

大阪・関西万博への参加・参画を踏まえたプロモーションの基本的な考え方

第6次総合計画後期基本計画 施策5「やおプロモーションの推進」

大阪・関西万博後も八尾に関心を持ち、関わりたいと考える人が増えるよう、**万博への参加・参画によって得た経験や明らかになった課題**をもとに、プロモーション展開の方策を整理・再検討する必要があります。

令和7年度 市政運営方針 重点取り組み（やおプロモーション推進事業）から抜粋

八尾の魅力ある地域資源を世界に発信し、関係人口の増加などにより八尾の成長と発展につながるよう、博覧会協会等と連携し、大阪ウィークをはじめ、万博への参画・参加の各種取り組みを実施するとともに、万博で得た体験や実績をもとに、万博後におけるプロモーションの基本方針を策定します。

1. 大阪・関西万博への出展 ※一部抜粋

大阪ウィーク



健康寿命のばす展



YAO iPP0



リボンチャレンジ



共創チャレンジ



拡張万博イベント



2. 大阪・関西万博でのプロモーションと見えてきた強みと弱み

大阪・関西万博でのプロモーション

「八尾」という名前をPR

万博という多くの人が集まる場所に多数出展することで「八尾」の名前をPR！！



八尾の地域資源の魅力PR



地域資源の魅力に「触れる」「体験する」ブース展開で八尾の魅力をPR！！

地域資源の新たな魅力をPR

従来の地域資源の魅力だけでなく、「八尾は米粉の聖地」など、新たな魅力や付加価値をつけPR！！



見えてきた強み

地域資源を愛を持って伝承し、発信し続ける市民の存在

『八尾愛が強い人々』

八尾えだめ、若ごぼう、河内木綿、古墳、河内音頭などの地域資源が強力

『八尾愛が強い人々』が愛を持って伝える『地域資源』

「YAOiPP0」や「八尾のこども河内音頭大使」などで見えてきた『地域資源』に関わる若い世代

次世代を担う『八尾愛が強い人々』

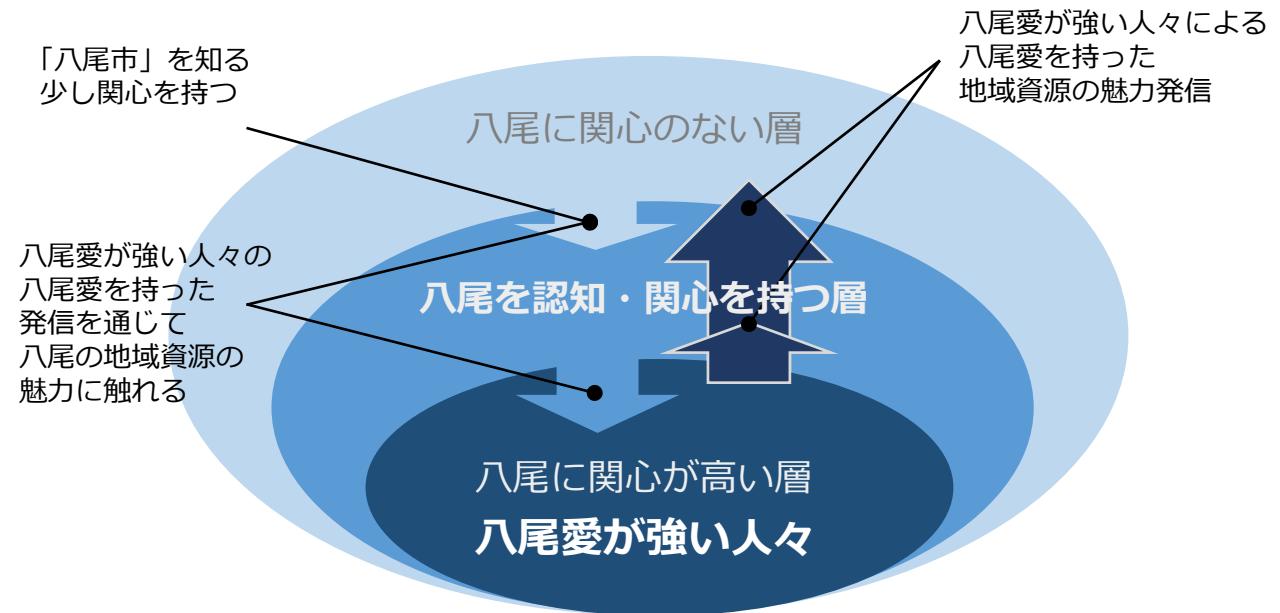
見えてきた弱み

- 時代に合わせた「変化」が少ない（一部）
- 「八尾愛が強い人々」の活動との連携が弱い
- 八尾市外での継続的な発信が弱い

プロモーションの基本的な考え方

八尾のまちの活力や魅力を多くの人たちに知ってもらうため、**八尾への熱い思いや強い愛着を持つ人たちが地域資源を伝承し、また、発信する取り組みを支援するとともに、市民と一緒に国内外にて広く展開**します。これらの取り組みを進めることで、八尾の認知度や関心を高め、さらに、**八尾を「推す」人々の増加へ**とつなげます。

3. プロモーション活動によるターゲット層の整理



4. 考え方に基づく進め方やおプロモーション推進プロジェクトチームの役割

八尾愛が強い人々による八尾愛を持った地域資源の「国内外」への魅力発信の場作りと演出・サポート

各担当部局による、**地域魅力の発掘と発信**

密な連携

広報課
市政の情報を公平・正確に「市民」に伝える



令和8年度 やおプロモーション推進PTが進める取り組み

国内外で、人が集まるイベント等への参画を通じて八尾に関心がない層に関心を持ってもらう

共創チャレンジ団体の広域的な活動展開

やおプロモーション推進アドバイザーとともに、八尾の認知度向上に向けたPR活動