



11月16日スタート

若者インフルエンサー 魅力発信事業

問い合わせ＝魅力発信課 PR 戦略担当（☎内線 507）



1 きっかけは、学生団体との出会い

市のシティブランディングを進めるなかで、学生団体 ^{イールド}Yield と出会いました。「まちと学生の関係」「若者に認知されない桐生の魅力」など彼らを感じる課題に対し、若者ならではの視点で解決に取り組もう、と本事業をスタートしました。



2 彼らのギモンと答え

- ①桐生にはさまざまな場所や文化などがあるのに、県内の人すら認識されていない。
- ②大学通学などで桐生に来て、知らないまま卒業してしまう。
- ③桐生には若者をひきつける魅力が「存在しない」のではなく、「知られていない」だけ。
- ④若者にもっと届きやすいカタチで、桐生の魅力を発信すればいい。



そこで ……→

若者が気軽に使う代表的なSNSであるインスタグラムを利用し、ターゲット（対象者）を明確にしたうえで、同世代向けのおすすめスポットや周遊コースなどを提案します。

学生生活や遊び場としての桐生で、若者たちの行動に変化を起こすことがこの事業の狙いです。



Yield 林さん

シティブランディングとは？

この事業は、平成31年3月に作成された「桐生市シティブランディング戦略」に基づいて実施する取り組みです。シティブランディングでは、桐生市の「まちの価値」、そして「まちの評価」を高めようとするを重視します。「まちの価値」を実感している人たちの様子や発信する情報は、魅力的に感じられ、それらに接した人たちの「まちの評価」はおのずと高まります。魅力あるまちとは、日々充実して輝く人々がいるまち。100年後もそんなまちであり続けるための取り組みが、シティブランディングです。

目的

1. 桐生の魅力を発信し、若者の関心を高め、桐生に来てもらうきっかけをつくる。
2. 魅力を発信していくなかで、桐生への愛着を高め、関係人口の増加につなげる。

ターゲット

1. 市内の大学生、大学院生、短大生、高等専門学校生、専門学校生
2. 桐生市に関心のある中学・高校生
3. 市外在住の16歳から24歳までの人

内容

インスタグラムで「桐生^{チャーム} CHARM (@kiryu_charm)」というアカウントを運用し、桐生市の魅力を情報発信する。



「桐生CHARM」という名前には、桐生の魅力や人をひきつける、という思いを込めました。

活動を通して知ったのは、桐生の人々は温かい人達ばかりだということ。そして、「ぜひ若い人に来てほしい」と思っているということ。なので、この活動を続けることで、「桐生CHARMを見てお客さんが増えたよ」という言葉が聞けたら、一番嬉しいですね。皆さんも、おすすめのスポットがあれば、ぜひDMお待ちしております！



Yield 岡部さん

こんなスポットを紹介しています。

詳しくは「桐生 CHARM」をご覧ください！



こんにちは
市長です



公約推進のための
まちづくり懇談会

10月に開催した「公約推進のためのまちづくり懇談会」で、「はい！」と、若者の手が挙がりました。手を挙げたのは、国際交流活動を推進する群馬大学国際センター公認学生団体「Le Point」の学生で、9月に実施した私との意見交換会（広報きりゅう11月号参照）の参加者でした。

学生がまちづくり懇談会に参加したのは初めてです。意見交換会の実施が、まちづくりへの関心につながってくれたことに、感激しました。

また、今回の懇談会では、市民の皆さんとお約束した10分野48項目の公約進捗率が8割を超えたことを発表しました。今後も公約の実現を目指しながら、いただいた意見をしっかりと反映し、今、皆さんが求めていることや必要な施策を最優先に考え、桐生市の発展のために全力投球でまいります。

桐生市長 荒木 恵司