

オンライン専用

回覧			

NOMA行政管理講座開催(ご案内)

自治体におけるシティプロモーションのための魅力形成と戦略広報のすすめ方
～メディアの特性を活かし、市民を巻き込む仕掛けとは～
＜令和3年11月16日(火)・17日(水)＞

拝啓 時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。
本会事業活動には、平素より格別なご支援・ご協力を賜り厚くお礼申し上げます。
人口減少や都市間競争が厳しさを増す中で、自治体は長期的な発展を見据え、次世代における地域の担い手が育っていく枠組みを構築しなければなりません。そのためには、地域の魅力を創造し、ライフスタイルの差別的優位性によるブランド化を図りつつ、その情報を外部へ発信して拡散させ、様々なメディアを巻き込んだプロモーションを継続的に仕掛けていくことが不可欠となります。
従来型のいわゆる広報・広聴と異なり、このような形態の情報発信では、企業の広告・宣伝に近いメディアやターゲット(顧客)の特性をふまえた緻密な戦略にもとづく展開と、地域の主体である市民の積極的な参加が必須であることはいうまでもありません。
本セミナーでは、自治体における広報実務セミナーの応用編として、地域の魅力を築き、理解を得る戦略的なシティプロモーションの手法について、実践的なワークも交えてわかりやすく習得いただきます。また、現在のコロナ禍、with コロナ状況においてシティプロモーションをどのように進めていくかも併せて検討してまいります。
時節柄公務ご多忙の折とは存じますが、この機会に関係各位多数のご参加をお薦め申し上げます。

敬 具

記

時：令和3年11月16日(火) 13:00～17:00
11月17日(水) 10:00～16:00 (12:30から受付)

講 師：東海大学文化社会学部 広報メディア学科 教授 河井 孝仁 氏
かわい たかよし

会 場：日本経営協会内専用教室
(東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-11-8)
オンライン会場(ZOOMによるLive配信)

参加料：会員(1名) 31,900円(税込)
(負担金) 一般(1名) 35,200円(税込)

★JR代々木駅の正面(西口)改札を出て、宝くじ売場と富士そばの間の道を進んで下さい。明治通りを原宿方面に進み、コンビニ・ローソンの先のビルです。

＜会場案内図＞

申込方法：①W e b 申込…本会ホームページ上の「セミナーお申込ボタン」を押し、必要事項をご入力下さい。(オンライン参加の場合はできるだけwebからお申込みください)
②F A Xまたは郵送申込…裏面申込書に必要事項をご記入の上、下記へお送り下さい。
・受付次第、参加券および請求書をご連絡担当者宛にお送りいたします。
・開催3営業日前までに参加券が届かない場合は、お手数ですがご連絡下さい。
・お申込みは会場参加の場合は開催日の3営業日前までに、オンライン参加の場合は5営業日前までをお願いいたします。
・本講座は、会場参加・オンライン参加それぞれ定員になり次第締め切らせていただきます。

入金方法：お申し込み後、キャンセルされる場合は必ず事前にご連絡下さい。
開催日の3営業日前～前日のキャンセルは参加料の30%、開催当日のキャンセルは100%をキャンセル料として申し受けます。
なお、当日までに連絡なくご欠席の場合も、100%のキャンセル料となりますので、あらかじめご了承下さい。

その他：参加者が少数の場合、天災、その他の不可抗力の場合などにおいては、中止・延期させていただく場合があります。

○オンライン参加での留意事項
・オンライン参加をご選択いただいた方には別途詳細をご案内いたします。
・テキストは事前に送付もしくはデータ送信させていただきます。

お申込み
お問合せ先 **一般社団法人 日本経営協会**
(お問合せは平日の月曜日～金曜日の9:15～17:15にお願いいたします)

本部事務局 企画研修グループ
〒151-8538 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-11-8
TEL(03)3403-1891(直) FAX(03)3403-1130
E-mail:tk@noma.or.jp URL <http://www.noma.or.jp>

▶プログラム◀

I：戦略広報とシティプロモーション

- 1) 納税者の納得を得る「戦略」とは
- 2) シティプロモーションはなぜ必要か
- 3) そもそもシティプロモーションとは何か
- 4) 地域イメージとブランド
- 5) そこに住むことが誇りになるシビックプライド

II：地域魅力を創るサイクル

- 1) 市民を力にする「共創エンジン」
- 2) 地域の魅力それぞれを過剰に発散させるには
- 3) 市民とともに魅力を確認するために
- 4) 差別的優位性をつくるための作業
- 5) ペルソナとストーリーという考え方が鍵になる
- 6) ライフスタイルの差別的優位性がブランドになる
- 7) ブランドを基礎に魅力を磨き上げる方法

III：地域魅力を伝えるメディア活用

- 1) メディアとは何か
- 2) オウンドメディア・アードメディア・ペイドメディア
- 3) ソーシャルメディアを使いこなす
- 4) まず「傾聴」
- 5) 知ってもらうために、思いの熱量を上げるために（認知獲得）
- 6) その内容を「自分ごと」にするために（関心惹起）
- 7) ターゲティングが人の関心を喚ぶ
- 8) 人間関係を可視化するメディア活用が共感と呼ぶ

IV：意味のある情報を、意味のあるタイミングで

- 1) 市民を、顧客を、迷子にさせない（探索誘導）
- 2) 信頼ある情報を手に入れてもらうために（着地点整備）
- 3) 「私にとって」意味のある情報とは
- 4) ソーシャルの力が情報に価値を与える
- 5) 市民の、顧客の背中を押すメディア活用
- 6) 情報受信者は情報発信者（情報共有支援）
- 7) 話しやすい仕組みを作る

V：戦略は一覧表ではない

- 1) ロジックモデルという発想
- 2) 戦略に必要な目標の定量化
- 3) シティプロモーションは地域参画を創り出す
- 4) 参加意欲・推奨意欲・共感意欲が基礎になる
- 5) 庁内をその気にさせるインターナルコミュニケーション

VI：【ワーク】地域魅力創造サイクルをもとにブランドストーリーをつくる

～地域の魅力を発見し、市民の「自分には意味がある」を築く～

VII：【ワーク】メディア活用戦略をもとに広報計画をつくる

～地域の魅力を伝え、地域内外の人々を本気にさせる、行動させる～

事前課題（予定）

本講座では、ケーススタディとして参加団体の中から「モデル自治体」を指定し、受講前に事例の検討をお願いする場合があります。くわしくは、お申込みいただいた後にご連絡いたします。

講師紹介

かわい たかよし
河井 孝仁 氏

博士（情報科学・名古屋大学）、静岡県生まれ。静岡県企画部情報政策課等勤務後、2004年、財団法人静岡総合研究機構へ。2005年、東海大学文学部広報メディア学科助教授、同教授を経て2018年から現職。

専門分野は、行政広報論（自治体広報、シティプロモーション、地域ブランド、広報戦略）、地域情報論（地域メディア、地域マーケティング）。総務省地域情報化アドバイザー、日本広報協会広報アドバイザー、静岡県広報アドバイザー、公共コミュニケーション学会会長理事など各種公職を歴任。

『シティプロモーション 地域の魅力を創るしごと』（日本広報学会賞受賞）、『シティプロモーションが地域を変える』、『失敗』からひも解くシティプロモーション—なにが「成否」をわけたのか』、『関係人口』創出で地域経済をうるおすシティプロモーション2.0』など著書多数。

講座申込み：FAX (03) 3403-1130

60017561 「自治体におけるシティプロモーションのための魅力形成と戦略広報のすすめ方」参加申込書

※NOMA記入

--	--	--	--	--	--	--	--

会場参加 オンライン参加（該当欄にレ印）

令和3年11月16日～17日

会員 一般（該当欄にレ印）

役所名	電話 () 内線		<ご連絡担当者>
	FAX	()	
所在地	〒		フリガナ氏名
フリガナ参加者氏名	所属部課 役職名	経験年数	年 月
フリガナ参加者氏名	所属部課 役職名	経験年数	年 月

申込書にご記入いただいた情報は、以下の目的に使用させていただきます。

①参加券・請求書の発送および参加者名簿の作成などの事務処理 ②本会主催のセミナー、展示会、通信教育などのご案内

②がご不要の場合は□にチェックしてください。—— □不要

（経験年数は、現在の部課での年数をご記入ください）