

活動実施計画書

団体名： 東桜エリアマネジメント協議会

1 組織の現況、課題

2022 年度より勉強会活動を開始し、地域の方々とワークショップ等を実施してきた。活動をさらに推進するため、2024 年度に協議会を設立し、「地域まちづくり活動団体」への登録を行った。

2026 年 4 月現在の構成員は、11 社の法人会員および 4 名の個人会員で構成されており、「感性豊かな時間を堪能できるまち」をビジョンに掲げ、定期的な勉強会の開催や、まちなかでの活動、社会実験などを行っている。

情報発信においては、東桜エリアマネジメント協議会の活動への関心を高めるため、また地域とのコミュニケーションツールの一環として、Instagram・note による SNS 発信を継続してきた。特に Instagram においては、投稿数の増加やリール動画の制作等に取り組んだ結果、フォロワー数は 2025 年度開始時点の 232 名から、年度末には 500 名を超える規模へと拡大した。

一方で、情報発信戦略がないまま 1 名の担当者による属人的な運用にとどまっており、持続可能性が低く、組織としての運用基盤や戦略、ノウハウの蓄積が整っていないことに課題を感じている。

2 助成を受けようとする活動の目的

個人の努力や裁量に依存し、その場限りの投稿に留まっていた情報発信から脱却し、明確な戦略に基づき、活動を効果的に支えるための持続可能な情報発信体制を構築することを主な目的とする。具体的には、①協議会としての目的設定、目標設定、ターゲット設定、ブランディング等を踏まえた情報発信戦略を策定し（以下、戦略的発信）、②それらを共有しながら情報発信に関わる協議会メンバーを増やしていく（以下、組織的発信）ことである。

当協議会はこれまで、企業を中心に活動を推進してきており、2025 年度には名古屋市の後援を受けた大規模な社会実験を行い、幹部向けに報告会を行うなど、活動の幅を広げることができたが、一般的な認知拡大に至っていない。協議会の規模や活動の拡大に対し、情報発信の質や効果がついてきていないという現状を踏まえると、体制の抜本的な見直しが活動全体に与える影響が大きいと考えており、今年度取り組む意義があると感じている。なお、まちづくりにおいて地域の多様なステークホルダーとともに進めること・地域からの共感を集めることを非常に重要だと捉えており、発信手段の中でも最も身近な入り口となる SNS に注力することで、活動の内容や意義を浸透させるとともに、将来ビジョンへの共感を集めていくことも目的とする。

3 活動による今年度の成果目標

今年度は、戦略的発信・組織的発信への転換を示す以下 2 つを成果目標とする。1 つ目は、Instagram・note を中心とした情報発信について、効果測定・分析に基づく運用へ移行し、「どのような人に」「どのような内容・情報を」「どのような媒体で」発信することが有効かを明確化することである。2 つ目は、SNS 運用をはじめとする情報発信に関する活動に関与する協議会メンバーを増やし、ノウハウを共有できている状態を創出することである。

なお、上記の達成を示す成果物として、ターゲットや目的等活動の中で定めた方向性を戦略としてとりまとめた資料及び、WG の会議議事録などを想定しており、運営会議等協議会会員が集まる場で共有する予定である。

4 助成を受けようとする今年度の活動内容

今年度は、専門事業者の伴走支援のもと、情報発信戦略の策定（戦略的発信）及び、運用体制の構築（組織的発信）を目指した活動を実施する。

具体的には、協議会内の若手メンバーを中心に情報発信に関する WG（会議体）を組成し、専門事業者との定例の打合せ（半年間、月に 2 回実施予定）に加え、必要に応じて随時相談・確認を行うなど、密にコミュニケーションを取りながら、ターゲットの設定、発信目的の整理、発信内容・表現方針の検討、効果の検証などを進める。戦略に沿った運用を進めつつも、適宜見直し・改善を繰り返すことで、戦略及び発信内容の最適化を図る。あわせて、運用メンバーによる方針検討や SNS マーケティング分野の勉強会等を実施し、協議会内でノウハウを蓄積・共有する。

これらを通じて、次年度以降は適切な情報発信を自律的に継続できるよう、体制整備と運用の仕組み化を実現する。

5 今年度の活動実施の際に協力や調整等が必要となる関係者等

- ・ 広報・SNS マーケティング分野のコンサルタント（定例支援）
- ・ 制作協力者（カメラマン／動画編集／デザイナー／ライター等）※必要に応じて
- ・ 素材提供・取材協力者（協議会会員、地域住民、店舗・事業者、地域団体、イベント出展者等）
- ・ 行政・関係機関（市・県等）※必要に応じて
- ・ メディア関係者（新聞・テレビ・ラジオ・地域媒体等）

6 今年度の活動内容のスケジュール

月	活動内容	詳 細
4	助成申請 委託先・委託内容の検討	・ 地域まちづくり活動助成の申請準備 ・ 委託候補先からの提案・見積受領
5		・ 委託先決定
6	委託内容のすり合わせ	・ WG メンバー募集 ・ 情報発信の目的の整理
7		・ 情報発信のターゲット・ペルソナの選定

※ この様式は公開されます。

8	コンサルティングの実施 情報発信 WG の実施	・ WG キックオフ
9		・ 現状確認 ・ 目的整理 ・ ターゲット設定
10	※社会実験	・ エリアの魅力・課題整理 ・ 媒体ごとの役割整理
11		・ 会員からの情報提供の仕組みづくり
12		・ 継続運用
1		・ 運用手順の策定 ・ 指標の整理
2	コンサル委託の振り返り	・ 情報発信戦略まとめ
3	助成報告	

7 活動後、次年度以降の展望

今年度の効果測定・分析により得られたデータや知見を踏まえ、次年度以降は「発信内容に応じたターゲット」「反応の高いコンテンツの切り口」を明確にしたうえで、効果的な投稿・配信を継続する。あわせて、投稿設計から振り返り・改善までの運用手順を協議会内に定着させ、外部委託に依存しない形で継続的に PDCA を回せる体制を構築する。また、複数のメンバーで共有したノウハウを生かし、既存メディアへのアプローチや媒体ごとの工夫など、広報戦略として応用的に展開していく。

これらを通じて、短期的には「地域の多様なステークホルダーの勉強会への参加や個人会員としての入会に繋げ、関係人口を増やしていくこと」、中長期的には「活動の中で得た地域の声を反映しながら社会実験やまちなかでの活動を継続的に改善・発展させることで、地域課題の解決やエリア価値向上に繋がる成果を積み上げ、掲げる将来ビジョンの達成に寄与すること」を目標として活動を続けていく。

※ 各欄のサイズ変更は可能ですが、3 ページを超えないように作成してください。

※ 用紙の大きさは日本産業規格 A4 とする。