

2024/07/02

今治市、ついに本気になりましたのでお知らせします。
**今治の魅力を全国に届けるため、
全庁一丸の総力戦で挑む情報発信プロジェクト始動！**

今治市には、豊かな自然、独自の歴史文化や観光資源、全国に誇れる地場産業など、多くの魅力的なコンテンツがあります。

しかし、その全国的な知名度は、今治に住むわれわれが思うほど高くないのが実情です。

要因の一つに、今治市の情報発信が、全国まで十分に届けられていないことが挙げられます。この課題を解決するため、今治市では新たに全部署横断型の「戦略的情報発信プロジェクトチーム」を立ち上げました。

いかにして情報を磨き、地域資源を輝かせるのか、発信の力で地域に新しい風を吹き込み、地域経済を活性化できるのか。プロジェクトチームの旗揚げからのドキュメントを、リアルタイムでお伝えします。



情報量 6,000 倍の情報爆発時代。地方都市今治市は「いまばり」の魅力をどう届けるのか？

■情報過多の現代に、今治市の独自の魅力は埋もれてしまっている。

毎年のように新たな情報発信手段が誕生する現代。インターネット上には、膨大な情報があふれ、2020年のインターネット全体の情報量は、2002年と比べて6,000倍以上になったと言われています。

まさに情報爆発の時代。インターネットの世界でターゲットに情報を届けるハードルは、20年前と比較にならないほど上がっています。そんな時代に、四国の地方都市である「今治市」が独自の魅力をいかにPRしようとも、情報は生かされないまま、物量の中に埋もれてしまっていることに、私たちは気が付いたのです。それも素朴なことから…

■「今治って愛媛？」の一言で知名度の低さを痛感

気付きのきっかけは、タレント・女優の都丸紗也華さんの一言でした。愛媛県が令和3年度から実施している戦略的情報発信プロジェクト推進業務「まじめなえひめプロジェクト」の一環で撮影された動画の中で、私たちが耳を疑う言葉が発せられていました。

「今治って愛媛ですか？」

動画はコチラから ➡まじめなえひめ研究所 https://majimena.ehime.jp/new_media/tomarui/

今治市を動かすきっかけを作った都丸さんからコメントをいただきました！

○都丸紗也華さんからのコメント

私の一言がきっかけとなりプロジェクトが発足されると聞き率直に驚きましたし、こんなにも影響があったんだと嬉しかったです。

今治といえば今治タオルのイメージが強いのですが、まだまだ私たちが知らないたくさんの魅力があると思います。

先日実際にロケに行かせていただき、自然がとても豊かで食べ物も美味しく、温かい今治の人たちと触れ、すぐに大好きな街になりました！

何かできることがあれば私にもPR協力させてください！

■「今治の魅力は全国に届いている」と錯覚していた…

「今治タオル」「日本一の海事都市」「サイクリストの聖地・しまなみ海道」こうした従来からのコンテンツや産業に加え、宝島社『田舎暮らしの本』による「住みたい田舎ベストランキング」での2年連続4冠達成や、元サッカー日本代表監督岡田武史オーナーが率いるFC今治の活躍などにより、今治の魅力は全国に届き、「いまばり」の知名度や認知度は全国区だと、私たちは錯覚していたのです。



■消滅可能性都市から脱却した今治市に吹き始めた「新しい風」を伝えるためのプロジェクト始動！

今から10年前の2014年、今治市は消滅可能性都市にリストアップされました。それからの10年間、私たちは人口減少対策や地域経済の活性化のために、様々な取組を矢継ぎ早に行ってきました。

最近では、令和4年11月から今治港を舞台に始まった「せとうちみなとマルシェ」で年間10億円を超える経済効果をもたらされ、令和3年度にスタートした移住交流推進プロジェクトでは、様々な移住促進プログラムが実を結び、令和5年度には移住者が3,000人を超えて、人口の転出超過が解消されました。

そのほかにも、地域版総合商社「株式会社今治あきない商社」の設立や、企業立地連携協定を締結した㈱SUNABACOと協力して「今治イノベーションコンソーシアム」を立ち上げるなど、ここ数年で今治市には新しい風が吹き始めています。

そして、その成果は、今年4月の発表で消滅可能性自治体から脱却したことによって証明されました。

私たちは、今治市に吹き始めた新しい風をより多くの人に感じていただき、関係人口、交流人口、定住人口の増加、そして、さらなる地域経済活性化を目指しています。「今治を全国区にする」ため全国へのPRを全庁一丸となった総力戦で、本気で取り組むことになりました。

■戦略的情報発信プロジェクトチーム発足！建設部や上下水道部から技術系職員も参画し、全庁横断で情報を集約して発信！！

令和6年6月、「今治市戦略的情報発信プロジェクトチーム」が発足しました。庁内の10部局から総勢16名のメンバーを選抜したチームには、これまで広報とは縁遠かった建設部や上下水道部の技術系職員も参画し、まさしく全庁横断での情報収集、発信を可能にする体制となりました。

6月11日には、スペシャルアドバイザーとして東海大学文化社会学部広報メディア学科客員教授の河井孝仁（かわいたかよし）氏を招き、今治市のステークホルダーに意識変容、行動変容を促すためどのような広報、メディア活用が必要なのか、すなわち「戦略的情報発信」の考え方を学び、いよいよ情報発信の実践に向けて動き出しました。



「今治」の価値を最大化させ、目指すは地域経済の活性化

■情報発信の力で地域経済の活性化を目指して

プロジェクトの目的は、地域経済の活性化です。今治市は、造船・海運などの海事産業、タオル製造などの繊維産業、そのほかにも石油製品や食料品製造業など、製造業のまちとして「稼ぐ力」を持っています。一方で、全国平均と比べて地域住民所得が低いといった問題があり、地域外からの所得の獲得、さらには地域内での所得の循環が課題となっています。

このプロジェクトでは、情報発信によって「今治」の価値を最大化することで、観光消費の増大や地場産品の販路拡大を通して、地域経済の活性化を図り、ひいては地域住民の所得向上を目指します。

■データから見た今治市の地域経済の現状と目標

地域経済を表す指標として、市民が真ん中未来づくり戦略（第2期今治市まち・ひと・しごと創生総合戦略）から、「観光入込客数」「宿泊客数」「観光消費額」を設定します。

「観光入込客数」 2019年 275.6万人 ➡ 2025年 307.5万人

「宿泊客数」 2019年 473,182人 ➡ 2025年 510,000人

「観光消費額」 2020年 38億円 ➡ 2025年 60億円

（市民が真ん中未来づくり戦略より抜粋）

また、そのために必要な価値最大化の指標として、(株)ブランド総合研究所が実施している地域ブランド調査における「魅力度」「認知度」「情報接触度」「観光意欲度」「居留意欲度」を設定し、それぞれ次の目標達成を目指します。

「魅力度」 2023年 107位 ➡ 2025年 80位以内

「認知度」 2023年 123位 ➡ 2025年 90位以内

「情報接触度」 2023年 118位 ➡ 2025年 90位以内

「観光意欲度」 2023年 120位 ➡ 2025年 90位以内

「居留意欲度」 2023年 163位 ➡ 2025年 125位以内

(2023年の順位は、第18回地域ブランド調査2023ハンドブックより抜粋)

※なお、今治市は地域ブランド調査の「産品想起率(食品以外)」のランキングで、6年連続全国1位を獲得しており、「今治タオル」のブランド力が証明されています。

■プロジェクトを通じて庁内の意識を変え、全員が「自分ゴト化」で情報発信

プロジェクトチームのメンバーは、各部署から選抜されたとはいえ、全国への情報発信を行った経験はほとんどなく、まして広報業務とは縁がない職員も多数います。

プロジェクトのもう一つの目的は、庁内の情報発信に対する意識変容です。プロジェクトチームメンバーを通して各部署へ戦略的情報発信の必要性や考え方、具体的な手法を波及させることで、職員一人ひとりが情報発信を自分ゴトとして考えられる土壌に改良します。意識変容の進捗を客観的に把握し実感するために、プロジェクトチームメンバーに対して、河井教授監修のアンケートをプロジェクト開始時から終了時まで毎月実施します。



■検証、フィードバックのサイクルを構築し、プロジェクトをマーケティングチームに深化させる。

情報発信の効果は広告換算値で測定し、プロジェクト自体の効果を検証することとしています。検証結果から、その事業に不足していたポイントを明らかにし、事業担当課にフィードバックすることで、事業のブラッシュアップにつながるサイクルの構築を目指します。

そうしたサイクルを回し続けることで、戦略的情報発信プロジェクトチームは成長し、やがてマーケティングチームに深化することを視野に活動します。



プロジェクトへの思いと期待

■今治市の魅力を発信するプロジェクト、キーマンたちの想いと期待

○地方創生プロデューサー ジェームス・アキヤマ

驚愕の事実！「移住プロモーションの情報を県内に発信して何の意味がある！？」

今治市の島しょ部の魅力に惹かれて 2021 年 7 月に移住を決断しました。東京と愛媛の二拠点生活を送りながら、今治の魅力を全国に届けたいと公私ともに活動をしています。

令和 5 年に今治市の移住促進プロモーションのお手伝いもさせていただいたのですが、その活動の中で驚愕の事実を知ることになります。本来県外・市外に伝えなければ意味をなさない移住プロモーションの情報を、県外・市外に情報発信する術がなかったのです。

情報発信においては致命的な事実ですが、この課題を今治市に提言したところ今回のプロジェクトに発展しました。市民の声を聞きスピーディーに政策実行する、これも今治市の魅力の 1 つだと感じています。本プロジェクトを通じて、市内に点在する魅力を 1 つでも多く全国のみなさんにお届けしたいと考えています。



○今治市長 徳永 繁樹

全部署を横断させたプロジェクトチーム発足決断に至った理由と意気込み

市長就任前から、「今治市はもっと上手な PR ができるのではないか」という想いを抱いていた私にとって、市長に就任して以降、今治の魅力が十分に伝わっていないと感じる場面に遭遇するたびに、歯がゆさを募らせていました。

一昨年からは毎年 11 月に東京で「いまばりの集い」を開催しています。今治に想いを寄せてくださる出身者や関係者の方々に多くご参加いただき、意見交換をする中で「もっと今治のことを発信してほしい」という要望をいただきました。



また、2005 年 1 月に 12 の自治体で合併をした今治市では、合併 20 周年の節目を迎える今年度に様々な記念事業を展開しています。この機会に、今治を離れている方々にもふるさとの情報をお届けしたいという私の強い想いもあります。

これまでも市政広報番組などを通じて、市内や県内に向けた広報には一定の手ごたえを感じていました。次は全国に向けて「今治」の魅力を伝え、知名度を上げるステージにステップアップする時期だと考え、戦略的情報発信プロジェクトの始動を決断しました。

しかし、広報セクションだけが躍起になって PR をしても、各事業を担当している職員が自分ゴトとして取り組まなければ、一過性の広報にしかなりません。全部署横断型のプロジェクトチームを発足さ

せたのは、情報を点から線へ、線から面へ、多面的・多角的・俯瞰的に見て発信するためです。そして、職員一人ひとりが「今治」のPRを自らの使命として意識し、自らが取り組むよう変容を起こすことが目的です。

私自身も、戦略的情報発信プロジェクトチームと連携しながら、より魅力的な「今治」の情報を全国の皆さんにお届けするために、全力を尽くしていきます。

○秘書広報課 藤岡 洋（プロジェクトチーム・チームリーダー）

「しまなみ海道＝今治」を常識にする。情報発信から今治の本気を感じてほしい。

「いまじ?」「こんち?」アラフィフの私たち世代が10代、20代の頃、県外の人に「いまばり」と読んでもらえないことはたびたびありました。それが、今となっては「今治」を知らない人はいないと自信過剰になるくらい、今治市にはたくさんの魅力があふれ、それが全国にも届いている…とっていました。

ところが、昨年、今治を訪れた県外の大学生たちから「しまなみ海道が今治にあるのを知りませんでした」と、私たちが常識だと考えていた「しまなみ海道＝今治市」の方程式が浸透していない事実直面しました。しまなみ海道をはじめ、サイクリング、日本遺産・村上海賊、タオルなどなど、魅力的なコンテンツがあっても、県外の方にとってはそれが「今治」とリンクしていないのが現状でした。

私たちのプロジェクトが最初に解決すべき課題は、コンテンツと「今治」をリンクさせ、多くの人に認知してもらうことです。つまり「しまなみ海道＝今治」を常識にすること。そのためには、県外で暮らす今治市出身の方々が「今治」の魅力を届ける活動に積極的に参加してもらうことが、最も効果的な方法だと考えています。過去の今治市ではなく、新しい風が吹き始めている現在の今治市がどんな取組を行っているのか、どのように変わってきているのかを情報として積極的かつ十分にお届けし、日本各地で発信してくれる人を増やしていかなければなりません。



今治市戦略的情報発信プロジェクトチームのミッションは、「今治」を全国区にすることです。この取組を通して「今治」が「本気」になったことを、全国のイマバリスト（今治ファン）たちに感じてもらい、一緒に「今治」を活性化していきたいと思っています。

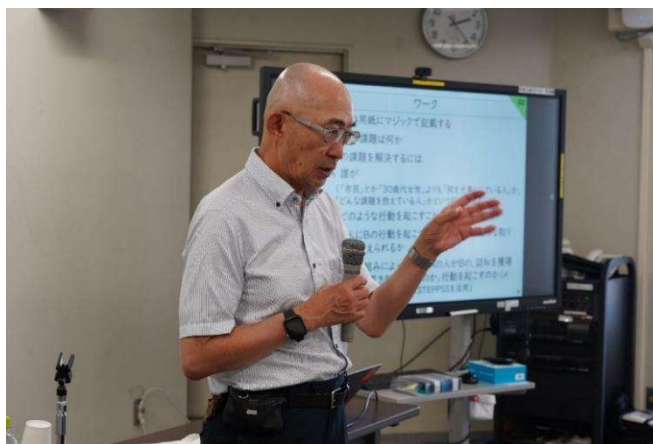
○スペシャルアドバイザー 東海大学客員教授 河井 孝仁

今治市が「本気」(マジ)に全国区になるためには、今治市秘書広報課が「本気」(マジ)に情報発信をしなければなりません。私が全国多くの自治体の広報支援をするなかで、「本気」(マジ)に情報発信をするようになった自治体広報担当部局は数多くあります。

しかし、今治市役所の部署がそれぞれに、積極的な情報発信を行っても、今治市は全国区にはならないでしょう。今治市が「本気」(マジ)に全国区になるためには、今治市役所が全部署横断型の情報

発信チームを持ち、かつ「積極的」にとどまらない、「戦略的」な情報発信を行うことが求められます。今治市は、こうした、全国でも稀有な、積極的・戦略的な情報発信を行う、全部署横断型チームを機能させるために「本気」(マジ)に学び、動きだそうとしています。行政の縦割りを前提としつつも、今治市が「本気」

(マジ)に全国区になるという目的を明確にした全部署横断型の情報発信戦略を実現することが期待されます。

**■関連サイト情報**

今治市公式ホームページ

<https://www.city.imabari.ehime.jp/>

(観光情報)

<https://www.city.imabari.ehime.jp/kanko/>

(市政広報番組)

<https://www.city.imabari.ehime.jp/kouhou/TVkoho/>

今治市合併 20 周年記念特設ホームページ

<https://imabari20th.jp/>

今治移住・定住・交流ポータルサイト「いまばり暮らし」

<https://iju-imabari.jp/>

せとうちみなとマルシェ公式サイト

<https://setouchi-mm.com/>

ササ飯事業公式ホームページ「ササ飯 ととのう、今治。」

<https://imabari-sasameshi.jp/>

※ササ飯とは、「サイクリング × サウナ・温泉 × 飯・スイーツ」の略称です。

日本遺産「村上海賊」公式 WEB サイト

<https://murakami-kaizoku.com/>

【本件に関するお問い合わせ】

今治市戦略的情報発信プロジェクトチーム (今治市役所秘書広報課)

メールアドレス hisyokouhou@imabari-city.jp 電話番号 0898-36-1634