

# 令和 5 年度版 板橋区シティプロモーション計画



板橋区

## 令和 5 年度版板橋区シティプロモーション計画 について

平成 27 年 3 月に策定した「板橋区シティプロモーション戦略」（以下、「シティプロ戦略」という。）及び、令和 2 年 12 月に策定された同「追録版（板橋ブランド戦略）」（以下、「追録版」という。）を着実に実行するものとして、「令和 5 年度版 板橋区シティプロモーション計画」を策定する。

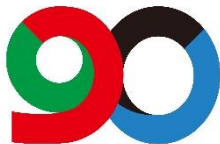
区のブランド戦略は、「いたばし No.1 実現プラン 2025」において、経営資源を重点的に投入する重点戦略の柱のひとつとして位置づけられている。また、令和 4 年 5 月、国から S D G s 未来都市に選定されたことを契機に、令和 5 年度はさらに S D G s 及び「絵本のまち」をより戦略的に企画し、実行に移すとともに、発信をしていく必要がある。

また、世界的な SNS や動画配信の利用拡大により、企業、団体から個人に至るまで、様々な主体による膨大な情報発信が行われ、その中でより「伝わる」広報や魅力発信の手法及び仕組みを絶えず検討、更新していく必要がある。

これらのことを踏まえ、令和 4 年度までの取り組みを踏まえつつ、絶えず変化する状況の変化に柔軟かつ迅速に対応しながら、ブランドの確立・維持・向上をめざし、以下の事業展開を図っていく。

## 令和 4 年度版板橋区シティプロモーション計画の主な成果・取組

令和 4 年度版板橋区シティプロモーション計画では、これまでの取り組みを継承しつつ「追録版」に基づく、ブランド戦略視点により新たな取り組みを行った。



いたばし未来パレット

区制施行 90 周年記念ロゴ



未来へのメッセージ募集



絵本のまちワークショップの開催

## 1 区制施行 90 周年記念事業

- (1) 記念ロゴの活用・展開
- (2) 記念誌及び広報いたばし特集版の発行（10 月）
- (3) 記念式典の開催（10 月 1 日）
- (4) 未来へのメッセージ募集
- (5) タイムカプセル封入及びみらいの木植樹式（3 月 22 日）
- (6) インスタグラムを活用した投稿キャンペーン

○記念式典の開催に合わせて、10 年後の 100 周年に向けたメッセージ募集を式典会場にて実施。区内各所でも巡回して実施。

○無印良品 板橋南町 22 では、展示とともにワークショップを開催。

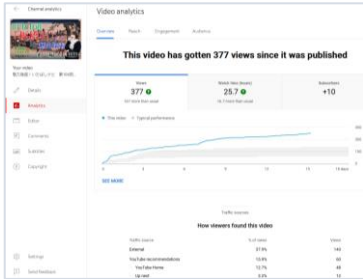
○（4）で集めたメッセージをタイムカプセルに封入するとともに、「みらいの木」を本庁舎正面玄関に植樹（（5）植樹式）

## 2 「絵本のまち板橋」プロジェクトにかかる発信

- (1) 区役所 1 階における PR 展示
- (2) 啓発グッズによる「絵本のまち」の機運醸成
- (3) 東武東上線車内広告などによる PR
- (4) 庁内外における啓発活動（ちらし、ワークショップ）
- (5) 区公式サイト内「絵本のまち板橋」ページの充実・展開
- (6) プロジェクト事業外への派生・展開の研究

「広報のための情報整理・発信」チェックリスト（案）	
事業名	
1 「情報整理」：「広報ターゲット」・「広報の言い回し」を整理する。	<input type="checkbox"/>
2 「広報ターゲット」	
3 「広報の言い回し」：効果的表現を検討する。	<input type="checkbox"/>
4 「広報物作成」：ポスター・パンフレットを作成する。	<input type="checkbox"/>
5 「広報するターゲット」：各の広報内容も検討する。	<input type="checkbox"/>
所属	
担当	
内線	

広報媒体活用チェックシート



youtube アナリティクスツール



株式会社良品計画との協定締結



絵本のまちひろば

### 3 広報媒体の網羅的・一体的活用のためのチェックシート作成

広報いたばし、ホームページをはじめ、多岐にわたる広報媒体について、的確かつ効果的な活用に資する、セルフチェックシートを作成した（令和5年度運用開始）。

- ① 対象に適した広報媒体の優先順位の設定
- ② 広報時期・頻度の提案
- ③ 所管課におけるチェックと必要に応じた広聴広報課との情報共有

### 4 制作・投稿技術水準の向上のための動画・SNS 部会の設置

区全体の動画制作・投稿技術の水準を向上させるため、動画・SNS 部会を設置し、以下の取り組みを行った。

- (1) 勉強会の実施（9月6日）
- (2) YouTube アナリティクスツールの開放
- (3) 動画等撮影機材の充実
- (4) ChatLuck の活用による効率的な情報共有、意見交換

### 5 良品計画との包括連携協定ほか企業連携

- (1) 株式会社良品計画（新規）
- (2) 協定に基づく継続的な連携
- (3) リンテック（区内企業との連携協力）
- (4) 区内6大学

### 6 EBPMツールの活用

区民まつりにおける「絵本のまちひろば」において、会場でのアンケート調査や属性などを判別できる AI カメラを活用した効果測定を試行実施（IT 推進課、くらしと観光課、広聴広報課連携）。

それらの結果や事前・事後の検証をとおして、分析・考察を踏まえて次回開催に向けた改善案をまとめた。

- (1) 絵本のまち分析結果、考察
  - ① 絵本のまちの取組を知っている：40%程度  
来場要因：会場で初めて知った 36%、SNS で知った 10%程度
  - ② 来場者の多くは近隣住民
  - ③ 体験型イベントは高評価
- (2) 改善策の案
  - ① インスタグラムなどの SNS を活用した情報発信
  - ② 触れあえるイベントの区内展開
  - ③ 絵本づくりなどの体験型ワークショップの開催

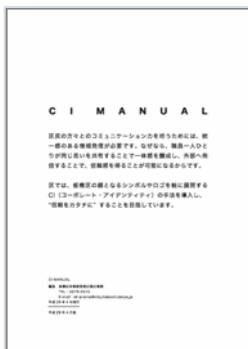
## 令和5年度計画

令和5年度は、令和4年度の進捗及び成果を踏まえ、その取り組みを原則継続したうえで、特にSDGsにかかる取組、広報技術の向上にかかる取組を追加して計画する。

また、組織横断的かつ重点的に取り組むものとして「事業に関すること」と「発信方法に関すること」を設定する。

### I 板橋区シティプロモーション戦略からの継承事業

(3つの基本方針に基づく発信)



CIマニュアル表紙



SDGsロゴ

#### 1 区の魅力発信を継続的及び統一的に実践するための体制／プロセス／メソッドを作り上げる

ア) 板橋区シティプロモーション及び広報戦略推進委員会

イ) 広報パーソンの育成

⇒ (仮称) 広報作成・媒体活用技術向上作業部会の設置 (新規)

ウ) 魅力発信サポート事業

#### 2 板橋区民のロイヤルティ(愛着・誇り)アップを優先させ、徐々に周辺エリアへ魅力発信を拡散する

ア) 本庁舎1階展示スペースなどを活用した魅力発信充実

⇒「見る」展示だけではなく、参加型・体験型の展示手法による効果的発信(新規)

イ) SDGsの視点による事業の創出と発信

⇒ローカライズプロジェクトを通じた板橋区ならではの取組(新規)

ウ) 重点事業における横断的な発信

エ) 知名度向上を図るプロモーション

#### 3 関係をつくる広報・事実を魅力的に伝える広報・区政を動かし区を変える広報

ア) 区民との関係をつくる広報

イ) 事実を魅力的に伝える、各媒体を効率的に活用する広報

### II 板橋ブランド戦略を踏まえた具体的な展開

#### 板橋ブランド戦略(追録版抜粋)

##### 1 基本的な視点

(1)「板橋」という地域性に根付いた「物語」の整理・可視化

(2)大学・研究機関や企業とのさらなる連携

(3)庁内横断的なブランド確立・発信

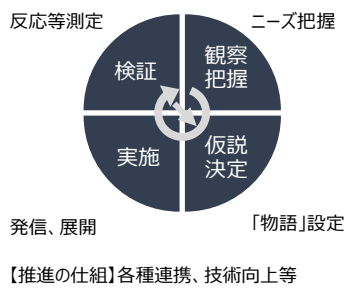
##### 2 基本方策

(1)「板橋地域資源ブランド」発掘・整理・確立

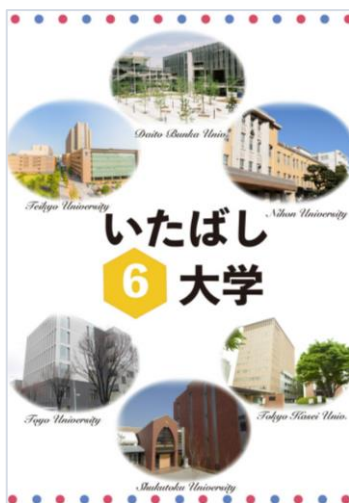
(2)主体及び担い手の発掘・展開(区民、大学、企業との連携)

(3)発信等手法の展開・向上

(4)シティプロモーション戦略のめざすべき姿の共有



ブランド戦略の具体的展開（イメージ）



6 大学との事業連携紹介パネル



Instagram インサイト機能

暮らしやすいが、叶うまち。

シティプロモーションスローガン

## 1 区民等のニーズを踏まえた区の施策・事業の「物語」発信（継続）

### （1）板橋区で感じられる「価値」ごとの一体的な発信

施策・事業の周知にあたっては、区民等が有する生活や人生設計に関する顕在・潜在のニーズに訴求する価値を意識し、一体的にまとめて「物語」として発信する。またその際、機能的価値のみならず、情緒的価値にも訴えかける内容とする。（例：「安心・安全」、「子育て」「環境」等、キーワードとして HP で特集を組むなど）

## 2 大学・研究機関や企業との連携（一部追加実施）

### （1）6 大学との連携

- ① ギャラリーモールを活用した 6 大学事業連携紹介
- ② 各種イベントにおける連携（こどもわくわくフェスタ、区民まつり「絵本のひろば」等）

### （2）企業等との連携協定・連携関係の活用、新たな連携の模索

- ① 株式会社良品計画との包括連携協定に基づく事業展開  
無印良品南町 22 内にある OPENMUJI における、行政情報の発信とともに、店舗利用者や地域住民との交流促進を見据えた活用方法の試行
- ② 企業連携実績の発信（アーカイブ）検討（新規）  
企業等連携の相手先及び分野の拡大のため、連携実績のアーカイブ化及び発信について検討し実施する。発信は、閲覧した企業等が、区が企業連携を推進していることを認識するとともに、連携の具体的な進め方が想起できるような内容とする。

## 3 SNS 及び動画を活用した定住化施策の対象・想定層向けの発信と検証（継続）

区公式 Instagram 及び動画を活用して、定住化施策対象・想定層向け情報を発信する。発信後は、インサイト機能により、閲覧数やユニークアカウント数（投稿閲覧者の実数）を把握し、投稿への反応を確認して発信方法を適宜見直す。また、フォロー数や属性に関する推移を把握し、以降の投稿に生かす。

## 4 「暮らしやすいが、叶うまち。」の各種案内、広報物への掲載（継続）

定住化施策対象・想定層が必要とする情報に対し、板橋区シティプロモーション戦略が定めるスローガン「暮らしやすいが、叶うまち。」を記載する。このことにより、当該スローガンを見たターゲット層が「自らに関係のある情報だ」と認識できるようにする。

## 5 優良事業等報奨制度（継続）

事業開発・業務改善につながる提案を増やすため、募集テーマの設定手法及び提案促進の取組強化について検討、実施。

### Ⅲ 令和5年度重点項目（事業に関すること）



いたばしの昔ばなし



板橋区は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

板橋区・SDGsロゴ

#### 1 「絵本のまち板橋」プロジェクトにかかる展開・発信

- (1) 区民等向けワークショップを活用した展開・発信  
 施策・事業の周知、理解および共感を得るため、区民や区内団体・事業者を対象としたワークショップ開催する。その後、広く興味・関心をひくため、実施内容を Web 及び紙媒体で公開する。
- (2) 区民まつり「絵本のまちひろば」による展開・発信  
 将来的な自立開催、国際イベント化を意識し、令和4年度に得られた経験を生かし、まずは区内における機運醸成をめざして実施する。実施にあたっては、海外や出版社との広範な連携をめざす。
- (3) 絵本のまち板橋 PR 展示（10月～11月のうち15日程度）  
 本庁舎プロモーションスペースを一体的に活用した展示を実施
- (4) 絵本制作による「絵本のまち板橋」の展開  
 SDGsリーフレット、自殺対策絵本、いたばしの昔ばなし絵本の制作
- (5) 広報いたばし特集版（4月1日）の発行

#### 2 SDGsローカライズプロジェクトの展開

- (1) SDGs未来都市PR展示（7月～8月のうち15日程度）  
 本庁舎プロモーションスペースを一体的に活用した展示を実施。
- (2) 絵本のデザイン・チャレンジリーフレット等の作成  
 区民ワークショップや企業・団体等から意見収集し、絵本テイストのチャレンジリーフレット等を作成。各種事業やイベントで活用する。
- (3) SDGsを知る・学ぶきっかけづくり事業  
 普及・啓発のため、各イベントにおいてパネル・ブースの出展、既存事業と連携した学習会・講座を実施する。

#### 3 新型コロナウイルス感染症対応の記録

- (1) 新型コロナウイルス感染症対策デジタルアーカイブ運営  
 区公式サイト内のページの更新
- (2) 新型コロナウイルス対応記録冊子の制作
  - ① (1) について冊子化し、閲覧に供する
  - ② 掲載範囲及び発行時期について、感染症法上の位置付けが5類感染症となる日時を踏まえ検討、決定する。

### Ⅳ 令和5年度重点項目（発信手法に関すること）

#### 1 （仮称）広報作成・媒体活用技術向上作業部会の設置（新規）

より「伝わる広報」に向け、昨今の広報技術の高度化・複雑化に対応し、様々な広報媒体（紙、WEB、SNS等既存媒体に加え、令和5年度から導入するLINEを含む）を一体的に活用していくため、全庁的に求める広報技術水準（基礎）と、技術及び意識の向上を促す仕組みづくりを検討する、（仮称）広報作成・媒体活

用向上作業部会を設置する。

同部会は、上記を達成する基本的な方針について、令和6年度からの施行に向け、令和5年度中の策定をめざす。

## 2 制作・投稿技術水準の向上のための動画・SNS作業部会（継続）

近年の SNS を活用した広報活動の増加や、コロナ禍を受けての動画広報の活用拡大にあっては、各所管課が独自研究を重ね、試行錯誤するなかで、様々なコンテンツを制作・投稿している。

こうした中、取り組みが先行した所管課と、後発の所管課で制作・投稿技術に差が生じている、

これを解消し、区全体の動画制作・投稿技術の水準を向上させるため、令和4年度に引き続き、動画・SNS部会を設置し、以下の取り組みを行う。

- ① 制作・投稿技術に関する所管課同士の情報共有（継続）
- ② 視聴者閲覧データの共有、分析、意見交換（継続）