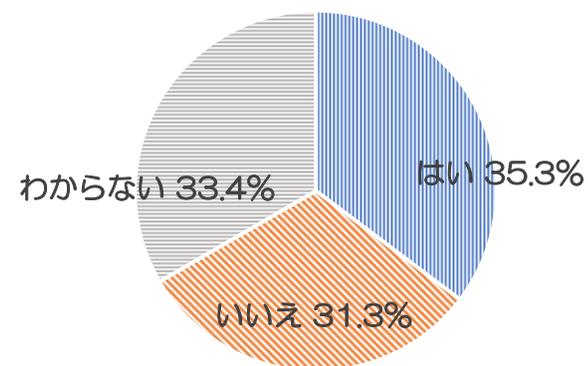
Q 三原市シティプロモーションの取組を知っていますか？

- ・「知っている」63.4%、「知らない」36.6%であった。
- ・最も知られている取組は「広島みはらプリン応援プロジェクト」で33.0%、次いで「サイクリングのまち三原プロジェクト」14.7%、「やっさのまち三原プロジェクト」14.0%であった。



Q 三原市のシティプロモーションの情報は届いていますか？

- ・「はい」は35.3%であった。
- ・「いいえ」は31.3%、「わからない」は33.4%であった。

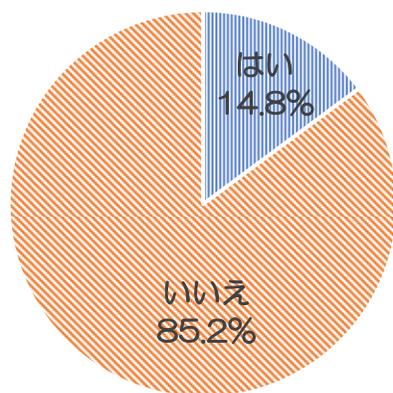


# 1 現三原市シティプロモーション戦略について

## (4) アンケートの実施

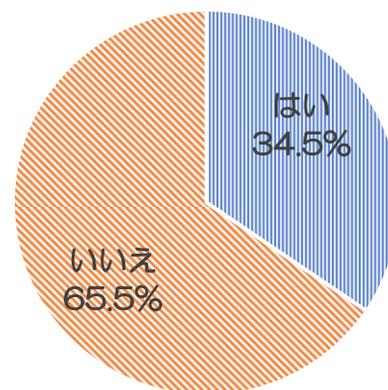
Q サイトやSNS、イベントなどで実施している「三原市シティプロモーションアンケート」に参加したことがありますか？

- ・「はい」は14.8%であった。
- ・「いいえ」は85.2%であった。



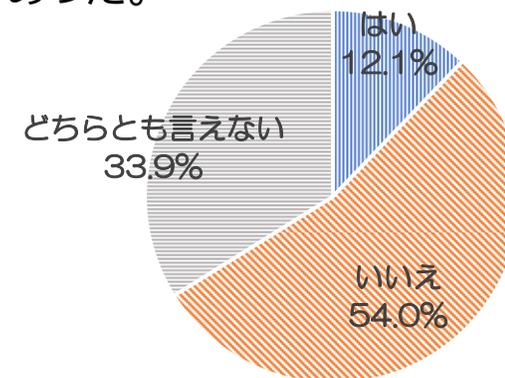
Q シティプロモーションの動画を視聴したことがありますか？

- ・「はい」は34.5%であった。
- ・「いいえ」は65.5%であった。



Q 三原市は市外の人に知られていると思いますか？

- ・「はい」は12.1%であった。
- ・「いいえ」は54.0%であった。
- ・「どちらとも言えない」は33.9%であった。



Q 動画を視聴した人の主な感想（自由記載）

- ・楽しく三原をPRできている。
- ・三原市民でも知らない魅力が発信されている。
- ・若い人に、もっと三原の魅力を見つけ出して欲しい。

- ・ありきたりで、無難だなと思う。
- ・アピールが弱い。
- ・凄い！興味がある!というような動画ではないと思う。

# 1 現三原市シティプロモーション戦略について

## (5) 評価・課題

### 【アンケート結果から見える評価】

- ・シティプロモーションの取組は、一定の認知度は得ているが情報が広く届いていない。
- ・市民等(アンケート参加者)と共に、三原の魅力を発信するシティプロモーションアンケートへの参加者も少ない。
- ・動画により三原の魅力を伝えるシティプロモーションに取り組んできたが、動画を視聴した人が少ない。
- ・こうしたことから、三原の魅力が市外まで伝わっていないと推測され、多くの市民が市外での三原の認知度は低いと感じている。

### 【課題】

- ・シティプロモーションの取組の中には、目的やターゲットが分かりにくいものがある。
- ・シティプロモーションの取組が市内外に広く伝わっていないため、市民が取組の効果を実感できておらず、三原の認知度向上にもつなげていない。
- ・注目を集め話題となるような魅力の発信ができていない。
- ・3年間に渡り、シティプロモーションに取り組んできたが、三原のブランド「〇〇なまち三原」の確立には至らなかった。



# 2 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

## (1) 戦略の概要

### 目的

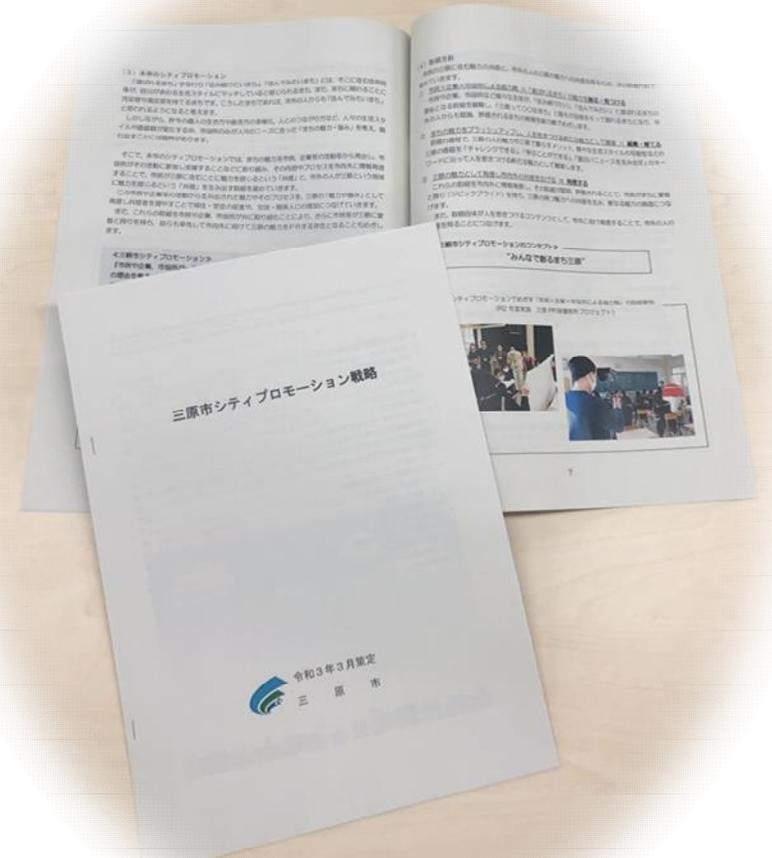
市内外から「選ばれるまち」となるため、市民や企業、市役所による総力戦で三原の魅力発信に取り組み、三原のイメージの向上やブランドを確立し、市民のシビックプライドの醸成とふるさと納税や関係・移住人口の獲得につなげる。

### めざす姿

- ・市職員のプロモーション力を向上し、市民や市外の人・企業に向けた情報発信により、三原の魅力が認知されている
- ・市役所が情報発信した魅力に共感した市民等が、自発的にその魅力を発信している
- ・市内総力戦で三原の魅力を発信するまちの姿が市外から認知・共感されている

### 計画期間

令和6年度から8年度まで



## 2 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

### (1) 戦略の概要

#### キーワード

##### ・チャレンジ

▶シティプロモーションの取組を通じて、市民や企業、市役所による総力戦で三原の魅力発信にチャレンジすること、市内でチャレンジしている人を応援すること、市外から市内で起業や地域活性化などにチャレンジする人を呼びこむことなどにつなげる。

##### ・話題づくり

▶本市のシティプロモーションでは、チャレンジ・活躍している人や市内企業、食などの情報を、どのように魅力的に見せるか、どうすれば人々に共感してもらえニュースとなるかという視点で話題をつくり、情報発信する。

#### コンセプト

”話題あふれるまち三原”

▶市役所が発信する三原の魅力に共感した市民や企業が自発的に情報発信することで、多くの話題が市内外に伝わる。

#### ターゲット

- ・まちの魅力を発信したいと考える「市民」
- ・地方と関わりを持ちたい、地方で活動したい「市外の人・企業」

#### 成果指標

- ・市民のまちへの愛着や誇り(シビックプライド)
- ・ふるさと納税寄附件数・金額の経年変化

## 2 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

### (1) 戦略の概要

#### 取組方針

#### ① 三原の独自性・優位性のある魅力の再確認＝見つける・深掘りする・発信する

市内でチャレンジ・活躍している人や市内企業、食などの話題となる情報を発掘・深掘りし、まちの魅力として発信する。また、ふるさと納税の取組と連動し、三原の特産品や体験の魅力を発信し、相乗効果を図る。

#### ② まちの魅力に共感した市民等が自発的に発信＝共感を得る・発信する

市役所が発信したまちの魅力に市民が共感し、多くの市民がまちに愛着と誇り(シビックプライド)を持ち、市民や企業がその魅力を自発的に情報発信することで、さらなる魅力発信につなげる。

#### ③ 市内総力戦による情報発信で、市外からの共感につなげる＝共感を得る

多くの市民が三原で暮らすことに魅力を感じ、市民や企業、市役所による総力戦で魅力発信するまちの姿を創り、市外から認知・共感されることで「選ばれるまち」の実現につなげる。

# 2 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

## (2) 取組の進め方

### ①話題となる情報の発掘・収集

市役所による情報収集や、市民や企業、市外在住者等からの情報提供により、三原らしさや話題性のある情報を発掘し、ターゲットに合わせて情報の価値を整理する。  
発掘する情報:人、物、場所、食、企業、祭り、歴史・文化、市事業など

### ②情報の深掘り(ブラッシュアップ)

庁内関係課や情報提供者等と連携し、発掘し整理した情報に魅力的なストーリーやまだあまり知られていない情報などの付加価値を付け、共感される三原の魅力にブラッシュアップする。

### ③効果的な情報発信

市職員のプロモーション力の向上に取り組み、ブラッシュアップした魅力を、様々な手段を使って、それぞれのターゲットに合わせて情報発信するとともに、その魅力に共感した市民や企業が共に情報発信する。  
手段:SNS、専用サイト、YouTube、プレスリリース、デジタル広告等

市民のシビックプライド醸成、ふるさと納税の獲得

市外からの認知・共感



## 2 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

### (3) 推進体制

#### 【庁内の推進体制】

##### ・広報戦略課

職員がSNS等の効果的な活用方法やマーケティングの手法など、プロモーションに必要なスキルを習得し、庁内で共有するとともに、シティプロモーションの取組を推進するための旗振り役として、事業全体の進捗管理を担う。

##### ・庁内関係課

全庁的なシティプロモーションの取組となるよう、必要に応じて関係各課や職員と連携し、情報の収集やブラッシュアップ、魅力発信などに取り組む。

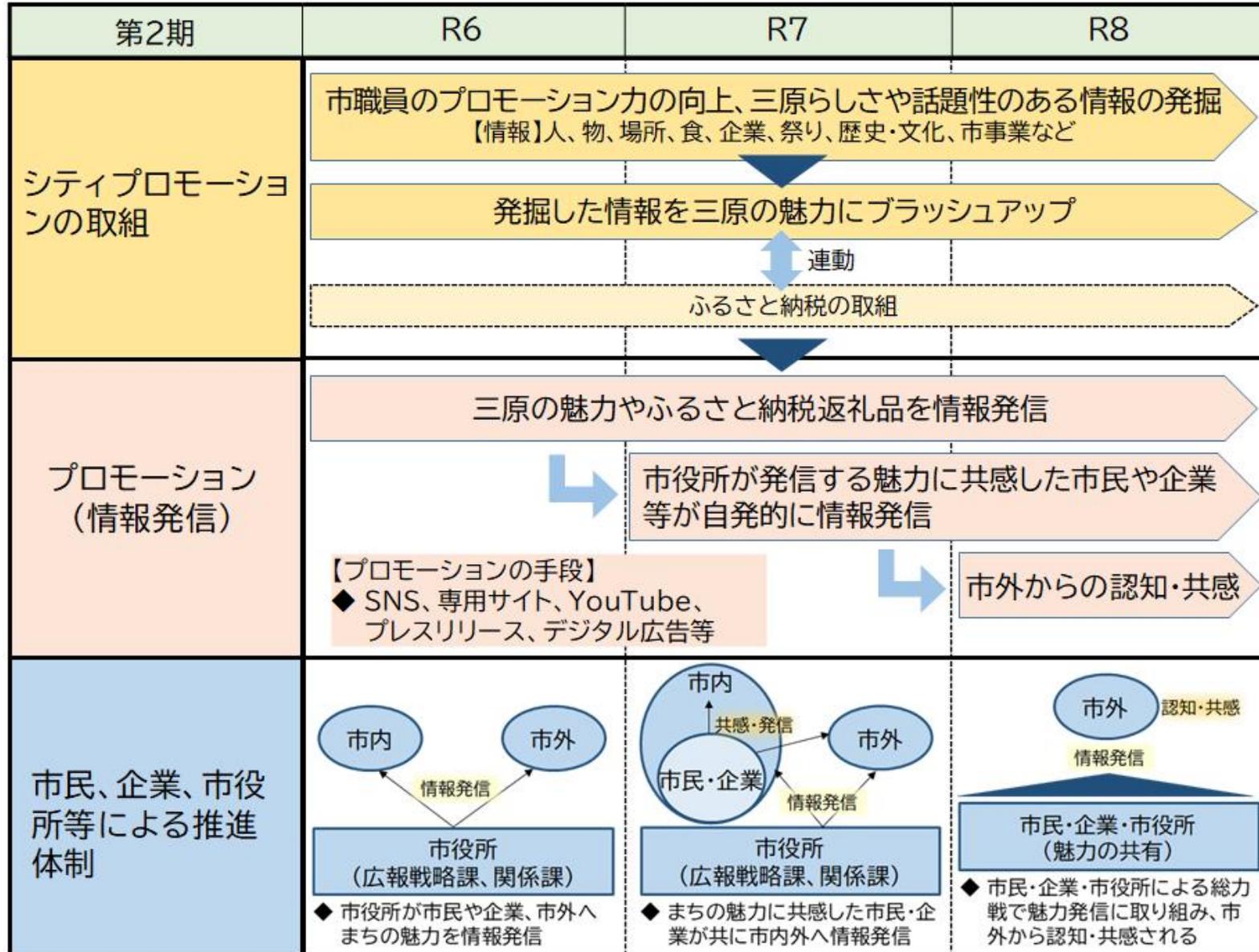
#### 【市民団体、企業、経済団体、学校等との連携】

- ・三原の魅力を効果的に情報発信できるよう、市民団体や企業、経済団体など、様々な関係団体と連携する。
- ・三原の魅力を市民に向け発信するため、市内メディアである「MCAT」、  
「FMみはら」等とも連携する。



# 2 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

## (4) ロードマップ



中長期的な取組

三原の  
ブランドの確立  
イメージ向上

「選ばれるまち」

# 2 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)について

## (5) 今後のスケジュール

令和6年2月27日

総務財務委員会 議会説明

令和6年3月4日～22日

パブリックコメント

令和6年3月末

第2期戦略 完成・公表

皆さんの意見を募集中!!

パブリックコメント よろしく

募集する計画・案列案	長期総合計画基本構想(案)	第2期三原市シティプロモーション戦略(案)
計画の概要	令和6年度に計画期間が終了する長期総合計画について、令和32(2050)年の「めざすべきまちの姿」を描き、その実現に向けて取り組むまちづくりの指針を示すもの	市内外から「選ばれるまち」となるため、三原の魅力の発信に取り組み、まちのイメージの向上やブランドを確立し、市民のまちへの愛着の醸成と関係・移住人口の獲得につなげるための計画
公表と意見の提出期間	3月26日(火)～4月15日(月)	4日(月)～22日(金)
計画と意見書(様式)の設置場所	経営企画課(市役所本庁4階)	広報戦略課(市役所本庁4階)
提出できる人	市内在住・在勤・在学の人、市内に事業所がある個人・法人	
提出方法	持参、郵送、ファクス、Eメール、専用フォーム	
提出先	市 専用フォームから、または経営企画課(〒723-8601 港町三丁目5番1号 ☎0848-67-6270 ☎0848-64-7101 ✉keikikaku@city.mihara.hiroshima.jp)、または各支所へ	市 専用フォームから、または広報戦略課(〒723-8601 港町三丁目5番1号 ☎0848-67-6016 ☎0848-64-7101 ✉koho@city.mihara.hiroshima.jp)、または各支所へ

※意見に対する個別の回答は行いません。市などで、提出された意見と市の考え方をまとめて公表します。

三原市 MIHARA

本文は はじめての方 サイトマップ Foreign Language 文字サイズ 拡大 標準 背景色の変更 白 黒

フリーワード Google 検索 分類で 検索 編集で 検索 カレンダー 表示 ライフイベント 表示 電子 申請 休日・夜間の 診療案内

くらしの情報 産業・事業者向けの情報 観光情報 市政情報

所在地 ホーム > 組織でさがす > 経営企画部 > 広報戦略課 > 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)への意見を募集します(パブリックコメント)

※あと 第2期三原市シティプロモーション戦略(案)への意見を募集します(パブリックコメント)

第2期三原市シティプロモーション戦略(案)への意見を募集します(パブリックコメント)

見つけられないときは よくある質問

印刷ページ表示 大きな文字で印刷ページ表示

記事ID: 0167625 更新日: 2024年3月1日更新

第2期三原市シティプロモーション戦略を策定するため、次のとおり戦略の案を公表し、市民の皆さんを中心に広く意見を募集します。多くのご意見をお待ちしています。

意見を募集する計画

市内外から「選ばれるまち」となるため、市民や企業、市役所による総力戦で三原の魅力発信に取り組み、三原のイメージの向上やブランドを確立し、市民のシビックプライドの醸成とふるさと納税や関係・移住人口の獲得につなげるための計画です。

第2期三原市シティプロモーション戦略(案) (全文版) [PDFファイル/759KB]