

## 7. PR 計画

---

今回の実験において、PRはいくつかの目線で行う必要があり、適切な分類をすることにより、必要な情報を必要なひとに届けることを方針としてPRを行った。

- ・わかやま水辺プロジェクトそのものの周知PR
- ・社会実験のPR
- ・イベント単体のPR

### 7.1. わかやま水辺プロジェクトそのものの周知PR

わかやま水辺プロジェクトの意義、目的を地域への情報共有と効果的なプロモーションを行うために、2016年度に実施した2回の水辺会議から得られた12のバリューと8つの支える仕組みのうち、社会実験的なアプローチで行うことの意義を重点的に周知した。

市民が主体的にこのプロジェクトに参加したいという機運を高めるために、SNSで情報発信をおこなったり、ホームページなどで活動の内容を掲載したり、和歌山の水辺を活かしたまちづくりに携わるキーマンやスポットを紹介したタブロイド紙などを作成した。

また水辺会議や水辺交流会、リノベーションまちづくりサミットなどでは、前向きな水辺のまちづくりの参加方法につながる講義をおこなったり、講師を招いて日本全国で行われている水辺のまちづくりを紹介したりすることにより、主体的な市民の参加を促すとともに、これまでの成果などの情報公開やプロモーションを実施した。

リアルローカルやソトコトなどで紹介されたことは、和歌山が主体的な市民参加の水辺まちづくりを行っていることを全国にPRすることが出来た。

- ・わかやま水辺プロジェクトのWEBサイトの作製、運営 期間中  
ワカリバ開催期間中 4000 アクセス
- ・わかやま水辺プロジェクトのフェイスブックページ運営
- ・WAKAYAMA MIZUBE PRESS (タブロイド紙) 発行、配布 2000 部
- ・全国紙「ソトコト」2018年3月号掲載
- ・real.local 掲載「尾花市長インタビュー記事」11月13日
- ・WAKAYAMADAYS 掲載。フェイスブック、インスタグラム
- ・「ソトノバ」タクティカル・アーバニズム会議 2018年2月3日  
わかやま水辺プロジェクト、プロデューサー岩本唯史 登壇
- ・「リノベーションまちづくりサミット!わかやま」2017年11月21日  
わかやま水辺プロジェクト、プロデューサー岩本唯史 登壇
- ・「第3回水辺会議」越前市 田中謙次氏 講演
- ・「第4回水辺会議」大阪市大正区 内山副区長 講演
- ・「水辺交流会“わかやまミズベ Meetup!”」富山市 中村孝一氏 講演  
LIFULL HOME'S 総研 島原万丈氏 講演

※別紙資料参照

## 7.2. 社会実験（ワカリバ）のPR

和歌山市宮京橋駐車場に「MIZUBE COMMON」を設営して、社会実験を2017年9月27日～11月5日まで「ワカリバ」イベントを開催した。

多様な主体が協調し、民間の他の団体が水辺のアクティビティと協調して行い、将来の民間活用へ繋がる「場」としてのPRを行った。

同時に社会実験自体が、地域の水辺利活用機運を高める機会として考えるとともに、和歌山の水辺のソーシャルデザインとして多くの市民の方に周知を図り、関心や協力を促すようなPR活動を行った。

- ・TV・ラジオ・新聞社などに社会実験の開催情報のプレスリリースを行った。
- ・地元コミュニティサイト(和歌山経済新聞、まいぷれ和歌山、わかやまイベントボード)などに取材などの働きかけを行った。
- ・フライヤーの作製、配布
- ・タブロイド紙にて「ワカリバ」のPR
- ・同時開催イベント「ポポロハスマーケット」での掲示板でのPR、フライヤー配布
- ・和歌山リビング社での「ワカリバ」開催の広告掲載
- ・「MIZUBE COMMON」のサイン等の作製、掲示
- ・ホームページ掲載、フェイスブックページにてリアルタイムの情報発信
- ・「ワカリバ」のバナー作製、配置 20基
- ・「ワカリバ」開催にて協力してくれた事業者、個人に対して賞状の授与

※別紙資料参照

## 7.3. イベント単体のPR

社会実験イベントのスケジュール表、告知用のフライヤーなどの作成、配布、設置をおこなった。WEB上でのカレンダーの作製。

「MIZUBE COMMON」に設置している掲示板には、週間イベントスケジュールを作成・掲示を行った。

イベント毎にフェイスブック掲載、広告配信。フライヤー配布協力など

また社会実験に参加していただいた人、企業から様々なイベントのプロモーション協力をしていただいた。WASSUPのバナーやglafit®試乗会など

- ・イベントカレンダー（Googleカレンダー表示）

※別紙資料参照

## 7.4. 取材、報道

多くのマスメディアに社会実験の開催情報やイベント単体や水辺交流会などの開催情報のプレスリリースを行った事により数多くの取材、報道が行われた。

- ・わかやま新報：取材・記事掲載
- ・毎日新聞：取材・記事掲載
- ・朝日新聞：取材・記事掲載
- ・産経ニュース：記事掲載

- ・ヤフートピック：記事掲載
- ・ライブドアデジタル：記事掲載
- ・わかやまリビング社：取材・記事掲載
- ・ニュース和歌山：記事掲載
- ・和歌山経済新聞：取材・記事掲載・動画配信（NIKEI TV）
- ・日経BP：記事掲載
- ・吉本興業 47WEB：記事掲載
- ・文化情報館：記事掲載
- ・まいふれ和歌山：取材・記事掲載
- ・popcom：記事掲載
- ・spot clip：記事掲載
- ・川田裕美（芸人）オフィシャルブログ：記事掲載
- ・ジェイコム：取材：TV 報道

※別紙資料参照

## 7.5. 記録・情報収集

水辺会議や社会実験イベントの内容の記録、写真撮影、動画撮影、編集などを行った。これらの記録資料は市堀川を活かしたまちづくりに活かせるように地域への情報共有、情報公開を行う。

※別紙資料参照

## 7.6. その他

社会実験「ワカリバ」の開催告地と事業報告を地元自治会へ説明、報告業務を行った。また社会実験中でのイベントにて、伏虎義務教育学校の6年1組担任の友井先生と知り合い、子供たちへの水辺の課外授業へと繋がった。

その後、授業で市堀川の水質調査や生き物の調査などを行ったことはPRの大きな成果ともいえる。

※別紙資料参照

PR計画を全体的に総括すると、大きく3つの分類に分けて適切なPRを行い、多くのマスメディアから取材・報道されることとなり、水辺空間の利活用についての情報をたくさんの人に届けることができた。

しかしながら、「MIZUBE COMMON」や「ワカリバ」を知らない人も多く、継続してわかやま水辺プロジェクトの意義、目的を地域への情報共有と効果的なプロモーションを行い積極的な市民の参加に繋がる呼びかけを行っていくことが必要である。