

中野区シティプロモーションの推進について

1 目的について

（1）区民の区に対する愛着と区外の人々の中野区の推奨機運の醸成

区民に区の魅力を再認識してもらい、区への愛着や誇り（シビックプライド）の向上を促すとともに、まちの集客力や発信力の強化にかかる連携関係を構築することで、参画意欲を醸成させ、活力にあふれるまちを形成する。

また、区外の人については、区の知名度の向上を促し、区の魅力や取組みに関する理解と共感を獲得することで、区を推奨したり、応援したいという機運の醸成やファン層の増加を目指す。

（2）新しい中野への期待感の向上等による定住人口・昼間人口の増加

区内外の人々の区への愛着や推奨機運を醸成しつつ、まちづくりの進展する中野駅周辺におけるまちの将来像を発信し、成長する新しい中野への期待感を高めるとともに、区の魅力の発信や受入環境整備等の施策を通じて、定住人口・昼間人口の増加を目指す。

2 基本方針について

（1）基本方針1

区に対する愛着や誇り（シビックプライド）の醸成と民間主体の連携関係の構築

（2）基本方針2

「話題化される情報」として設計・デザインした継続的な情報発信

（3）基本方針3

情報発信活動を効果的に行うためのシンボル作成

（4）基本方針4

集客力向上に向けた観光情報発信と受入環境整備

上記4つの基本方針のもとに具体的な取組みを行う。

3 取組内容について

（1）中野の未来を語るワークショップの開催

区民、区内企業、大学、経済団体、商店街などをメンバーとして、区の魅力や特徴、まちの将来像について議論し、各メンバーが取り組みたい実現可能な

プロモーションプランを作り上げるワークショップを実施する。当該ワークショップを通じて、区に対する愛着や誇り（シビックプライド）を醸成するとともに、作りあげたプロモーションプランについては、次年度以降における事業の具体化を目指す。

（２）継続的な参加型シティプロモーション

今の区の魅力を確実に伝えつつ、まちづくりが進展し、成長する新しい中野への期待感を高めるために、継続的なコンテンツによるプロモーションを行う。区からの一方的な情報発信ではなく、区を取り巻く人々が参加できるコンテンツを活用し、人から人へ波及効果のあるプロモーションを行う。

（３）効果的な情報発信のためのシンボル作成

情報発信活動を効果的に進めるためのシンボルとして、まちの魅力を拾い集め、ブランドコンセプトを明らかにするとともに、区内外の人の共感を獲得できるロゴ・キャッチコピーを作成し、統一的イメージによる情報発信を行う。

（４）観光情報発信の推進

区内企業、大学、経済団体、商店街と連携し、食文化や歴史的な資源、中野区を印象付けるアニメ・サブカルチャーなどの観光資源について、観光サイト・観光アプリ・観光ガイドの活用やイベント開催支援などを通じて、区内外へ情報発信を行う。

シティプロモーションの具体的な取り組みやイベント、まちづくりの進行などの情報を『話題化される情報』として設計することにより、一方的な情報発信に終わらない人から人へ波及効果のある情報発信を行う。

（５）観光受入環境の整備

区民が中野のまちを再発見しつつ、まち歩きを楽しんだり、来街者に区において快適に観光してもらうため、Wi-Fi スポットの整備、区の観光情報発信の多言語化、観光スポットやまち案内表示の整備、商店街における国際化対応などの受入環境整備を進める。

４ シティプロモーションにおける３か年イメージ

（１）平成３０年度：ブランドコンセプトの設計期

- ①ブランドコンセプトの開発・明文化・情報発信
- ②区内ステークホルダーを巻き込んだ連携関係の構築

（２）平成３１年度：ブランドコンセプトの発信強化期

- ①メディアを通じた情報発信の強化
- ②区内ステークホルダーの連携関係を土台とした事業実施

（３）平成３２年度：ブランドコンセプトの確立期

- ①３０、３１年度の施策をフィードバックした情報発信の刷新・強化

②区内ステークホルダーの連携関係を土台とした事業強化・発展

5 事業の評価指標について

シティプロモーション事業について、目標達成に向けた以下の4つの指標を設定し事業を行う。

- (1) 主要指標 : 「中野」愛着度
中野区に「愛着を持っている度合い」
- (2) 補助指標1 : 「中野」推奨度
中野区を「他者にお勧めしたい度合い」
- (3) 補助指標2 : 交流・昼間人口数
中野区内全駅の利用者数
- (4) 補助指標3 : 来街者の滞在時間
中野区に滞在した時間

6 推進体制について

区民、区内企業、大学、経済団体、商店街など様々な民間団体の連携関係が構築され、まちの取組みに参画する機運が醸成されることで、民間主体の様々な取組みが進展し、活力にあふれるまちが形成される。

このように区におけるシティプロモーションにおいては、行政主導ではなく、民間主体の連携関係や取組みを支援することを目的とする協議会を設置する。

7 今年度の予定について

- 平成30年10月 シティプロモーションホームページ・SNS開設
ワークショップ開始
- 11月 協議会開催
- 平成31年 2月 ブランドロゴ・キャッチコピー・動画制作
ブランドコンセプトPRイベント
- 3月 ワorkshop発表会