

令和6年度 地域おこし協力隊

「シティプロモーション」活動報告

都市戦略室 山田 滉介



きょうの流れ

1. 自己紹介
2. 令和6年度の活動内容
3. 令和7年度の活動方針

わたしについて

山田 滉介 Yamada Kosuke

1996年、岩手県北上市生まれ。

慶應義塾大学法学部政治学科卒業。

University College Dublinに交換留学。

2021年、京都市役所に入庁。

文化芸術企画課に配属、文化行政に携わる。

趣味は茶道と合気道。



中国・泰山にて (2019)

昨年度に取り組んだこと

プロモーションのための撮影・編集技術を習得

- Instagramの「#私の好きな盛岡」の投稿を編集し秋・冬のプロモーション動画を制作
- 動画は岩手県市町村広報コンクールに入選。今後、全国広報コンクールに出品される予定
- PR動画撮影に同行、プロの現場ノウハウを学ぶ
- 活動の基盤になる技術が習得できた



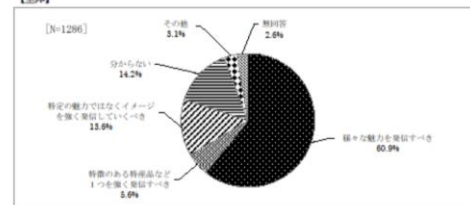
データから課題を考える

- 令和6年度市民アンケート調査の「シティプロモーション」項目の分析を担当
- 数値に触れ、自治体目線での課題を意識できた（前職の行政経験が活きた）
- 若い世代への盛岡ブランド訴求の必要性を感じた
- イベントやセミナーに参加してリアルなつながりも作れた

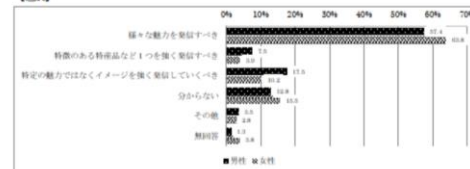
問27 あなたは、盛岡市のシティプロモーションとして、どのように魅力を発信していくべきだと考えますか。当てはまるもの1つに○を付けてください。

- 1 様々な魅力を発信すべき
- 2 特徴のある特産品など1つを強く発信すべき
- 3 特定の魅力ではなくイメージを強く発信していくべき
- 4 分からない
- 5 その他（ ）

【全体】



【性別】



男女とも「様々な魅力を発信すべき」の割合が最も高いが、男性は「特定の魅力ではなくイメージを強く発信していくべき」と考える割合が女性よりも高く、イメージ戦略重視の傾向が見られる。

【全体を通じて】

「様々な魅力を発信すべき」が6割以上であった一方、「特徴のある特産品など1つを強く発信すべき」は3.6%であった。2番目に割合が高かったのが「分からない」の14.2%で、「特定の魅力ではなくイメージを強く発信していくべき」の13.0%と続いた。

「様々な魅力を発信すべき」の割合が6割以上であったことから、様々な魅力を発信している現在のシティプロモーションは、市民の求める方向性に合致していると言える。

これから取り組みたいこと

第2期盛岡市シティプロモーション計画の実践基盤を構想

CP
計画

① 盛岡ブランドの推進

統一されたブランドメッセージを訴求し、
「良好な都市イメージ」を形成



② 発信力の強化

戦略的なプロモーション手法を浸透させ
各課施策の効果を向上

実践
基盤

職員・市民が参画できる、
シティプロモーションのプラットフォームとしてのメディア運営

noteとInstagramを運用

		情報量	手軽さ	検索性	コンテンツ
note		大	△	○	<ul style="list-style-type: none">・隊員による盛岡ブランドのPR記事<ul style="list-style-type: none">*「水」や「喫茶文化」「工芸」等、テーマ連載・各課施策のPR記事<ul style="list-style-type: none">*神戸市の事例を参考に職員参加を促す
Instagram		小	○	△	<ul style="list-style-type: none">・note記事の紹介・動画形式によるまちのお店等の紹介・アンケート等でのライトなコミュニケーション

神戸市公式noteの事例

- 「note pro」を利用（*自治体は無償使用可能）
- 市民に届くよう、行政情報を血の通った言葉に“翻訳“
- 広報戦略部の伴走支援により各課職員が記事作成。
職員の”伝える力“を自然に向上
- 職員の自己表現・自己実現の場として機能。
職務へのモチベーション向上にも寄与



神戸市内に29の銭湯、全て巡った市職員が二つの「押し銭湯」を解説！

♡ 280

神戸市公式note
2024年9月12日 10:30

noteをシティプロモーションの“広場”に

- 各課の取組や生活的観点での盛岡の魅力を「シティプロモーション」としてメディアに集約
- 自治体としての統一されたブランドメッセージを発信し、市内外の人々の「良好な都市のイメージ」を形成
- メディアは庁内の研修の場としても活用。あらゆる施策が「盛岡ブランド」へとつながっていることを庁内に浸透
- 各課や職員に加え、高校生や市民ライター*、プロの文筆家など、将来的には市民参加が可能な開かれた場所を目指す

*花巻市『まきまき花巻』等を参考に



暮らしの物語を次の世代へ

- 盛岡ブランドの本質＝暮らしを”物語る”力
- 「もの」＝得も言われぬ情緒（⇔「こと」）
- メディアを通して、物語を語り継いでいく
- これからもずっと、盛岡で生きていきたい





ありがとうございました

盛岡市 都市戦略室 地域おこし協力隊

山田 滉介（やまだ こうすけ）

f00086044@city.morioka.iwate.jp