

令和 7 年度豊島区PR推進方針 概要

■令和7年度豊島区PR推進方針

豊島区では
区の事業推進だけではなく
区民・企業を含めたまち全体で
まちづくりを進めています

豊島区の魅力・活力を可視化し

主に区外PR対象に対し

興味関心・共感を増幅させ

区の都市ブランド向上を目指し

PRを推進していきます

区外からの
需要向上

「訪れたい」
「住みたい」
「投資したい」等

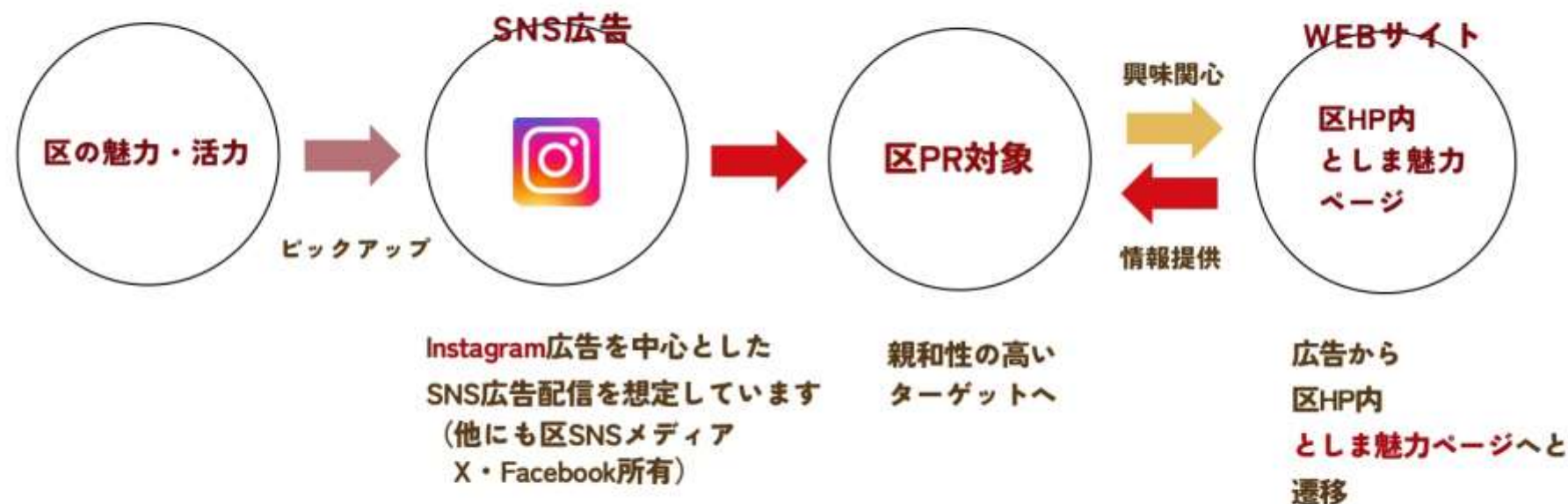
区内の
需要向上へ

「住み続けたい」
「ビジネス
し続けたい」等

外からの
需要の向上を
内の需要に
つなげたいと
考えています

認知度や区HPへのuuを追求するだけでなく
「共感」に結びつく
PRアプローチを目指しています

■区PR広告配信イメージ



区ホームページ内
区魅力発信サイトページ（※）への
新規訪問者数の目標達成値を「20,000uu」とします。

※広告のランディングページは
・としま魅力ページ
・としま魅力ページ内記事ページ
・区HPトップページ 等
PR推進提案内容によって
変更可とします。

■としま魅力発信ページ

区ホームページは令和7年6月全面リニューアル公開に向け準備しています。

HP内「としま魅力発信ページ」は。区が推進する文化・観光を中心とした活動を紹介するページとなります。

■豊島区の魅力とは

令和7年度PR推進においては、区の独自性・先進性ある施策、それに係るまちの活動を「としまチャレンジ（仮）」と一括りにまとめ、区の未来を形成するチャレンジングな活動姿勢を、「区の魅力」と位置付けます。

※「としまチャレンジ」の名称の、提案内容に則したカタチでの変更を可とします。

① まちづくりをみんなでチャレンジ

豊島区は区だけではなく、区民・区内企業等と共創し、まちの未来の形成を目指しています。その官民連携に向けた活動・姿勢・まちの活力は、区の大きな魅力のひとつと考えています。

- ・チームとしま <https://team-toshima.jp/>
- ・区民による事業提案制度
(令和6年度) <https://www.city.toshima.lg.jp/553/2403050923.html>
(令和5年度) <https://www.city.toshima.lg.jp/553/2307250928.html>



② まちが舞台チャレンジ

豊島区では、まち（ストリート）を開放する多数のイベントが形成されています。

※ 主な催し例

- 東京大塚阿波踊り <https://www.city.toshima.lg.jp/132/bunka/kanko/moyoshi/natsu/007172.html>
- ふくろ祭り 東京よさこい <https://www.yosakoitokyo.gr.jp>
- 池袋ハロウィンコスプレフェス <https://ikebukurocosplay.jp>
- トシマストリートフェス <https://ts-fes.com>

また、ストリートを「まちのリビング」と捉えた、まちの心地良い空間形成を試みる活動も行われています。

※ 池袋リビングループ <https://ikebukuropark.com/livingloop/>

まちの訪問者の夏の暑さをしのぐ一時休憩所として、区関連施設と区内一部薬局にて開放しています。

※ としま涼みどころ <https://www.city.toshima.lg.jp/046/bosai/kikikanri/2405211421.html>

③ まちのイメージチェンジチャレンジ

池袋駅周辺の4つの公園を整備し、そのすべての公園にカフェを併設しました。その回遊手段となる電気バス「IKEBUS」が公園をつないでいます。この施策はまちのイメージをおおきく変換させました。

- ※南池袋公園 https://www.city.toshima.lg.jp/340/shisetsu/koen/documents/160715_minamiikebukuropark_1.pdf
- 中池袋公園 <https://www.city.toshima.lg.jp/340/shisetsu/koen/020.html>
- 池袋西口公園 <https://globalring-theatre.com>
- イケ・サンパーク <https://ikesunpark.jp>
- IKEBUS <https://travel.willer.co.jp/ikebus/#contact>



④ 「マンガ・アニメ・トシマ」チャレンジ

区内にトキワ荘マンガミュージアム・アニメ東京ステーション・多数のアニメ関連企業等を有する豊島区は、「マンガ・アニメ・コスプレ」の聖地化に向け、「マンガ・アニメ・トシマ」プロジェクトを推進しています。

- ※トキワ荘マンガミュージアム <https://tokiwasomm.jp>
- アニメ東京ステーション <https://animetokyo.jp>（事業主体：東京都）



※区ではマンガ・アニメの著作権を活用した多数の施策が行われていますが、通常施策期間のみの著作権使用契約となっています。

⑤ 孤独・孤立させないチャレンジ

コロナ禍以降、区内でも孤独や孤立の問題が顕在化しており、さまざまな取り組みを進めています。

- ・若い女性の「なんとなく生きづらい」を「たしかな支援」に
「すずらんスマイルプロジェクト」 <https://www.city.toshima.lg.jp/suzuran/smile/index.html>
- ・妊娠前も産後も妊婦に寄り添う
「切れ目ない子育て支援」 <https://www.city.toshima.lg.jp/229/documents/06dai32kidai7kaisankoushiryo1.pdf>



⑥ 細部にこだわるチャレンジ

豊島区は区民の気持ちに寄り添えるよう、細部までこだわった施策を試みています。

- ・ 女性の視点により救援センターの環境を改善しています。
(令和7年度当初予算案プレス発表P12 <https://www.city.toshima.lg.jp/013/kuse/shisaku/shisaku/kekaku/documents/tousyoyosann-kakou.pdf>)
- ・ ペットの災害対策も強化しています。
(令和7年度当初予算案プレス発表P14 <https://www.city.toshima.lg.jp/013/kuse/shisaku/shisaku/kekaku/documents/tousyoyosann-kakou.pdf>)
- ・ まちの訪問者の夏の暑さをしのぐ一時休憩所として、区関連施設と区内一部薬局にて開放しています。
※ としま涼みどころ <https://www.city.toshima.lg.jp/046/bosai/kikikanri/2405211421.html>

など、豊島区には多種多様な魅力があります。

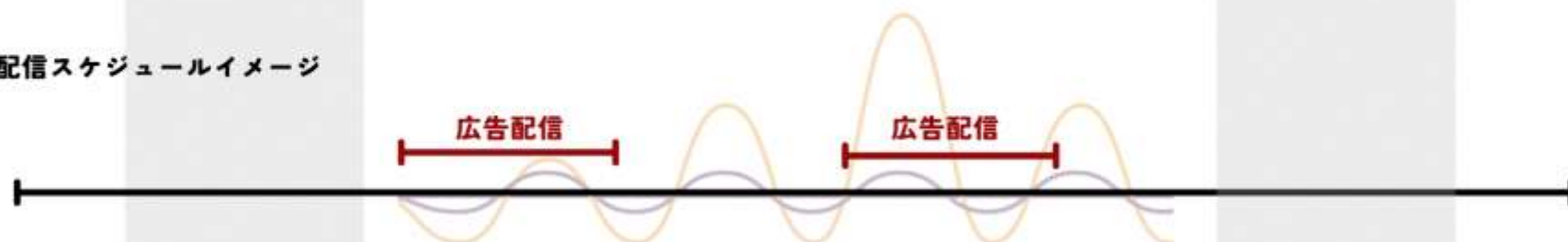
上記の「豊島区の魅力」を参考に

区外の方々にも興味関心が高く、都市ブランドの向上に寄与と思われる施策・活動を
ピックアップし、広告施策を提案してください。

- ・ ①～⑥の区分けにこだわりません
- ・ 1つの活動・魅力にフォーカスを当てることも問題ありません
- ・ 上記以外の区の魅力をピックアップし、提案していただいても問題ありません

年2回の広告配信が効果的に活用され、相乗効果を生むPR施策をご提案願います。

○ 広告配信スケジュールイメージ



■PR対象・エリアイメージ

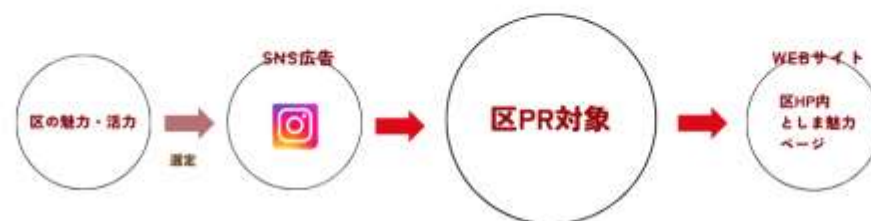
豊島区は、池袋、大塚、巣鴨など個性あふれるまちや
多数の企業・大学・大規模イベント等を有していることから、
区へのニーズは途切れることはなく、

PRすべき対象は

首都圏近隣だけでなく日本全国、海外にも及びます。

ですが、

都内には豊島区以外の選択肢も多数存在するため、
豊島区への「気付き」「興味関心」「共感」に向けた
ユーザー及びユーザー見込み客へのアプローチは
常に欠かすことはできないと考えています。



【PR対象想定】

首都圏（東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）

および主要都市（札幌市・仙台市・名古屋市・大阪市・福岡市）に
在住・在勤する20～30代

PR提案内容によって、変更可です。

PR効果を鑑み、ご検討願います。

■区PRパートナー選定イメージ

業務推進スピードを鑑み、PR施策において区民・区民団体・企業プロジェクト等の協力を必要とする場合、受託者にその「選定」に関わる助言等をお願いしたいと考えています。

■モデル選定例



PR広告制作において
動画広告配信が最善と考えた際に、
人物モデルが必要になる場合があります。
その際、
PRを最も効果的に形成するため
区民モデルの公募等での
候補者から、
プロの視点による
「選定」に関する助言等を
受託者にはお願いいたします。

■企業プロジェクト選定例



産官学コンソーシアム
「チームとしま」等の
官民連携事業にて形成された
「企業発信プロジェクト」の
PR活用が最善と考えた場合、
受託者には
情報拡散効果、
PR強度等の理由による
「選定」に関する助言等を
お願いいたします。

※コンソーシアム
共通の目的を持つ複数の企業や組織が連携し
共同事業を展開する形態

※チームとしま
<https://team-toshima.jp/>

ご提案をお待ちしております。

