

# 「失敗」からひも解く シティプロモーション

—なにが「成否」をわけたのか

Learning from Failures of  
City Promotion

河井孝仁 [著] B6判・218頁 定価：2,100円＋税

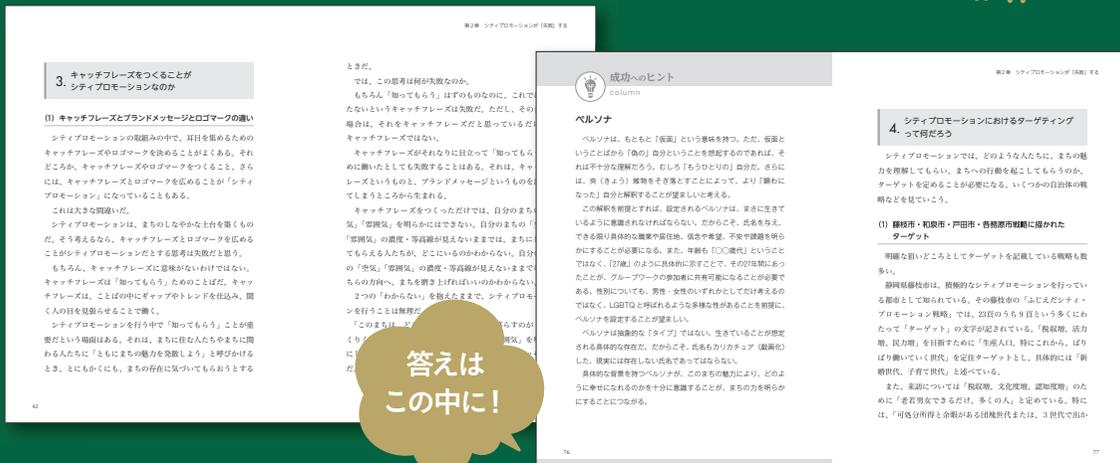
まちに関わる人たちの緩やかに続く幸せを実現するシティプロモーション。  
これに取り組む自治体が「キャッチフレーズ」「ターゲティング」「認知獲得」  
等で陥りがちな「失敗」を紹介し、その成功とはなにかを、  
第一人者の河井孝仁氏が示す。

## 商品内容

- 自治体広報の第一人者であり、多くの自治体のシティプロモーションを支援している著者が「成功」を考える。
- 「キャッチフレーズ」「ターゲティング」「認知獲得」等で陥りがちな「失敗」を紹介！
- 現在進行形のシティプロモーションの「役割」を再考するきっかけに！



まちに関わる人たち  
の緩やかに続く  
幸せを実現  
するためには？



第一法規

東京都港区南青山2-11-17 〒107-8560  
<http://www.daiichihoki.co.jp>

Tel. 0120-203-694  
Fax. 0120-302-640

## 第1章 これまでのシティプロモーションのあり方と限界

1. シティプロモーションとは何だろう
2. シティプロモーションはもう疲労困憊なのか

💡 column 成果指標

## 第2章 シティプロモーションが「失敗」する

1. シティプロモーションにおける「成功」とは？
2. 少子高齢化は悲劇なのか
3. キャッチフレーズをつくるのがシティプロモーションなのか
4. シティプロモーションにおけるターゲティングって何だろう
5. 「仲よくやりましょう」だけでは成功は難しい
6. 「とにかく知ってもらわなくちゃ」だけでは成果は上がらない
7. 市民参加は大事ですという「失敗」

💡 column フューチャーセンター

💡 column ペルソナ

💡 column ターゲティング

💡 column ダイバーシティ

## 第3章 この戦略なら成功する

1. 戦略は明文化するといひ
2. 目的を設定する
3. 現状分析をして結果を示す

4. 目的達成のための具体的施策を考える
5. 推進するための体制は
6. 評価をしなければ戦略ではない
7. 那須塩原市シティプロモーション指針は見本に使える

## 第4章 国の外から見えるもの

1. ポートランド
2. ニューカッスル・アポン・タインとゲーツヘッド
3. 私たちが学ぶものは何か

成功へ  
近づくための  
一冊!!



詳細・お申し込みはコチラ →

(クレジットカードでもお支払いいただけます)

第一法規

検索

CLICK!