

【目的】「交流・連携・挑戦」が生まれ、人中心のまちへと再編していく「新宿グランドターミナル」について、まちのイメージや価値を高めるため、東京都、新宿区、鉄道5社による、プロモーション活動を実施した。

①既存web媒体によるインタビュー記事掲載 新宿グランドターミナルに関する情報発信

- ①学識経験者
日本大学
岸井教授
(10月29日)
- ②新宿区
吉住区長
(11月26日)
- ③東京都
都市整備局
安部理事
(11月26日)
- ④鉄道5社
担当者対談
(12月17日)
- ⑤キャンドルナイト
告知・レポート記事
(12月10日、1月28日)



・新宿エリアの既存web媒体（西新宿LOVEWalker：(株)角川アスキー総合研究所運営）を活用し、新宿への想いをインタビュー記事にしたものやキャンドルナイトの情報配信を実施 PV数：10,204回（2月10日時点）

②新宿グランドターミナルのプロモーション映像放映

・新宿グランドターミナルの周知を目的に30秒の映像を制作
・都、区、鉄道5社所有媒体にて1月17日より放映中
（駅構内、電車内、建物デジサイ等25か所＋Youtubeにて放映中。
2月10日時点でYoutube再生回数3424回）



③東・西エリアでのキャンドルナイトイベント実施 Candle Night @ Shinjuku -新宿想い線-

東口駅前広場：12/17（金）～12/18（土）、新宿中央公園：12/24（金）～12/25（土）

- ・2018年から開催されている既存イベント(Candle Night @ ShinjukuCentral Park) と連携し、新宿グランドターミナルの再編を契機とした「西と東のまちがつながる」をコンセプトに来街者が新宿や駅などに対する愛着を醸成することを目的に開催。今年は東口駅前広場でも開催した。
- ・鉄道5社保有媒体（デジサイ、情報誌、駅構内チラシ、SNS等）で事前に告知を行い、企画・当日運営含めて5社社員及び工学院大学、地元IT企業の協力のもと実施した。
- ・参加者に当日アンケートを実施し、属性及び当日イベントを知ったきっかけ・新宿への来街理由・新宿エリアのイメージ調査を実施した。
【来場者数とアンケート回答率】東：293人（57%）、西：2289人（5%）

東口駅前広場

新宿中央公園



参加者はぬり絵を実施

5種類のぬり絵を自由に装飾

5鉄道事業者グッズを参加者にプレゼント

鉄道5社各所で告知を実施



学生制作のチラシ

<当日アンケート回答結果>

Q.今日の新宿への来街理由は何ですか？

- 【東】1位 買い物 41% 2位 食事・お茶 24% 3位 仕事 10%
【西】1位 本イベント 21% 2位 在住 15% 3位 買い物 13%

Q.新宿のイメージを教えてください（「○○なまち」より3つ選択）

- 【東】1位 ワクワク 2位 ドキドキ 3位 発見 4位 また来たい 5位 こわい
【西】1位 ワクワク 2位 発見 3位 未来 4位 また来たい 5位 安心

Q感想をください

- ・今年は暗い世の中だったので、無料で、気持ちがいいイベントでした。
- ・鉄道グッズをもらえて嬉しい、塗り絵の企画がとて子供が喜んでた
- ・今年はコロナでなかなか参加できるイベントが少なかったのが楽しかった

【22年度取り組み】

区画整理事業や各開発事業のフェーズに合わせた取り組み、今年度課題であったプロモーションの原資や持続可能性ある仕組みづくりを含めてエリアマネジメント検討部会にて検討を行う。