秋田市シティプロモーション基本方針 (原案) (概要)

1 目的

(1) 本市におけるシティプロモーションとは、<u>自らの住む地域に関わる当事者意識の醸成を図り</u>、行政と市民が一体となって本市の魅力や良いところを整理又は再発見し、本市への「興味」「関心」「憧れ」や「誇り」「愛情」を生むことで、<u>行政のみならず、市民レベルでの本市の魅力発信に繋げようとするものであると考えております。</u>秋田市シティプロモーション基本方針では、本市が推進すべきシティプロモーションの考え方や推進方法を整理し、自らの住む地域に真剣に向き合う市民を増やしながら、関係人口と交流人口の拡大に向けた本市が発信する情報との接触度を向上させることを念頭に、本市各課所室および市民が一丸となって取り組むべきターゲットや推進の方向性などを示そうとするものです。

また、次期総合計画の部門別計画に位置づけ、市政推進の基本理念「ともにつくり」ともに生きる 人・まち・くらし」の実現に向け、シビックプライドの醸成を本基本方針の最上位に位置づけます。

CIVIC PRIDEの醸成 理念レベル 政策レベル又 は戦略レベル 関わりを深める まちへ 訪れたい 関わりたい 応援したい の誇りと愛着 の誇りと愛着 ゲ 交流人口 最重要課題 関係人口 より多様な人材がまちづくりに関わる 人口減少対策 離れてもつながりを持つ 秋田市への興味・関心を生む 住み続けたい 共感を生む 良くしたい 最重点ターゲット お薦めしたい 定期的な来訪・活動 移住・定住へ 10~30代 市外 定住人口 市外 市内(市民) ふるさと納税、地域おこし協力隊、 市民協働の視点も 観光部門との連携も 移住促進などとの連携も シティプロモーション 秋田市への興味・関心・ 秋田市への興味・関心・ 憧れを生み出すための 憧れを生み出すための モノ、ヒト、コト、場所、暮らし・・・ プロモーション(日常やラ プロモーション(日常やラ 秋田市の持っている魅力を見つけて イフスタイルも) イフスタイルも) 秋田市を好きになってもらうための発信 【主体】=行政·市民等 手 施策 暮らしの良さ、地域の魅力の再認識と 段 事業レベル 発信を促すためのプロモーション 【取組例】・日常やライフスタイルの発信・観光、産業部門等と連携した発信・市出身者の市外・県外からの発信 ・都市イメージの構築 ・市民主体の取組を促す仕組みづくり ・市内で活動する人のネットワークの充実 ・関係人口を増やす取組 ・交流人口を増やす取組

本市シティプロモーション基本方針の概念図

(2) 秋田市シティプロモーション基本方針(原案)の概要

(2)	T	コン 巫本刀町(原来)の「帆女
	項目	内容等
名称	秋田市シティプロモー	
	ション基本方針	
構成	I基本方針策定の主旨	シティプロモーションに取組む社会的背景と
		必要性について
	Ⅱ本市の現状分析	人口動態の推移等客観的な本市の現状と若い
		世代へのアンケート調査結果および本市各課
		所室の取組の現状を調査分析のうえ課題を整
		理
	Ⅲ基本方針	【基本方針】
		I 全庁的なシティプロモーション意識の醸成
		Ⅱ 市民、市民団体、企業等をパートナーとし
		た取組の促進とまちに関わる当事者意識の
		醸成
		
		【目的】
		・自らの住む地域に関わる当事者意識をもっ
		た人を増やし秋田市民をはじめ市内外の人
		から「秋田市を好きになってもらう」
		【シビックプライド】
		・市政推進の基本理念実現に向け核心を担う
		シビックプライドの醸成を本方針において
		も最重視する
		「秋田市を好きになってもらう」ことを念頭
		に、ブランドメッセージを「ちょうどいいか
		ら住みやすい」、重点ターゲットを30代~40
		代とし、職員の意識醸成に関する取組や情報
		発信のターゲットの考え方を提示しながら基
		本方針 I からⅢについての取組例と目指す状
		態を示す
		泣てつい