

GO to 2020

都市イメージアップシティセールス戦略

# 都市イメージアップ事業

さいたま市の**ブランド化**を目指す  
重点的な取組の方向性

# 現状の認識

---

- ▶ 鉄道網の拡大がもたらす経済圏の拡大
- ▶ さいたまクリテリウムの定着
- ▶ 国際マラソン、さいたまトリエンナーレ、世界盆栽大会の展開
- ▶ さいたま市は住みやすい（市民意識調査）  
平成20年度 75.9% → 平成26年度 80.7%へ
- ▶ 東京オリンピック・パラリンピックの開催
- ▶ 東京オリンピックに関心がある国民 81.9% 観戦したい国民 51.2%  
（平成27年8月 内閣府調査）
- ▶ 東京オリンピック・パラリンピックの開催や円安、ビザ発行条件緩和を受けて、今年度前半6か月分の訪日外国人数が913万人に。（前年比46%増・・・年間2000万人）



接続可能な都市の活力を持ち続けるために、本市のブランド化、重点的なブランドの見える化を進める好機。

## 取組の方向性

---

- ▶ 本市のブランド化を2020年までに市民の共感と共に重点的に推進し、本市の都市イメージの国際的及び国内的な認知度向上を図る。

# ブランド化を推進する取組策

---

- ステップ1 ブランド化に適うテーマ・コンテンツの検討、選定（メディアツールの適切な選択）
- ステップ2 様々なメディアの活用を強化して本市のブランドを表出、顕在化
- ステップ3 ブランドへの市民の共感を増幅
- ステップ4 大手旅行サイトの活用により海外へのブランド周知



ブランド化の推進



都市イメージの認知度向上

# ステップ1 ブランド化に適うテーマ・コンテンツの検討、選定

---

## ▶ テーマ・コンテンツの検討、選定

本市には、例えば、サッカー、鉄道、盆栽、人形等多様なコンテンツがあるが、徐々に選択的に強化し、ブランドに成り得るキラーコンテンツとして成長させる。

※選択的に凝縮された他市のブランド例

- ・ 沖縄県 (サイクリング・アイランド・オキナワ)
- ・ 香川県 (うどん県)
- ・ 大阪市 (食いだおれの街)
- ・ 大阪府 (水の都)
- ・ 岡山県 (晴れの国)
- ・ 広島県 (おいしい広島県)
- ・ 流山市 (学ぶ子にこたえる、流山市)  
(母になるなら流山市)

10～20年後を見据えて、何が受け入れられるのか、どこを輝かせるのか、ターゲット層の心理に狙い通りの知覚を与えていく。

## ステップ2 様々なメディアの活用を強化して本市のブランドを表出、顕在化

---

- ▶ ターゲットに適した広報媒体を選択しながら、効果的なシティセールスを展開。

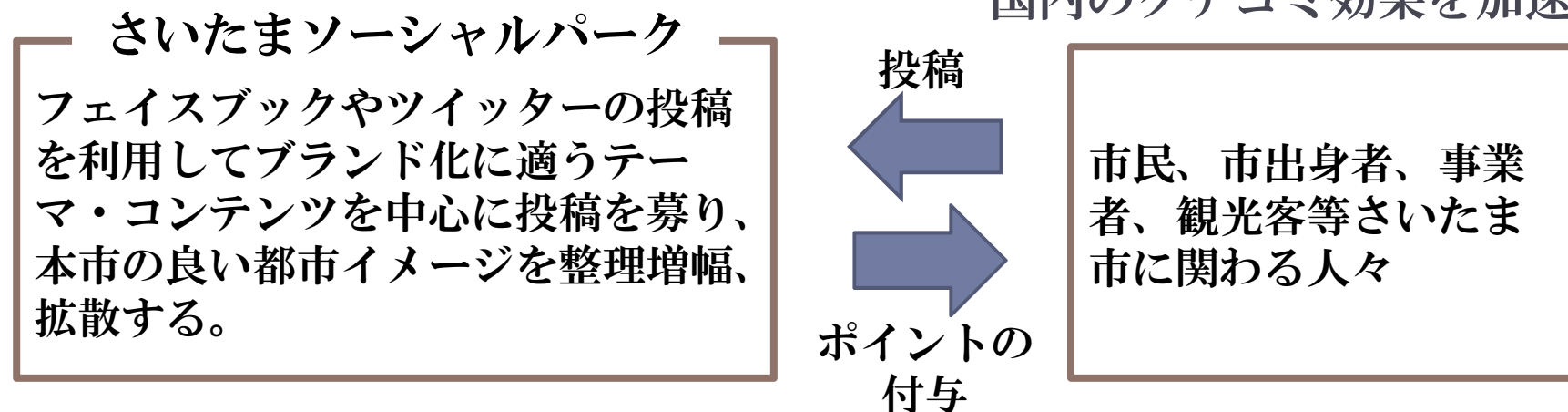
(例)

- テレビ、ラジオ、ウェブにおけるプロモーション
- 公共交通機関などの車内や駅広告、マンション広告
- 各自治体の媒体連携
- 効果的なイベント開催、参加
- 旅行代理店やホテルの活用
- トренд雑誌の活用
- 地元メディアの活用

## ステップ3 市民の共感を増幅

### (仮称) さいたまソーシャルパークの構築

国内のクチコミ効果を加速する



### サイト活性化の仕掛け（投稿する誘因を設定）

- 投稿者は、投稿することでポイントを獲得
- 名誉的欲求を発生させ、市民の誇りを醸成する
- 遊び的要素の設定
- ポイントの使い方⇒市内イベントへの参加等で活用（例 ANA）
- 地域ポータルサイト（ヌウストゥデイ）に機能を追加

## ステップ4 大手旅行サイトの活用

---

- ▶ 海外のクチコミ効果を加速する
- ▶ 情報のアウトバウンド
- ▶ ⇒インバウンド（訪日）の欲求を向上させるとともに、世界にさいたまブランドの浸透を図る。

（他市の例）

- ・ 宿泊、飲食施設へのステッカー掲出（横浜市）
- ・ クチコミ投稿を促すカードを各施設に配布（三重県）



# 参考指標

---

## 達成度指標（平成29年度末）

本市のイメージが思い浮かばない人の割合を20%以下に。

「総合振興計画実施計画目標（平成29年度末）」

「PRマスタープラン第2次アクションプラン」

- ▶ ①本市のイメージが思い浮かばない人 22.4%（H24年6月）  
本市「首都圏・北関東都市イメージに関する調査」（Web調査）
- ▶ ②本市に対する愛着度 19政令市中15位（H22年8月）  
本市「政令指定都市市民による都市イメージ比較調査」
- ▶ ③本市への外国人訪問者数 2,000人弱（H26年度）  
本市（観光案内所訪問者数）

参考：平成23年観光庁全国11空港サンプル調査 埼玉県19位  
（訪問率1.9% 全国622万人）