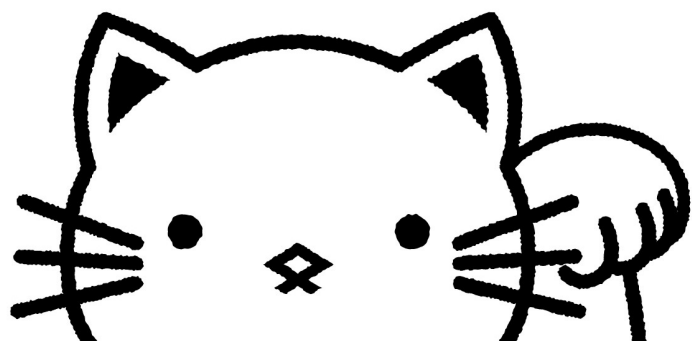
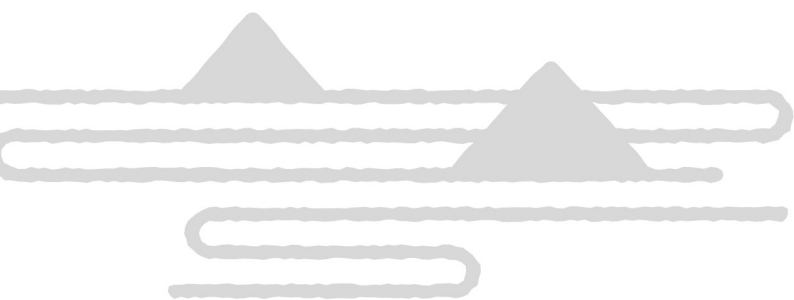




多度津町 タウンプロモーション戦略

行ってみたい 住んでみたい たどりつきたい多度津町



平成29年3月
多度津町

目次

I	タウンプロモーション戦略について	1
1	策定にあたって.....	1
2	戦略の期間と位置づけ	4
II	多度津町を取り巻く現状	5
1	全国の動向.....	5
2	香川県の動向	5
3	各種統計からみる多度津町	6
4	アンケート調査結果より	9
5	多度津町 SWOT 分析	12
6	なぜ、タウンプロモーションが必要なのか	13
III	タウンプロモーションの要素.....	14
1	地域資源について	14
2	今後のタウンプロモーションの方向性	22
IV	戦略の方針.....	23
1	戦略の基本的な考え方	23
2	メインターゲットの設定	24
3	コンセプト・キャッチコピー	26
4	「魅力づくり」と「情報発信」による戦略展開	27
5	戦略の体系.....	28
V	アクションプランの展開	29
1	魅力づくり.....	29
2	情報発信	36
VI	戦略実施のために	40
1	プロモーションツールの使用	40
2	タウンプロモーションの推進組織	42
3	タウンプロモーションのロードマップ	45

1 策定にあたって

(1) 戦略の目的と背景

我が国は、本格的な人口減少社会を迎え、生産年齢人口の減少や社会保障関係費の増加などにより、地方自治体の財政基盤は大きな影響を受けるとともに、地方経済の縮小などと相まって、地方自治体の弱体化が懸念されています。

今後さらに進展すると見込まれる人口減少社会や高齢化を背景に、近年では「地方創生」に向けて、各自治体がさまざまな取り組みを始めており、観光客誘致等による交流人口の増加や、定住人口の確保など、自治体間の競争はますます激化しています。

本町においても平成27年度に「たどつの輝き創生 総合戦略」を策定し、人口減少社会への適応として、新しい人の流れを生みだし、安心して暮らし続けられるような生活基盤の整備などに取り組んでいます。

今後も本町が「選ばれるまち」として、持続的に発展していくために、多度津町の魅力を強化し、どのように発信すべきかを「多度津町タウンプロモーション戦略」として策定することで、効果的なプロモーションを展開することとします。

■タウンプロモーションとは■

町の魅力を発掘・創造して、これを町内外へ発信することで、地域の統一イメージを形成し、都市のブランド力を高めるとともに、まちづくりにさまざまな効果を波及させる取り組みです。

(2) 戦略によって達成すべきこと

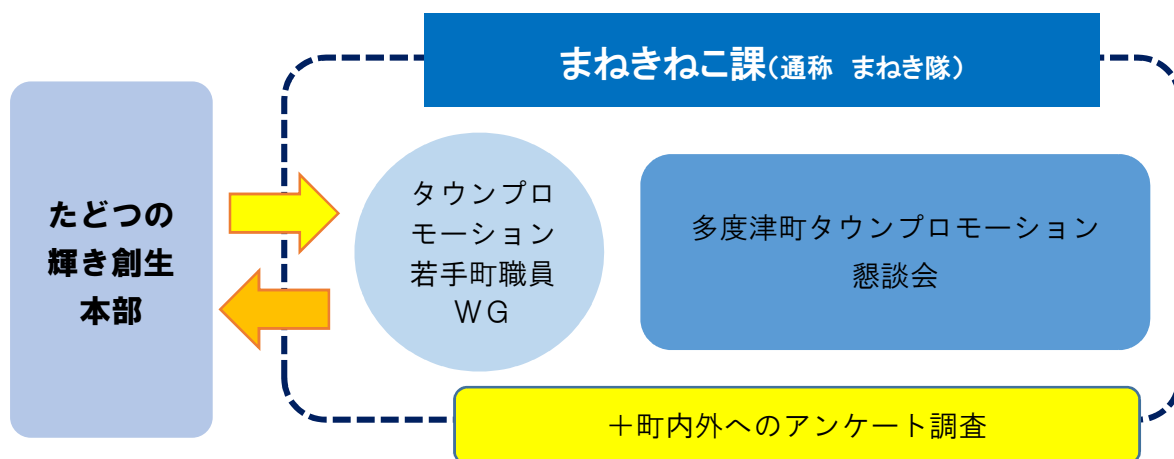
「たどつの輝き創生 総合戦略」では、基本目標に「たどつに来てもらう」を掲げており、交流人口の増加や定住人口の増加につなげる狙いがあります。

そのためには、戦略の取り組みを通して、町民がまちの魅力を再発見し、まちへの誇りを醸成することや、本町の魅力強化や効果的な情報発信によって、「行ってみたいまち」「住んでみたいまち」として本町をPRすることが重要です。

(3) 策定体制

本戦略の策定にあたって、多度津町内・町外にお住まいの方へのアンケート調査の実施や、住民とともにまちの価値をつくり上げていくプロセスを重視し、「多度津町タウンプロモーション懇談会」や「タウンプロモーション若手町職員ワーキンググループ」からなる「まねきねこ課（通称 まねき隊）」でのワークショップを実施しました。

また、まねきねこ課の上位組織で、地方創生関連事業の総括本部である「たどつの輝き創生本部」への報告を行いました。



●たどつの輝き創生本部

地方創生関連事業の総括本部。町長、副町長、教育長、課長級の町職員

●タウンプロモーション若手町職員ワーキンググループ

創生本部の下部組織。40代以下の若手町職員

●多度津町タウンプロモーション懇談会

タウンプロモーション推進組織。地域活性化に関する取り組みを実践されている方

<アンケート調査の概要>

●調査対象者:①多度津町にお住まいの町民の方 = 町内(町民)アンケート

②多度津町外にお住まいの方 = 町外(Web)アンケート

●調査期間:平成28年9月26日(月)～平成28年10月12日(水)

●調査方法:①郵送による配付・回収 ②Webによるアンケート調査

(4) 住民とともに作る戦略

本戦略においては、本町に関わりを持つ人々や団体が一体となって、戦略的なタウンプロモーション活動を継続して行うことで、町民等の「つながり」を強化し、多度津町に対する愛着や誇り（シビックプライド）を醸成する狙いがあります。

そのため、住民と行政の協働ステージとして「まねきねこ課」を設け、プロモーション戦略策定、コンセプト設定、Web サイト内容検討などを担う推進協議会を立ち上げました。

コンセプト

住民と協働でつくるプロモーション



まねきねこ課

（通称：まねき隊）

- ・ 庁内若手職員
- ・ 商工会議所
- ・ まちおこし団体など
- ・ 金剛禅総本山少林寺
- ・ JR 四国
- ・ メディア関係者



プロモーション 内容の協議

コンセプトや
ターゲットの設定

つながりの強化

目的や目標を共有し、
地域を盛り上げる
担い手・組織づくり

シビックプライド

町への誇りや愛着を
持って参加してもらう

まねきねこ課の由来

佐柳島の“とびねこ”をヒントに、「たどつに來てもらう」目標を達成するため、人をまねくことが目的であることから「まねきねこ」をモチーフとして活用しています。また、多度津町に訪れる人への「おもてなし」の気持ちを込めて、会議内で決定しました。

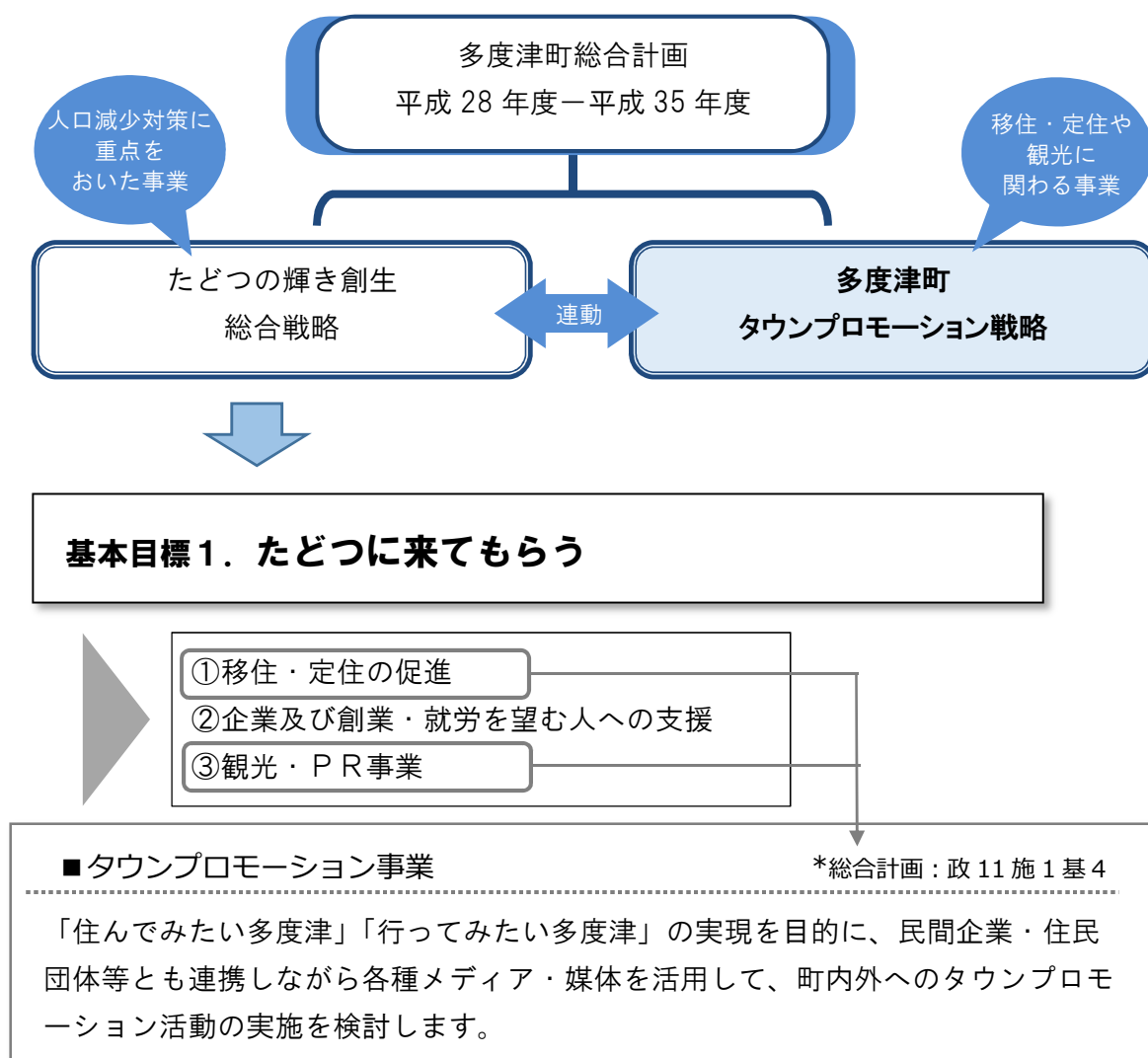
2 戦略の期間と位置づけ

(1) 戦略の期間

本戦略の計画期間は、平成 29 年度から平成 31 年度の 3 か年とします。この期間は、まち・ひと・しごと創生法に基づき策定された「たどつの輝き創生 総合戦略」と最終年度を合わせたものとなります。

(2) 戦略の位置づけ

本戦略は本町の将来像と施策の方向性を示した「多度津町総合計画」を上位計画とします。また、平成 27 年度策定の人口減少対策に重点をおいた「たどつの輝き創生 総合戦略」と整合を図りながら策定される、分野別計画のひとつに位置づけられます。



Ⅱ

多度津町を取り巻く現状

1 全国の動向

少子高齢化、地域経済の低迷等を背景に 1990 年代頃から「地域ブランド」という言葉が使われ始め、市町村合併の推進や地域団体商標制度の施行により、多くの自治体で取り入れられるようになりました。

平成 26 年 11 月には「まち・ひと・しごと創生法」が施行され、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への過度の人口集中の是正、地域での住みよい環境の確保等を通じて、活力ある日本社会を維持していくため、日本全国で地方創生の取り組みが活発に行われています。特に競争力を高めるための特産品の開発やゆるキャラ、PR 動画などを活用した地域ブランドの構築・シティプロモーションの推進に取り組む動きが活発になっています。また 2020 年開催の「東京オリンピック・パラリンピック」に向け、海外観光客誘致のためのインバウンド観光や合宿地誘致の動きも始まっています。

- 地域ブランドは飽和状態
- 地方創生に向けて多くの自治体での取り組みの活発化
- 海外観光客誘致のためのインバウンド対策が進む

2 香川県の動向

香川県では、「選ばれる香川県」をめざして、知名度とブランドイメージ向上のため、平成 23 年に「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクトをスタートさせました。

ニュース性のある話題とインパクトのある映像により、これらの取り組みは全国的に広まりました。その後も、テーマを変えながらもインパクトのある映像コンテンツによる情報発信やイベント等の取り組みを展開しており、県の知名度は飛躍的に向上しています。

また、瀬戸内海の島々を舞台にした現代美術の国際芸術祭である「瀬戸内国際芸術祭」を 3 年ごとに開催しており、回を重ねるたびに、国内外からの注目も高まり、外国人観光客の誘致や県内観光客の入込数の増加にも大きく寄与しています。

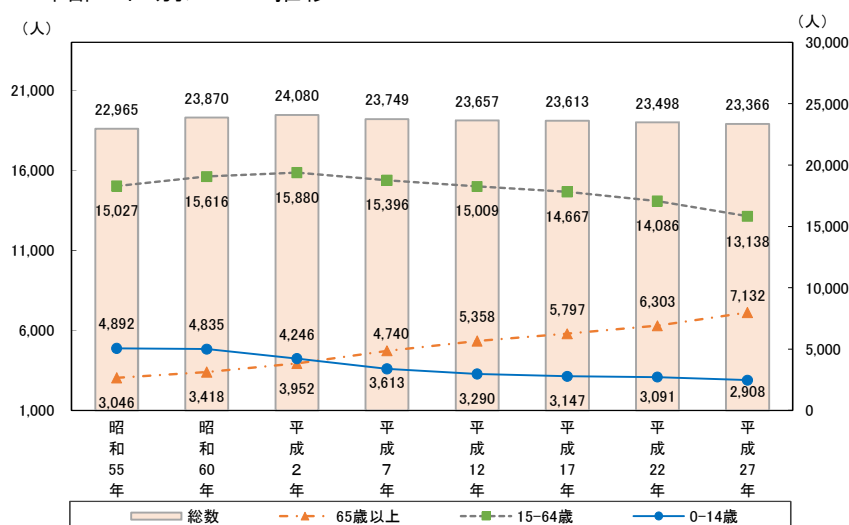
- 「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクト
- インパクトのある映像コンテンツによる情報発信
- アートとコラボした取り組みによる観光入込客数の増加

3 各種統計からみる多度津町

(1) 総人口の推移

・ 総人口の推移をみると、平成2年まで増加していましたが、その後は微減の状態が続いています。また、全国的な少子高齢化の進行は本町においてもみられます。

■ 総人口と年齢3区別人口の推移

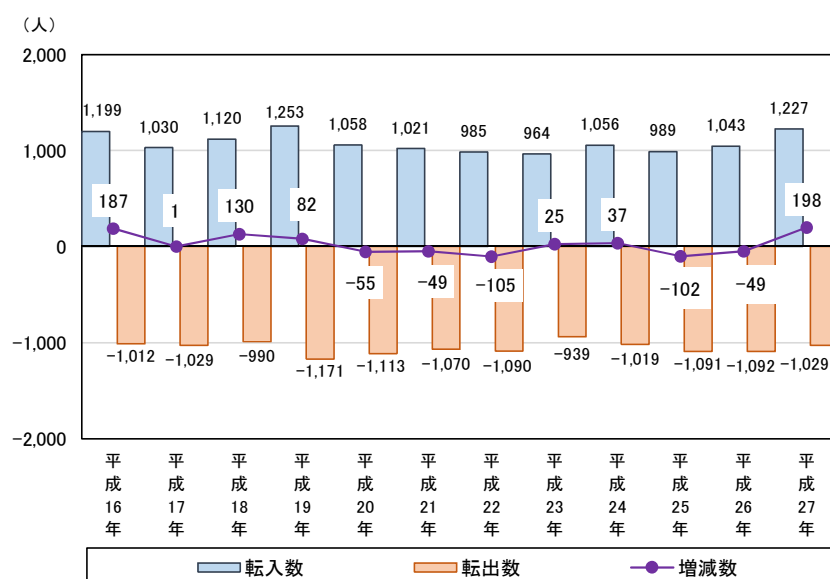


資料：国勢調査

(2) 社会移動の状況

・ 平成27年の社会動態をみると、転入数が1,227人、転出数が1,029人となっており、社会増となっています。

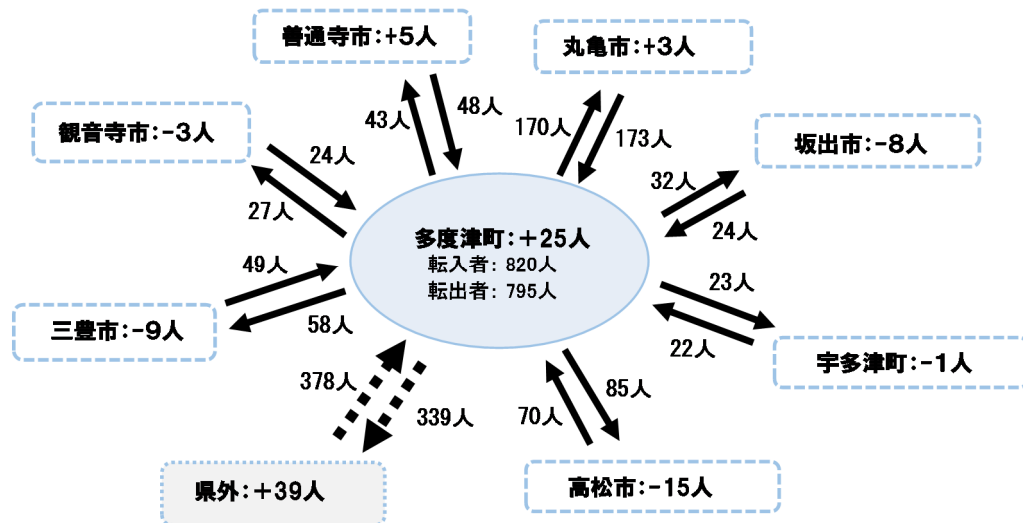
■ 社会増減の状況



資料：香川県人口移動調査

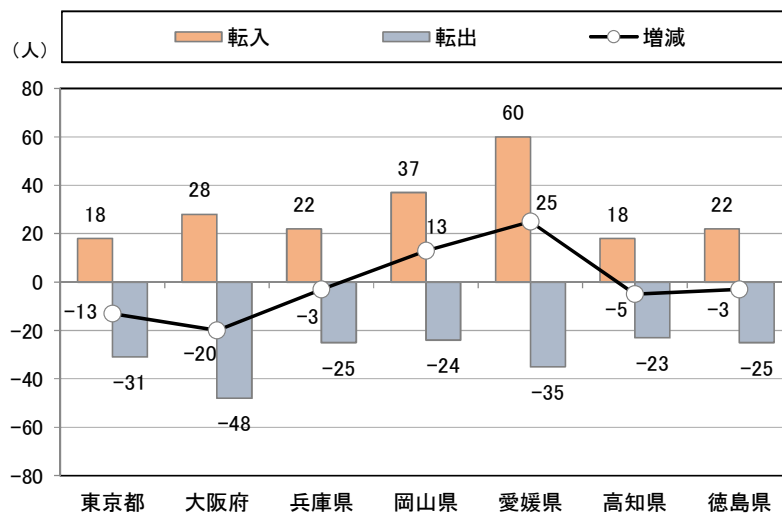
- ・ 県内周辺市町における主な転入元と転出先では、転出入者数ともに丸亀市が最も多くなっており、次いで高松市となっています。
- ・ 県外の主な転入元と転出先をみると、岡山県、愛媛県では転入増となっています。

■2015 年の人口移動（県内周辺市町）



資料：住民基本台帳人口移動報告

■2015 年の人口移動（県外）



資料：住民基本台帳人口移動報告

(3) 近隣市町との比較（居住地関連）

- ・居住に関する項目を近隣市町と比較すると、多度津町では市町外への通勤者の割合や持ち家率が高いことから、ベッドタウンとしての要素があることが分かります。
- ・産業に関しては第2次産業の割合が高くなっています。

		多度津町	丸亀市	善通寺市	高松市
人口(人)		23, 498	110, 473	33, 817	419, 429
核家族世帯比(%)		58. 6	59. 5	54. 9	57. 4
可住地面積人口密度(人)		1264. 0	1354. 5	1137. 9	1800. 5
昼間人口比(%)		97. 8	95. 5	99. 9	104. 5
市町外への通勤者割合(%)		53. 2	42. 8	49. 0	10. 4
産業割合 (%)	第1次産業	5. 2	4. 2	6. 4	2. 9
	第2次産業	36. 0	29. 8	23. 7	18. 9
	第3次産業	58. 3	63. 2	69. 4	75. 4
持ち家率(%)		90. 0	72. 0	67. 6	63. 5

		三豊市	坂出市	観音寺市	宇多津町
人口(人)		68, 512	55, 621	62, 690	18, 434
核家族世帯比(%)		55. 3	59. 4	56. 8	54. 3
可住地面積人口密度(人)		479. 1	850. 5	860. 9	2585. 4
昼間人口比(%)		92. 7	111. 0	99. 2	104. 1
市町外への通勤者割合(%)		36. 8	38. 8	25. 5	65. 2
産業割合 (%)	第1次産業	12. 8	5. 2	11. 4	1. 4
	第2次産業	31. 3	27. 2	30. 8	30. 9
	第3次産業	53. 8	65. 2	53. 7	66. 4
持ち家率(%)		89. 5	73. 4	76. 2	60. 5

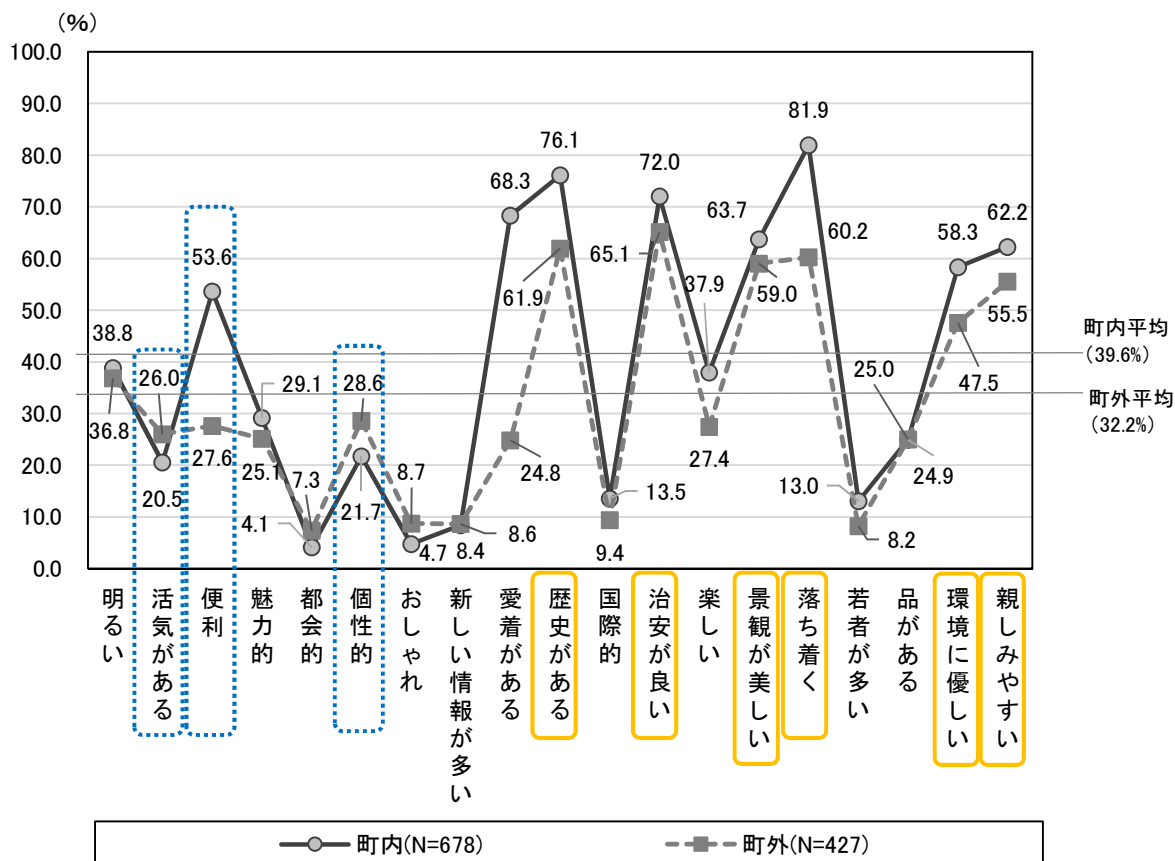
資料：国勢調査（平成22年）、統計でみる市区町村のすがた、
平成25年住宅・土地統計調査

4 アンケート調査結果より

(1) 多度津町に対するイメージについて

■多度津町について、どのようなイメージがあるか（町内・町外調査）

町内外ともに「歴史がある」「治安が良い」「落ち着く」イメージが高くなっており、「便利」においては、町内と町外での差が大きくなっています。



町内外でギャップがある

「活気がある」「便利」「個性的」

町内・町外ともに平均を上回っている

「歴史がある」「治安が良い」
「景観が美しい」「落ち着く」
「環境に優しい」「親しみやすい」

【考察・仮説】

- 平均よりも下回っているものの、町外からのイメージでは、「活気がある」「個性的」が町内のイメージよりも高くなっている。
- 一方、町内のイメージでは、「便利」が高くなっており、住むことによって分かる「便利」があることが分かる。

【考察・仮説】

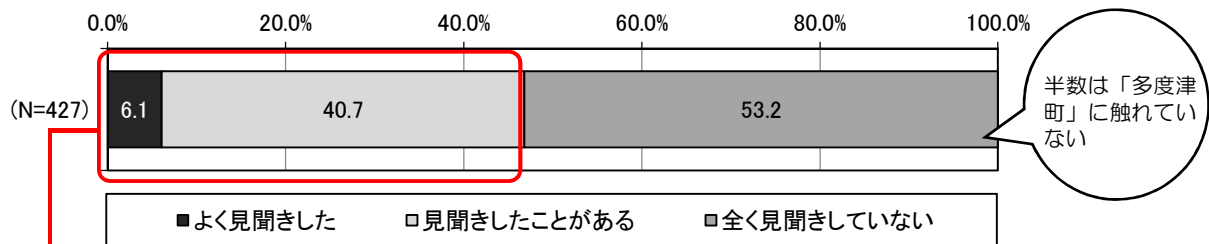
- 四国鉄道発祥の地であることや、歴史的な町並が残っていることは、町内外共通のイメージとして認識されている。
- 景観が美しいことは、アンケートのみならず意見が多い項目となっている。

(2) 情報収集について

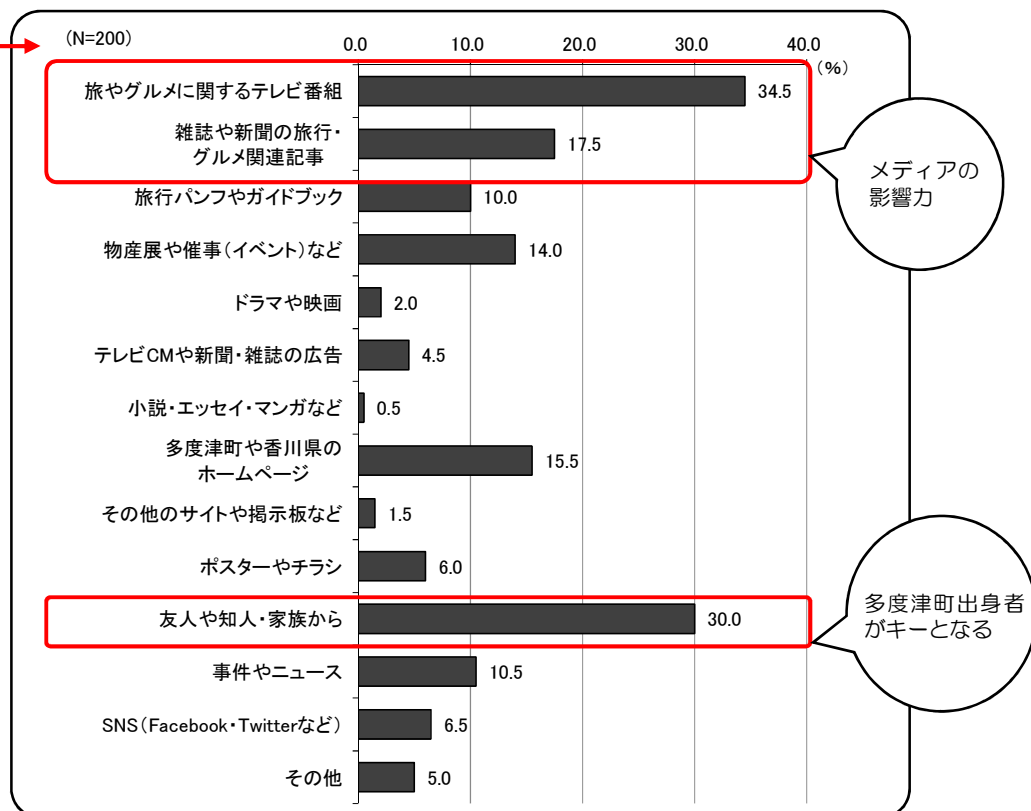
■多度津町に関する情報について（町外調査）

「多度津町」についての情報や話題については、約半数が「全く見聞きしていない」という結果がでています。

見聞きした方の情報源としては、「旅やグルメに関するテレビ番組」「友人や知人・家族から」が多くなっています。



■どこから情報を取得したかについて

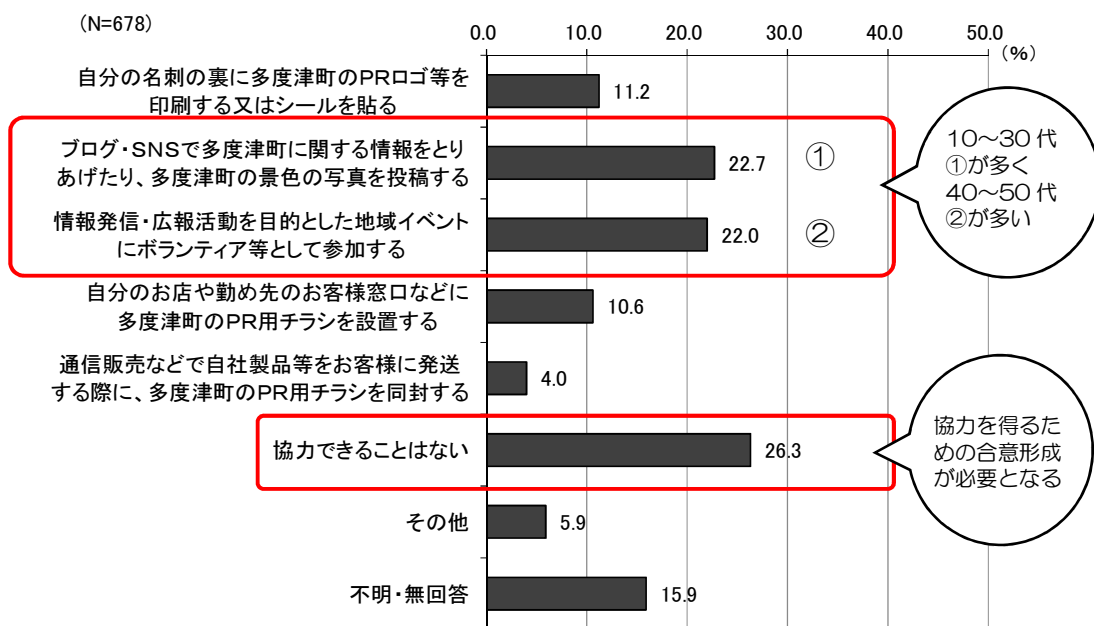


(3) 住民の協力について

■町民の協力意識（町内調査）

情報発信・広報活動についてどんな協力ができるかでは、10～30代では、ブログ・SNSを活用した協力、40～50代では、イベント等のボランティアとしての協力が高くなっています。

一方で、「協力できることはない」も高くなっていることから、協力を得るための取り組みが必要となっています。



5 多度津町 SWOT 分析

多度津町の移住・定住、交流人口に関する現状をSWOT分析し、以下のように特徴をまとめました。

内部環境	S 強み (Strength) ・地域住民同士の顔の見える温かい関係性 ・子育てしやすい環境がある ・豊かな水源等、地域性豊かな自然環境 ・白方ぶどう、ミニトマトなどの特産品 ・臨海工業地帯を有し企業が多い ・四国鉄道発祥地、JR 四国鉄道工場	W 弱み (Weakness) ・移住・定住の受け入れ態勢 (転入に地域差がある) ・多度津ブランドが確立されていない ・産業の担い手不足 ・知名度の低さ(大都市圏で考えた場合)
	O 機会 (Opportunity) ・地方創生への機運の高まり ・大型分譲等による新しい住宅の増加 ・町内中小企業に活気がある ・福祉や医療のニーズ増大 ・瀬戸内国際芸術祭による交流人口の増加 ・観光列車(四国まんなか千年ものがたり)	T 脅威 (Threat) ・住みよさランキング上位の近隣都市の 人気 ・近隣都市の転入増の傾向 ・高齢化の進行 ・人口減少による地域経済の縮小 ・地域コミュニティのあり方の変化

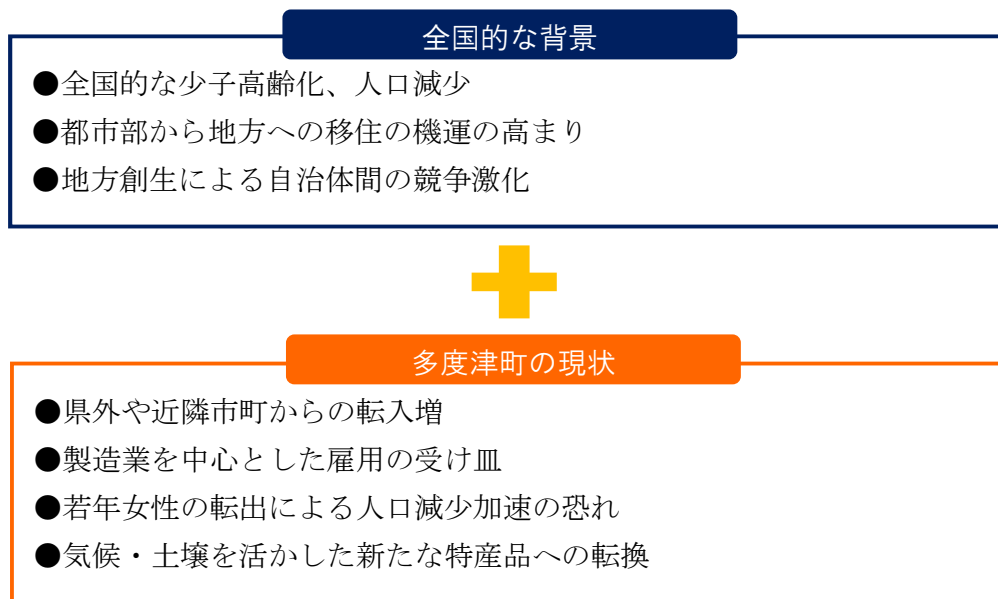
移住・定住分野の強み

- ◎地元愛の強い住民が多い
- ◎住宅地に保育所があり子育てしやすい
- ◎近隣と比べての土地価格が安い
(地域差はある)
- ◎近隣都市から良好なアクセス環境
(買い物が便利)
- ◎臨海工業地帯を有している

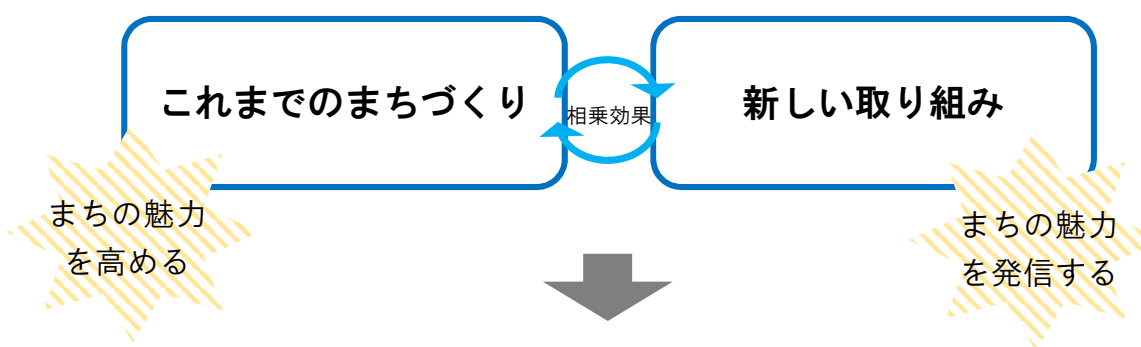
観光分野の強み

- ◎近隣に人気観光地とうどん県による広域
観光が可能
- ◎良好なアクセス環境(岡山とのアクセス
近隣丸亀市、善通寺市、琴平町など)
- ◎鉄道工場を所有している
(鉄道ファンにも名が知れている)
- ◎観光列車の運行予定

6 なぜ、タウンプロモーションが必要なのか



今後も、多度津町を持続的に発展させるためには、若年層を中心とした移住・定住を促し、人口の年齢構成バランスを整えるための取り組みが急務であり、これまで行ってきた施策のさらなる充実を図りながら、**まち自体の魅力を高めることで、「選ばれるまち」**になる必要があります。



めざす姿

まちの活力維持・にぎわいの創出

多くの人から認められ、選ばれるまちへ

- ・ 定住人口の増加・維持
- ・ 交流人口の拡大
- ・ 官民連携の強化
- ・ まちの魅力向上 等

Ⅲ

タウンプロモーションの要素

1 地域資源について

(1) 多度津町の資源

観光資源

■県立桃陵公園

本町の桃山にある県立公園で、春には町花・町木である桜が約 1,500 本咲きほこる県内有数の名所となっています。



■町立資料館

多度津町制百周年を記念して、平成 2 年に建設されたもので、多度津町にゆかりのある文化財等を展示しています。



■高見島

多度津内港からフェリーで 25 分のところにある高見島は、弘法大師の開基と伝わる大聖寺や、山の斜面を利用した石垣が立ち並ぶ集落などがあります。



■佐柳島

多度津内港からフェリーで 55 分のところにある佐柳島は、貴重な両墓制の習俗が残っています。近年では「猫の島」として別名を持ち、有名になりつつあります。



■道隆寺

「眼なおし薬師」の名でも親しまれ、四国八十八ヶ所霊場第 77 番札所でもあるため、年間を通じて多くの参拝客でにぎわっています。



■屏風浦「海岸寺」

真言宗を開いた弘法大師（空海）ゆかりの地である海岸寺。本坊奥の「屏風ヶ浦」からは多島美が広がる瀬戸内海が一望できます。



歴史

■四国鉄道発祥のまち

明治 22 年、讃岐鉄道株式会社が多度津を起点に営業を始めたのが、四国の鉄道網のルーツとなっています。現在、JR 多度津駅舎の北側には、蒸気機関車が展示されています。



■金剛禅総本山少林寺

少林寺拳法は、宗道臣が、昭和 22 年、多度津町において「人づくり」のための「行」として創始しました。

敷地内には、総本山・総本部をかまえています。



特産品

■白方ぶどう

温暖な気候と水はけのよい傾斜地という好条件からぶどうの産地であり、「白方ぶどう」のブランド名で西日本有数の産地となっています。



■白方かき

備讃瀬戸の豊かな海で育った「白方かき」は県内産として初めて商標登録されました。ぷりっと引き締まった大きな身が特徴です。



■ミニトマト

県内一の生産量と出荷量を誇り、ハウスで作られたミニトマトは特に糖度が高く、甘いことから、ジャムや焼き肉のたれなどの加工品も生産されています。



■オリーブ

オリーブの育成に適した豊潤な土地を活かして近年、栽培が盛んとなっています。収穫したオリーブは、オリーブオイルや新漬けなどへ加工もされています。



■たどつさくらまつり

約 1,500 本のソメイヨシノが咲きほこる県立桃陵公園で、毎年4月上旬の日曜日に開催されています。各種イベントの開催や開花時期は、桜のライトアップも行われています。



■たどつ夏まつり（花火大会）

8月第1土曜日に行われる夏まつりでは、町内企業など1,200名あまりが「たどつばやし」や「たどつおんど」を盛大に踊り、まつりのフィナーレには、約4,000発の花火が打ちあがる、多度津町の夏の風物詩となっています。



■多度津フェスティバル

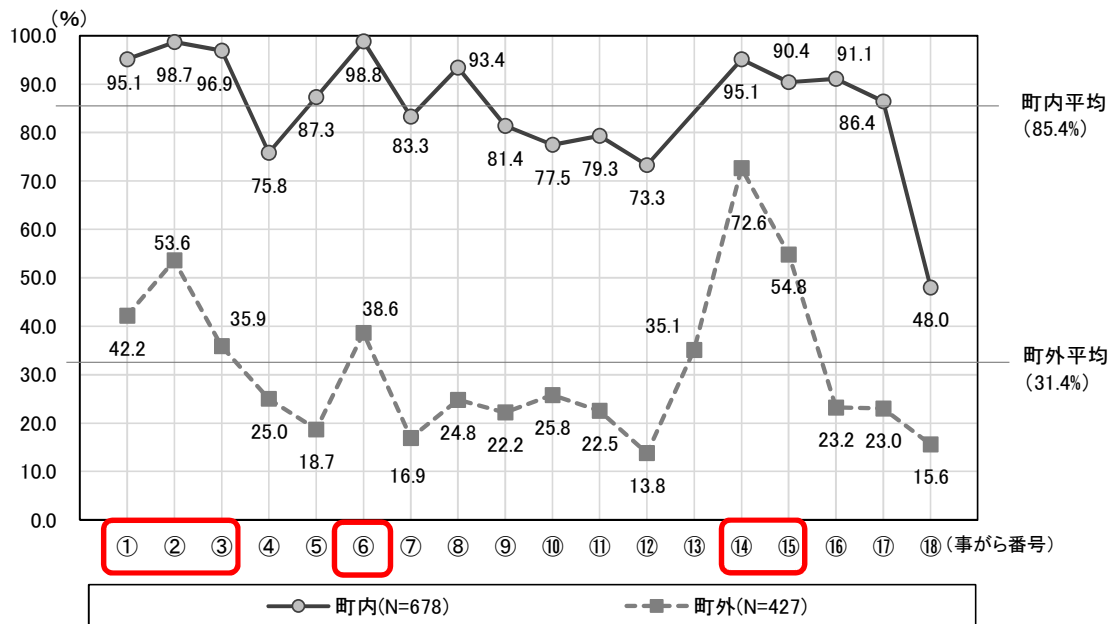
秋のお祭りイベントとして開催されており、多度津町民の参加型イベントが盛りだくさん。JR 多度津工場の「きしゃぽっぽまつり」と合同で開催され、多くの人でにぎわいます。



(2) アンケート調査からみる資産評価

■認知度（町内・町外調査）

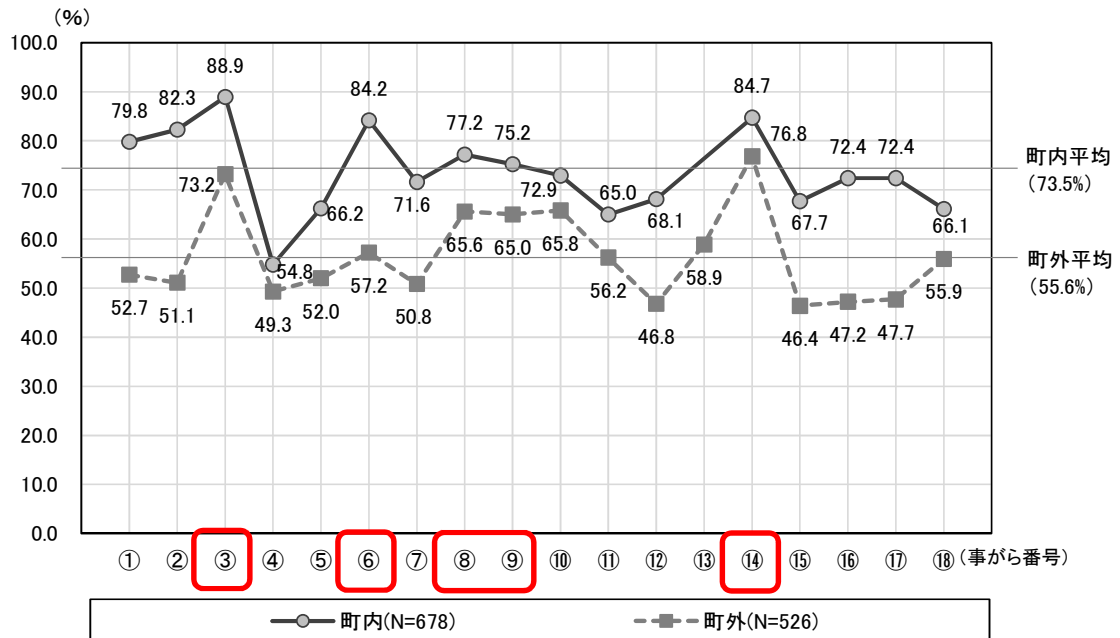
町外からは「瀬戸大橋や JR が近く、交通利便性が良い」「臨海工業団地の企業集積」「少林寺拳法発祥の地」についての認知度が高くなっています。



- ① 四国鉄道発祥の地であり、四国唯一の鉄道車両工場である「JR 四国多度津工場」があること
- ② 少林寺拳法発祥の地であり、その総本山や少林寺拳法連盟の総本部があること
- ③ 町花・町木である桜が約 1,500 本咲きほこる県内有数の桜の名所「県立桃陵公園」があること
- ④ 全国的にも珍しい両墓制が残る高見島・佐柳島などの島しょ部があること
- ⑤ 春に全国から凧の愛好家が集まる「たどつ全国凧あげ大会」、「さくらまつり」が開催されていること
- ⑥ 夏に「たどつ夏祭り（総踊り・花火大会）」が開催されていること
- ⑦ 秋に「ぼっフェス」（多度津フェスティバルと JR 四国きしゃぼっぼまつりの合同開催）が民間主導で開催されていること
- ⑧ 西日本有数のぶどうの産地であり、「白方ぶどう」があること
- ⑨ 県内産としては初めて商標登録された「白方かき」（牡蠣）があること
- ⑩ 恵まれた気候・地形を活かし、近年オリーブやミニトマト、いちじくの栽培やそれらを使用した商品（オリーブオイルや焼肉のタレなど）の加工・販売が盛んなこと
- ⑪ 多度津京極藩 1 万石の家老屋敷・林求馬邸など、歴史的な名所旧跡が残っていること
- ⑫ 下水道処理水を新たな水資源として、多目的に再利用する再生水事業を実施していること
- ⑬ 佐柳島には、島民によって世話をされている地域猫がたくさんおり、猫愛好家に人気の猫島となっていること
- ⑭ 瀬戸大橋・JR などを利用しやすく、交通アクセスの便利な地域であること
- ⑮ 臨海工業団地には、製造業を中心に数多くの企業が立地していること
- ⑯ 多度津町民会館（サクラートだつ）を利用し、コンサートや演劇など文化活動を楽しむことができること
- ⑰ 多度津町総合スポーツセンターや各小中学校の体育館・運動場などを利用し、スポーツ活動を楽しむことができること
- ⑱ 平成 12 年に「環境のまち」宣言を行い、自然環境に配慮したまちであること

■魅力度（町内・町外調査）

町内外ともに「瀬戸大橋やJRが近く、交通利便性が良い」「桜の名所 県立桃陵公園」に対する魅力度が高くなっています。

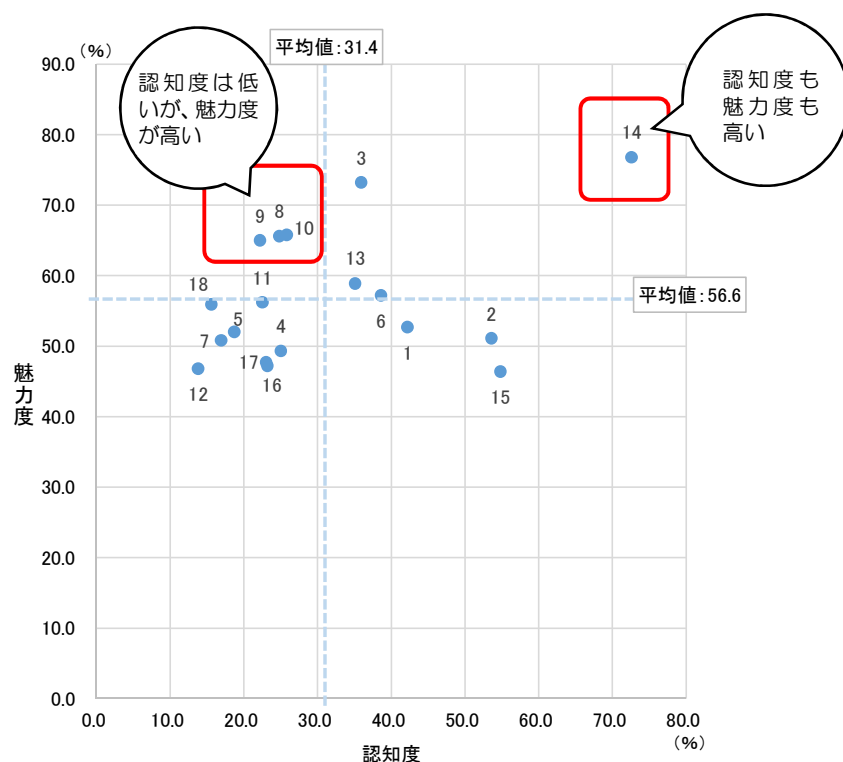


- ① 四国鉄道発祥の地であり、四国唯一の鉄道車両工場である「JR 四国多度津工場」があること
- ② 少林寺拳法発祥の地であり、その総本山や少林寺拳法連盟の総本部があること
- ③ 町花・町木である桜が約 1,500 本咲きほこる県内有数の桜の名所「県立桃陵公園」があること
- ④ 全国的にも珍しい両墓制が残る高見島・佐柳島などの島しょ部があること
- ⑤ 春に全国から風の愛好家が集まる「たどつ全国風あげ大会」、「さくらまつり」が開催されていること
- ⑥ 夏に「たどつ夏祭り（総踊り・花火大会）」が開催されていること
- ⑦ 秋に「ぼっフェス」（多度津フェスティバルと JR 四国きしゃぼっぼまつの合同開催）が民間主導で開催されていること
- ⑧ 西日本有数のぶどうの産地であり、「白方ぶどう」があること
- ⑨ 県内産としては初めて商標登録された「白方かき」（牡蠣）があること
- ⑩ 恵まれた気候・地形を活かし、近年オリーブやミニトマト、いちじくの栽培やそれらを使用した商品（オリーブオイルや焼肉のタレなど）の加工・販売が盛んなこと
- ⑪ 多度津京極藩 1 万石の家老屋敷・林求馬邸など、歴史的な名所旧跡が残っていること
- ⑫ 下水道処理水を新たな水資源として、多目的に再利用する再生水事業を実施していること
- ⑬ 佐柳島には、島民によって世話をされている地域猫がたくさんおり、猫愛好家に人気の猫島となっていること
- ⑭ 瀬戸大橋・JR などを利用しやすく、交通アクセスの便利な地域であること
- ⑮ 臨海工業団地には、製造業を中心に数多くの企業が立地していること
- ⑯ 多度津町民会館（サクラートたどつ）を利用し、コンサートや演劇など文化活動を楽しむことができること
- ⑰ 多度津町総合スポーツセンターや各小中学校の体育館・運動場などを利用し、スポーツ活動を楽しむことができること
- ⑱ 平成 12 年に「環境のまち」宣言を行い、自然環境に配慮したまちであること

■認知度・魅力度に関する評価（町外調査）

「交通アクセスの便利な地域であること」は町外からの認知度・魅力度ともに高くなっています。

一方で「白方ぶどう」「白方かき」「ミニトマト」については、認知度は低いものの魅力度は高くなっています。



※番号については、P18の事から番号内容参照

■来訪魅力について（町外調査）

1位	食べたいものがある（47.7%）
2位	見たいものがある（41.8%）
3位	交通の便が良い（25.3%）
4位	のんびりできそう（19.6%）

「多度津町」を旅行先やレジャーの行先を選ぶとしたら、「**見たいものがある**」「**食べたいものがある**」が4割以上となっています。

(3) まねきねこ課会議での意見

■多度津町のキーワード

多度津町と
言えばコレ！

鉄道関連

- ・ 鉄道工場がある
- ・ 四国鉄道発祥
- ・ アクセスの良さ

少林寺拳法

- ・ 連盟本部がある
- ・ 世界に広がり

島を保有

- ・ 猫の島
- ・ 瀬戸内国際芸術祭

物産

- ・ オリーブ
- ・ 白方ぶどう

■多度津町の課題

魅力的な
まちとは…

宿泊・行楽施設

- ・ 商店の少なさ
- ・ 宿泊施設がない

観光資源

- ・ 観光する場所の不足

景観

- ・ 川が汚い
- ・ 耕作放棄地

まちの位置

- ・ 丸亀市に隣接
- ・ 瀬戸大橋が近い

イベント

- ・ 各種イベント
- ・ 花火大会

夕日

- ・ 瀬戸内海
- ・ 海岸寺周辺

にぎわいの場所

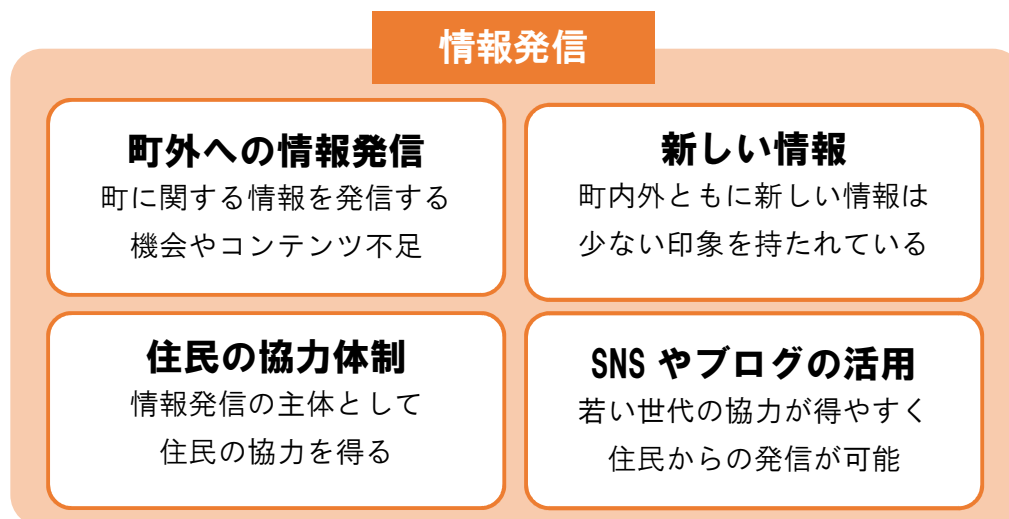
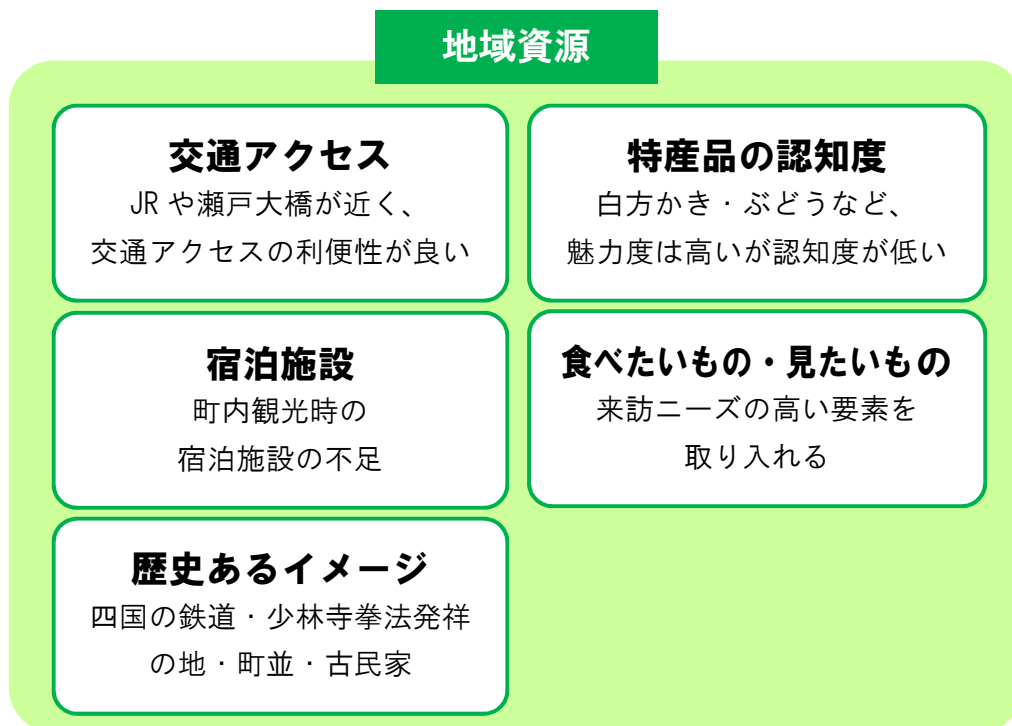
- ・ まちのさみしさ
- ・ 空き家の多さ

人口

- ・ 児童の減少

2 今後のタウンプロモーションの方向性

多度津町の地域資源や情報発信に関する現状・課題を踏まえ、プロモーションを実施する上で、多度津町に来てもらうために、「移住・定住」「観光」のそれぞれの視点、資源、施策を精査し、魅力づくりを進めるとともに、情報発信をしていくことが重要です。



たどつに「行ってみたい!」「住んでみたい!」と思える
資源を磨き、発信する

1 戦略の基本的な考え方

戦略の推進にあたり、タウンプロモーションについての基本的な考え方は以下のとおりです。

タウンプロモーションの目的

まちの活力維持とにぎわい創出

町の持続的な発展のためには、従来のまちづくりに新たな取り組みを加え、まちのにぎわいを創出することで、将来の活力維持につなげます。

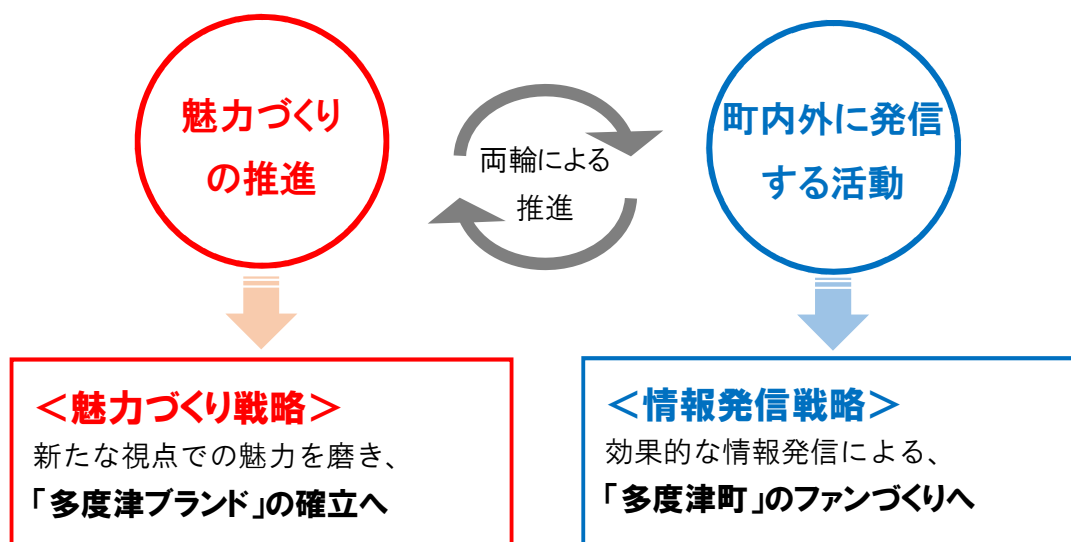
また、取り組みを進める中で、本町の出身者をはじめ、本町に関わる人同士のつながりの強化を図り、町内外の多くの人から認められ、選ばれるまちになることをめざします。

タウンプロモーション活動の定義

魅力づくりと情報発信の両輪

将来に渡りまちが活力を維持し持続的な発展に向けて、魅力づくりを推進し、それを町内外に発信する活動です。

また、「魅力づくり」と「情報発信」を両輪として推進することにより、相乗効果が得られます。



2 メインターゲットの設定

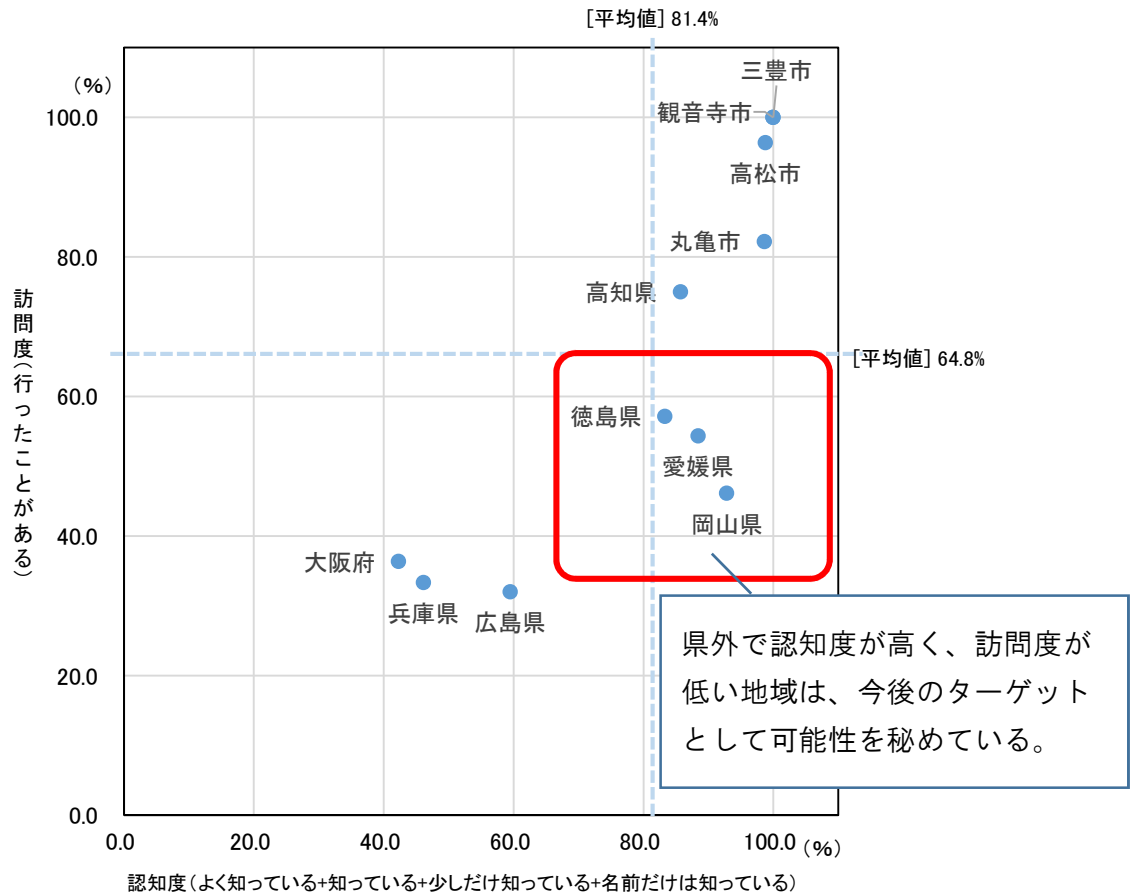
各種メディアやインターネット、SNS が普及し情報が飽和状態にある現代社会では、自分に関係のない情報は見過ごされてしまう傾向にあります。そのため、効果的に情報発信やタウンプロモーションを行うためには、明確なターゲットを設定する必要があります。

そこで、本戦略において本町が重点的に取り組む【移住・定住】【観光】の主なターゲットを、アンケート結果などを踏まえて以下のとおり設定します。

<ターゲット設定>

移住・定住	観光
【年代】 ① 20～40 歳代 ② 50 歳代以上 【どんな人】 Uターン者を中心に都会に疲れた人 子育て世代、元気な人、町民 【エリア】 岡山県、香川県内近隣、関西方面、 多度津町	【年代】 ① 20～40 歳代 ② 50 歳代以上 【どんな人】 外国人、鉄道ファン、武道好き 【エリア】 関西、岡山など

■多度津町の認知度と訪問度（町外調査）



同じ県外でも四国内よりも、四国外の「岡山県」に注目。

認知度が高いものの、訪問度が低いため、観光施策のターゲットとして、まずは多度津に来てもらうことが重要となる。

また、瀬戸大橋が近く、本州へのアクセスがあることは大きな強みとなることから、岡山県を重点ターゲットに設定することも考えられる。

3 コンセプト・キャッチコピー

本戦略における多度津町のコンセプトを設定する際には、届けたいターゲットにとって魅力的なイメージ形成が重要となります。

【移住・定住】【観光】を軸に、本町を含む近隣自治体からみた多度津町の魅力を探ると、「歴史がある」ことや「落ち着く」といったイメージを持たれている方が多いことが分かりました。

四国鉄道や少林寺拳法が生まれたまちとして、本町ではさまざまなルーツを探ることができ、町内に残る趣ある町並からも、歴史を彩ってきたまちの姿をみることができます。

本町の魅力のひとつとして、住民のつながりの強さがあります。町内の中学校は多度津中学校唯一ということもあり、住民同士の顔の見える関係が今も続いています。そうしたつながりの強さは、まちへの愛着を育んでおり、一度まちを離れたとしても、再び本町に戻ってくる人（Uターン）もいます。

多度津町を訪れた人、住んでいる人にこうしたまちの魅力を感じてもらい、歴史だけでなく食や文化などさまざまな多度津町の魅力にたどりついてもらいたい、ずっとこのまちに住み続け、まちへの愛着を深めながら、たくさんの幸せにたどりついてもらいたい、という思いを込めて、本戦略におけるコンセプトを以下のように設定しました。



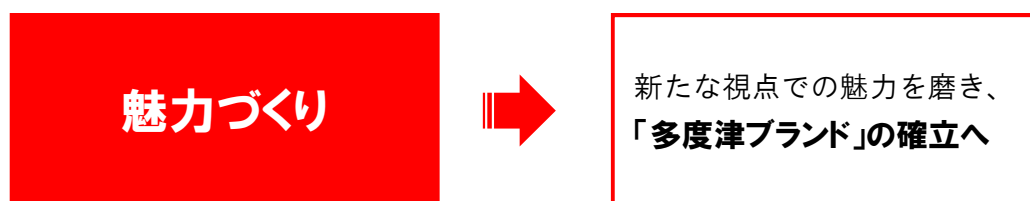
ブランドコンセプト

たどりつく 多度津

4 「魅力づくり」と「情報発信」による戦略展開

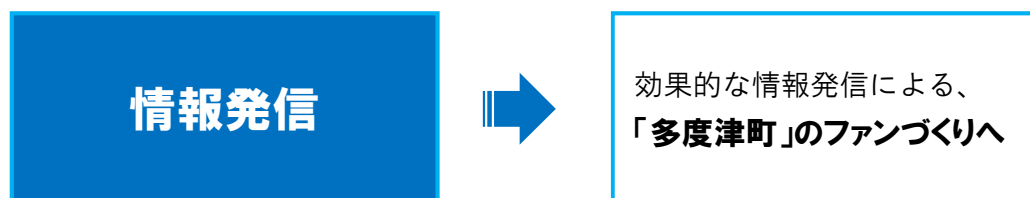
今後も持続的に発展するために、本戦略を推進するため、「魅力づくり」と「情報発信」の2つの方策を設定しました。多度津町が有している本来の良さを活かしながら、新たな魅力づくりを行い、効果的な情報発信をすることで、戦略的、継続的なタウンプロモーションを実施します。

基本フレーム1



魅力づくり戦略は、多度津町の顔づくりとして、多度津町の資産価値を向上させることはもちろんのこと、多度津町に住む町民のシビックプライドの醸成に取り組みます。

基本フレーム2



情報発信戦略は、設定したターゲットエリアに向けて、効果的に情報発信できるよう多様な情報発信方法を実施します。また、インナープロモーションを推進することで、多度津町全体で一体的な情報発信を実施します。

5 戦略の体系



ブランドコンセプト

たどりつく多度津

基本フレーム1

魅力づくり

資源価値向上戦略

- 1 観光体験プログラムの作成
- 2 特産品を活用したブランド力向上
- 3 観光の核となる拠点づくりの推進

愛着と誇り(シビックプライド)醸成戦略

- 1 誘客イベントの磨き上げ
- 2 町民のしゃべり場づくり

プロジェクト(戦術)

- 01 たどつ 桜(咲くら)んたん
- 02 まるごと体験 in “たどつ”
- 03 たどつの魅力まるごと弁当
- 04 ゆ(湯)〜とぴあ
- 05 たどつを語ろう

まずはここから

基本フレーム2

情報発信

内外に情報発信する戦略

- 1 WEB サイトの構築
- 2 プロモーションツールの作成

情報発信活動を推進するための 土壌づくり戦略

- 1 インナープロモーションの実施
- 2 職員オール宣伝部

プロジェクト(戦術)

- 06 戦略的な情報発信
- 07 たどりつく多度津動画配信

まずはここから

1 魅力づくり

多度津町が有している資源には、総合的な魅力づくりが求められています。魅力ある資源は、磨き上げをすることにより、多度津町の顔となり、多度津町を象徴する資産となります。

魅力づくりでは、多度津町が有する資源の「資源価値向上」戦略と町民の多度津町に対する「愛着と誇り（シビックプライド）醸成」戦略により多度津町の好意的なイメージの確立をめざします。

戦略

資源価値向上

四国鉄道発祥のまち、金剛禅総本山少林寺等、歴史、伝統、観光資源をそのまま活用するのではなく、さらなる魅力の向上を図ります。



「多度津ブランド」の確立へ

戦略

愛着と誇り(シビックプライド)醸成

多度津町での住みやすさや地域自慢などを再認識し、地域への愛着と誇りを醸成します。



戦略 資源価値向上戦略

戦略1 観光体験プログラムの作成

- ・町内の資源を活かした収穫体験や農業体験をメインに、物産の提供や観光体験ツアーを実施し、参加者に町の魅力を肌で感じてもらう。
- ・町内で開催される体験イベントの魅力向上を図り、より多面的に本町を体感してもらえる環境や機会を構築する。

戦略2 特産品を活用したブランド力向上

- ・本町で育まれた農産品や農産物加工品の付加価値を高め、町内外の消費者に広く知ってもらうためにブランド力の向上を図る。
- ・特産品を使用した商品の販路を広げ、認知度の向上を図るとともに、本町への来訪のきっかけづくりとする。

戦略3 観光の核となる拠点づくりの推進

- ・本町で育まれた農産品や農産物加工品等を販売できる場所をつくり、観光による滞在時間が長くなるように図る。
- ・多度津町にある資源を活かし、宿泊促進となる取り組みを推進する。

戦略 愛着と誇り(シビックプライド)醸成戦略

戦略1 誘客イベントの磨き上げ

- ・町内の既存イベントや町内での各種取り組みとの連携を深め、リピーターの確保やファンづくりの推進を検討する。

戦略2 町民のしゃべり場づくり

- ・町内の各地区において、多度津町のことを話し合える場づくりを実施する。
- ・タウンプロモーション事業の浸透を図るため、コンセプトやロゴマーク、今後の展開を説明する。

プロジェクト

01 たどつ 桜(咲くら)んたんプロジェクト

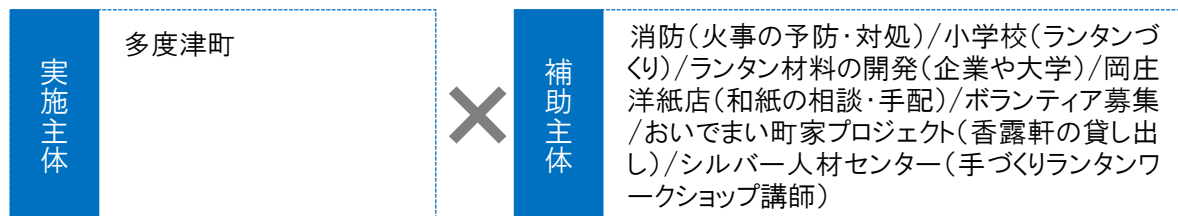
本町には、約 1,500 本のソメイヨシノが咲きほこる県立桃陵公園や桜川など、桜に由来のある資源があります。桜の開花に合わせて、各種イベントの開催やライトアップも行われていることから、ライトアップに合わせて、ランタンを灯し、さらなる魅力向上を図るプロジェクトとなっています。

【戦略のターゲット】

幼稚園、小学生、親子

【主な取り組み案】

- さくらまつりにあわせて開催
- 親子で手づくりランタンワークショップ開催(場所: 香露軒を借りる)(夢・願を書き込む)
- 小学生に学校の工作でつくってもらう
- ランタン販売(普通のもの・ネコモチーフ・さくらピンク色)
- 夜空に飛ばして桜と共演(手づくりしたもの・販売したもの)
- 置きランタンも同時開催→カラフル、ネコランタン
- 飛ばすランタンはピンク色に→夜空に桜を咲かせるイメージ
- 音楽と一緒に楽しむ



【実施時期】

H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
・関係機関と打ち合わせ	・町中で並べるランタンプレ実施 ・桜とのコラボ ・スカイランタンの可能性調査	・置きランタンプロジェクト始動		・スカイランタン実施

【プロジェクトによって得られる成果】

- ・「ランタンまつり」で、多度津町の注目度がアップする
- ・メディアに取り上げられ、情報の拡散に期待が持てる
- ・たどつさくらまつりが魅力を増す
- ・集客があり、親子イベントを通じて、メインターゲット(20～30代 若者 ファミリー)を多度津へ呼べる

02 まるごと体験 in “たどっ”プロジェクト

本町には、白方ぶどう、ミニトマト、オリーブ等、多くの特産物があります。そうした特産物を活かした体験ツアーをつくるプロジェクトです。体験ツアーでは、収穫だけではなく、長期間に渡り本町にきてもらえるツアーを作成します。

【戦略のターゲット】

多度津に興味がある、立ち寄りたい人

【具体的な取り組み案】

- 季節ごとの体験ツアーを策定、HP等Webで紹介する
- 各体験ツアーを実施する
 - ・オリーブ収穫等体験
 - ・もちり体験(もち米づくり～もちつきまで)
 - ・う米体験(田植え～稲刈り、料理まで)
 - ・いちじく収穫体験(ジャムづくり)
 - ・漁業体験(イイダコ、カキ、魚釣り)
- 各種農産物の体験プログラム考案する

【実施時期】

H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
	・運営主体設立 ・ツアー作成、実施 ・まちあるきのコースとして試験的に実施	・ツアーの充実		

【プロジェクトによって得られる成果】

- ・さまざまな体験ツアーを自分で選択することで、何度も参加したくなり、リピーターを増やせる
- ・体験を通じて、協力団体の知名度UP・商品の販売を促進する
- ・交流人口が増える

03 たどつの魅力まるごと弁当プロジェクト

本町の有する、白方ぶどう、ミニトマト、オリーブ等、多くの特産物を活用して、本町独自の弁当を開発するプロジェクトです。弁当の料理だけではなく、コンセプトに基づいたデザイン性のある包装紙を作成します。

【戦略のターゲット】

多度津町に興味を持った人・多度津町民

【具体的な取り組み案】

- 多度津の特産品を使ってお弁当をつくる
- 包装紙を町内のまちあるきマップにする
- クーポン券をつけ、町内のカフェを利用してもらう

【実施時期】

H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
● 協力団体を決定	→	・ 弁当試作 ・ 包装紙考案 ・ 販路確定	● 販売開始	→

【プロジェクトによって得られる成果】

- ・ 岡山駅や高松駅で観光客が駅弁を買うことにより、来訪者を増やす
 - 車内で駅弁を食べ、包装紙のまちあるきマップを見る→多度津駅に降りる→まちあるき
 - 疲れてカフェへ ※マップについているクーポン利用
- ・ 多度津駅で観光客が駅弁を買うことにより、まちあるきを促進し、リピーターを増やす
 - 春 桃陵公園でお花見弁当→まちあるき→カフェ休憩→JR で帰る→多度津へまた来る

04 ゆ(湯)〜とぴあ プロジェクト

本町の課題である宿泊施設や観光の拠点となる施設が少ないことに対して、本町にある空き家、空き店舗を活用したお土産の販売所等を検討・実施するプロジェクトです。

【戦略のターゲット】

多度津町外の観光客

【具体的な取り組み案】

- 合田邸でお土産売り場を創出する
- 本通の町並を活かした販売店を作成する
- 町内にある銭湯跡地の利活用を検討する
- 多度津町の名産物を売る

【実施時期】

H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
・内容の精査 ●	→			
	・協力団体を決定 ●	→		
		・販売開始 ●	→	→

【プロジェクトによって得られる成果】

- ・交流人口を増やす
- ・滞在時間を増やす

05 たどつを語ろう プロジェクト

タウンプロモーションを実施するにあたっては、現在本町に住んでいる町民にも、再度、本町の良さを知ってもらい、プロモーションを実施していることを浸透させることが重要となります。このプロジェクトは、インナープロモーションの一環として実施するものです。

【戦略のターゲット】

多度津町民

【具体的な取り組み案】

- 小学校区単位など1年間で5～6回開催する
- 本戦略の趣旨、コンセプトなど説明をする
- ワールド・カフェ方式で話し合える機運を高める

【実施時期】

H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
・ 予算確保	・ 事業実施		・ 効果測定	

【プロジェクトによって得られる成果】

- ・ 町民の参加を促し、愛着を醸成する
- ・ 町民主体でプロジェクトを考案する

2 情報発信

多度津町が有している資源の魅力を向上させることと同時に、情報発信不足にならないよう積極的な情報発信活動の推進と仕掛けづくりが必要です。

情報発信では、多度津町の有する魅力的な資源を向上させ、「内外に情報発信する戦略」と「情報発信活動を推進するための土壌づくり戦略」を実施します。

戦略

内外に情報発信する戦略

魅力づくりの戦略によって新たにつくられた魅力を、広く内外に伝わる仕掛けを構築し、多度津町への来訪を促進します。



- ・タウンプロモーションサイトの設置
- ・動画配信

戦略

情報発信活動を推進するための土壌づくり戦略

本戦略を町民に浸透させ、根付かせることで、町民による情報発信力を強化します。



- ・ロゴマークの作成
- ・コンセプトブックの作成
- ・タウンドレッシング

多度津町の認知・愛着向上

戦略1 WEB サイトの構築

- ・本町の魅力の再発見と町内外への情報発信を目的にした WEB サイトを活用して、プロモーション事業の注目度・認知度の向上や興味喚起を促す仕組みづくりを行う。
- ・SNS 等を活用した情報発信への町民参加を促す。
- ・本町の魅力を、分かりやすく、馴染みやすく、イメージしやすく表現した P R 動画を作成し、多面的な情報発信を行う。

戦略2 プロモーションツールの作成

- ・本戦略におけるプロモーションコンセプトに基づいたデザイン性の高いプロモーションツールを作成する。
- ・タウンプロモーション活動のコンセプト・ロゴマークを作成し、情報発信活動を促進する。

戦略1 インナープロモーションの実施

- ・作成したプロモーションツールを、既存の施策やイベントで使用し、注目度・認知度を向上させる。

戦略2 職員オール宣伝部

- ・ブランドコンセプトを活用し、名刺デザイン、ウェア、シャツなど町職員がさまざまな場面で町の P R を行うためのツールを作成する。
- ・町職員向けのタウンプロモーション戦略を作成し、施策や事業を実施する際に、統一されたコンセプトのもとで実施できるよう努める。

06 戦略的な情報発信プロジェクト

多度津町は、四国鉄道発祥の地であり、愛媛県、高知県、徳島県へ向かう鉄道の接続駅となっています。アンケート調査の結果からも、岡山県での多度津町の認知度は高く、訪問が少ない結果がでていることから、まず認知度の高い岡山県をターゲットとして設定し、情報発信を強化します。

【戦略のターゲット】

岡山駅利用者

【主な取り組み案】

- 多度津町のPRを岡山駅で実施する
- シール付パンフレットの配付→駅中の人気のパン屋さんに置いてもらう
(まねきねこ課ロゴマーク・子どもをターゲット)
- 特産品を手売りする(ワゴンセール・駅構内 数人だけでも)
- 駅構内広告掲示する
- 岡山駅構内
→デジタルサイネージもしくはモニター(大画面タブレット)を持って歩く
→クラウドファンディングを活用しTシャツの売上(利益)を原資にする
- 町のマスコットキャラクターであるさくらちゃんを活用し、チラシなど配布する
- サンドウィッチマンでPRする
- 獅子組による親子獅子を実施する

実施主体

まねきねこ課内の実行チーム



補助主体

JR/岡山駅周辺大型商業施設も含めた店舗
(駅→ホームの導線上にある店)

【実施時期】

H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
・調査、確認	・イメージパンフ作成 岡山県での情報発信	・関西、広島県への発信準備 四国4県での情報発信	・効果測定 関西・広島	
	●————→	●————→	●————→	————→

【プロジェクトによって得られる成果】

- ・多度津町へ来訪するきっかけができる
- ・多度津町の認知度が向上する

07 たどりつく多度津動画配信プロジェクト

タウンプロモーション専用のWEBサイトを活用した魅力発信プロジェクトです。多度津町の魅力を発信するための動画を分野ごとに作成し、WEB上で積極的に発信していきます。

【戦略のターゲット】

町外在住者

【具体的な取り組み案】

- 文化、歴史、人、食、モノ、観光などの動画を作成する
- イベントの告知動画にも注力する
- 子育て世代をターゲットとした動画配信する
 - ・スポーツ少年団⇒スポ少チャンネルの作成
 - ・子ども会 ⇒子ども会チャンネル
- 多度津の紹介動画(表と裏側)
 - ・表…イベントの様子
 - ・裏…スタッフの様子
- 3分動画(ロング版)とSNS用動画(ショート版)を作成する

【実施時期】

H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
・動画作成 	・動画配信 			

【プロジェクトによって得られる成果】

- ・特産品の販売が活性化され、多度津町の観光消費が増える
- ・観光客が増える
 - 移住・定住者の確保
- ・認知度が向上する

VI 戦略実施のために

1 プロモーションツールの使用

(1) ロゴマーク

本戦略の実施にあたって、コンセプトに基づいたロゴマークを作成しています。
また、本戦略を推進するための組織「まねきねこ課」のロゴマークも作成しています。



蝶ネクタイをイメージ

プロモーションロゴ

四国鉄道発祥の地であるイメージとたどりつくイメージを矢印で表現しています。

まねきねこ課ロゴ

本町に来てもらうために人をまねく「まねきねこ」と佐柳島の「とび猫」をモチーフにしています。



(2) スタートアップリーフレット、ポスター、のぼりの作成

プロモーションコンセプトを周知するための、スタートアップリーフレット、ポスター、のぼりを作成しています。



スタートアップリーフレット



のぼり(3種)

(3) ウェア、缶バッジ等の作成

プロモーションを実施するにあたり、コンセプトに基づいてデザインされたウェア、缶バッジを身につけることで、コンセプトを浸透させます。



コンセプトウェア



コンセプト缶バッジ



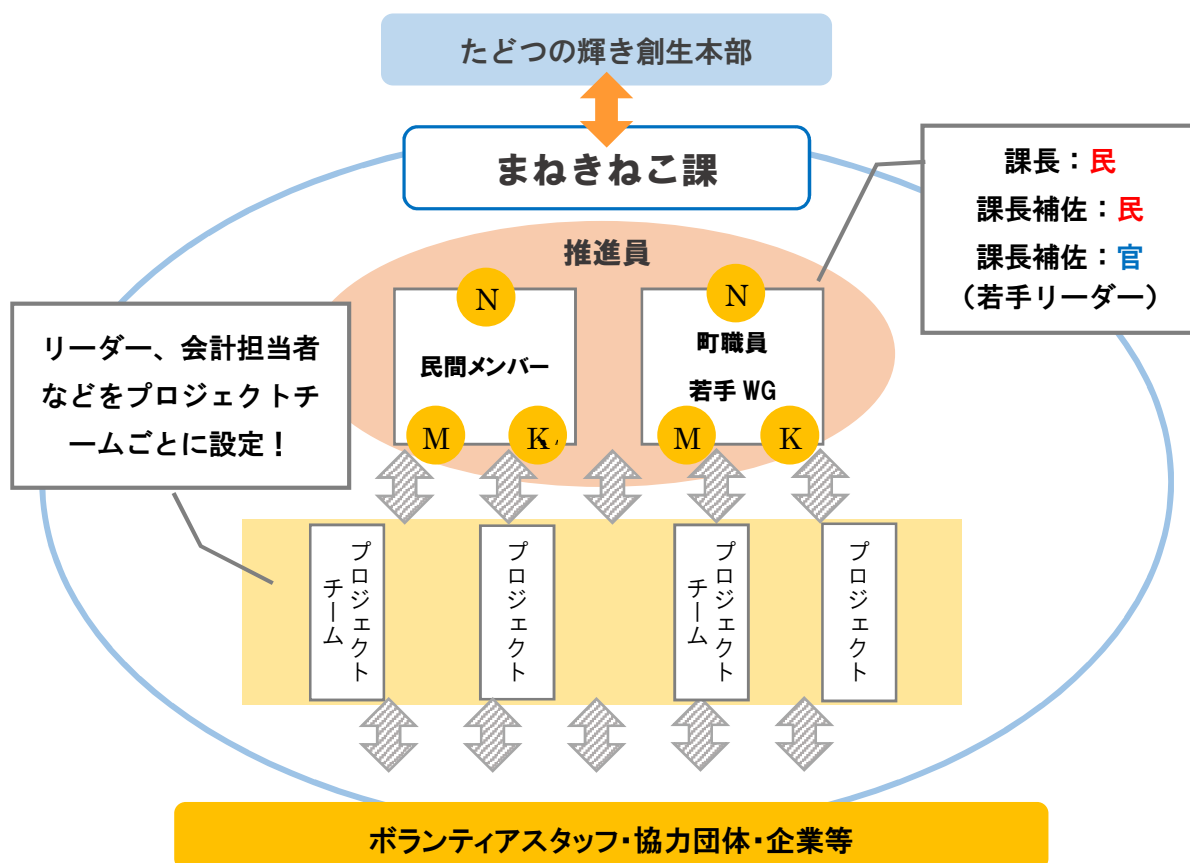
まねきねこ課缶バッジ

2 タウンプロモーションの推進組織

(1) 推進組織体制

本戦略の策定にあたって実施した、「多度津町タウンプロモーション懇談会」や「タウンプロモーション若手町職員ワーキンググループ」からなる「まねきねこ課（通称 まねき隊）」は平成 29 年度から、若手町職員と関係団体からなるタウンプロモーション事業運営組織「多度津町まねきねこ課」として運営します。

また本戦略に掲載のプロジェクトに関しては、内容の精査と予算の目処がつき次第、それぞれまねきねこ課メンバーもしくは、プロジェクトに関わる外部メンバーから「プロジェクトチーム」を構成し、実施していきます。



●たどつの輝き創生本部

地方創生関連事業の総括本部。町長、副町長、教育長、課長級の町職員

●まねきねこ課

創生本部の下部組織

町内でまちおこし等の活動に携わっている民間メンバー＋40代以下の若手町職員

●プロジェクト及び各プロジェクトチーム

まねきねこ課メンバーで手上げ方式。実施したいプロジェクト及びプロジェクトチームに参加

プロモーションの推進にあたっては、取り組み内容が多岐に渡ることになるため、基本フレームに沿った以下の3つの係を設定し、推進員内でのゆるい役割分担を行います。

推進員は3つの係のうち、特に力を入れて取り組みたい役割を含む係に所属し、それぞれに関係する協議・活動等に参加します。

基本フレーム 1



マネジメント・アイテム係

＜想定している役割＞

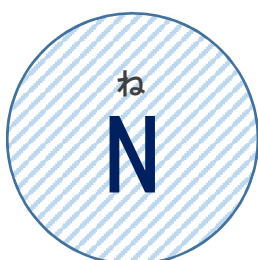
マネジメント

スケジュール管理や会議の準備・会計処理等を行う。

アイテム

まねきねこ課として制作する出版物やPRツール等の企画を行って、まねきねこ課の会議で提案する。

基本フレーム 2



ネットワークづくり・情報発信係

＜想定している役割＞

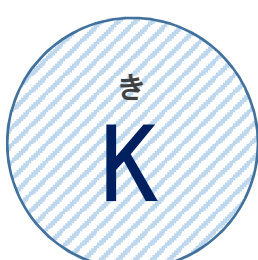
ネットワークづくり

まねきねこ課の活動を町内外に広め、協力者（町民・町出身者など）を増やすための取り組みを検討し、まねきねこ課の会議で提案する。

情報発信

SNS（Facebook・Twitter・Instagram）やタウンプロモーションHPなどでの情報発信を行う。

基本フレーム 1



企画提案・活動サポート係

＜想定している役割＞

企画提案

他のまちの事例やRESAS等の統計データを研究し、新しいプロジェクトの立案や既存プロジェクトの修正・連携等をまねきねこ課の会議で提案する。

活動サポート

予算の目処が立ち、プロジェクトチームが立ち上がった各プロジェクトに、プロジェクトチーム以外のメインスタッフ（各担当の責任等）として参加し、イベント等の準備から実施までの積極的なサポートを行う。

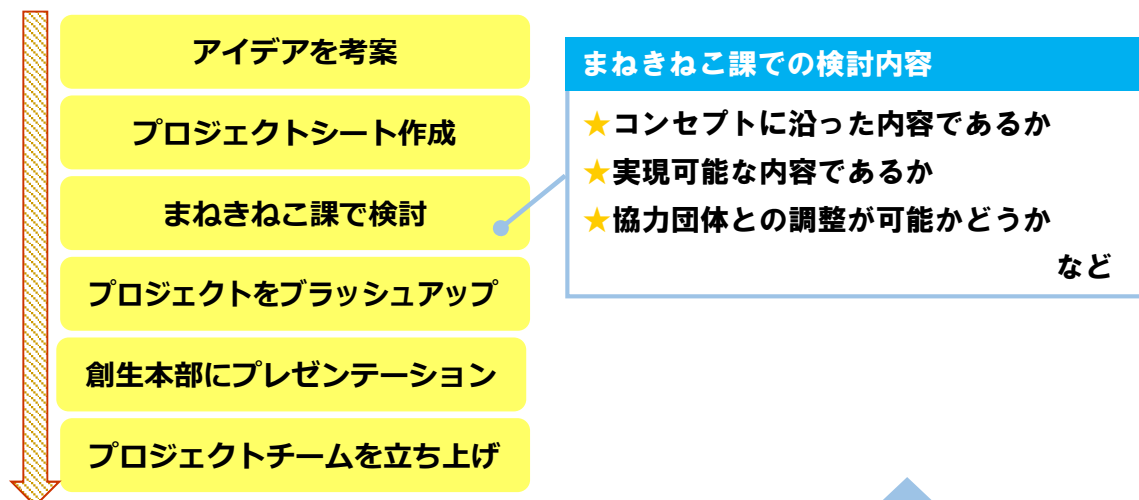
(2) プロモーションの推進

プロモーションの推進にあたり、本戦略掲載プロジェクト以外にも、新たなアイデアを考案し、プロジェクトとして、実行していくための仕組みづくりを行います。

■プロジェクト具体化の仕組みづくり

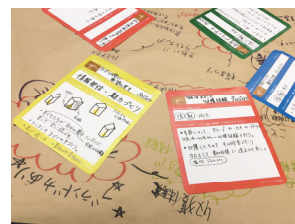
- ・タウンプロモーションを推進するための取り組みについては、推進主体である「多度津町まねきねこ課」において随時検討を行います。
- ・新たな取り組みのアイデアについては、プロジェクト具体化シートを活用する中で、プロジェクト化を行い、さらにまねきねこ課での検討、創生本部でのプレゼンテーションを経て、プロジェクトチームの立ち上げを行います。

■プロジェクト具体化までの流れ



アイデアの具体化手法案

本戦略策定過程において、実施したワークショップ手法である「ワールド・カフェ方式」を活用し、アイデアカード、プロジェクト具体化シートを記入した上で、プロジェクト化を進めます。



まねきねこ課のアイデア

(3) プロモーションを通じた「つながり」の強化

タウンプロモーションの実施にあたっては、この活動に関わる人同士の「つながり」はもちろん、例えば多度津町内に住む人々と町外で活躍している本町の出身者との「つながり」など、本町と関わる人同士の「つながり」強化をめざします。また地元企業へのアンケート調査なども活用し、地元企業と一体となったプロモーションを行い、「住んでいて楽しいまち」となる取り組みを検討します。

3 タウンプロモーションのロードマップ

本戦略の策定にあたって、「たどつ輝き創生 総合戦略」の計画期間と整合をとり、平成 29 年度を含めた3年間のロードマップを設定しています。ロードマップでは、町民意識と町外からの心理についての仮説をたて、事業実施にあたります。

ブランドコンセプト						たどつく多度津					
年度(太枠は戦略期間)		平成 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度		平成 31 年度		平成 32 年度	
プロモーションプロセス				情報発信・魅力づくり		PR強化・魅力強化		多度津ブランド確立へ			
町民意識		多度津町が何かはじめたようだ。 おもしろそうなイベントがあるな。 知らなかったな多度津にこんなところがあるなんて。		多度津町が何かはじめたようだ。 おもしろそうなイベントがあるな。 知らなかったな多度津にこんなところがあるなんて。		まち歩きイベントに参加したら楽しかった。 町の HP・SNS にも投稿した。 多度津町もいまちやね。		この前、他のまちに住んでいる友達に多度津町について聞かれた。 今度「たどつ まねきねこ課」に申し込んでみようかな。			
		・町中で並べるランタンプレ実施 ・桜とのコラボ ・スカイランタンの可能性調査		・置きランタンプロジェクト始動				・スカイランタン実施			
		・運営主体設立 ・ツアー作成、実施 ・まちあるきのコースとして試験的に実施		・ツアーの充実							
		・協力団体を決定		・弁当試作 ・包装紙考案 ・販路確定		・販売開始					
		・内容の精査		・協力団体を決定		・販売開始					
		・予算確保		・事業実施				・効果測定			
具体的な取り組み	魅力づくり	・イメージパンフ作成 ・調査、確認		・岡山県での情報発信		・関西、広島県への発信準備 ・四国4県での情報発信		・効果測定 ・関西・広島での情報発信			
		・動画作成		・動画配信							
		・ロゴ作成 ・コンセプトブック作成		・タウンレッシング(ポスター・のぼり) ・職員オール 宣伝活動				・見直し、改善			
町外からの心理		多度津町が何かはじめたようだ。 おもしろそうなイベントがあるな。		来てみればいいまちだった。 また、来てみたい。		住んでみたいな。 多度津町のことをもっと知りたいな。					