令和２年１２月１７日
人口減少・移住定住対策課

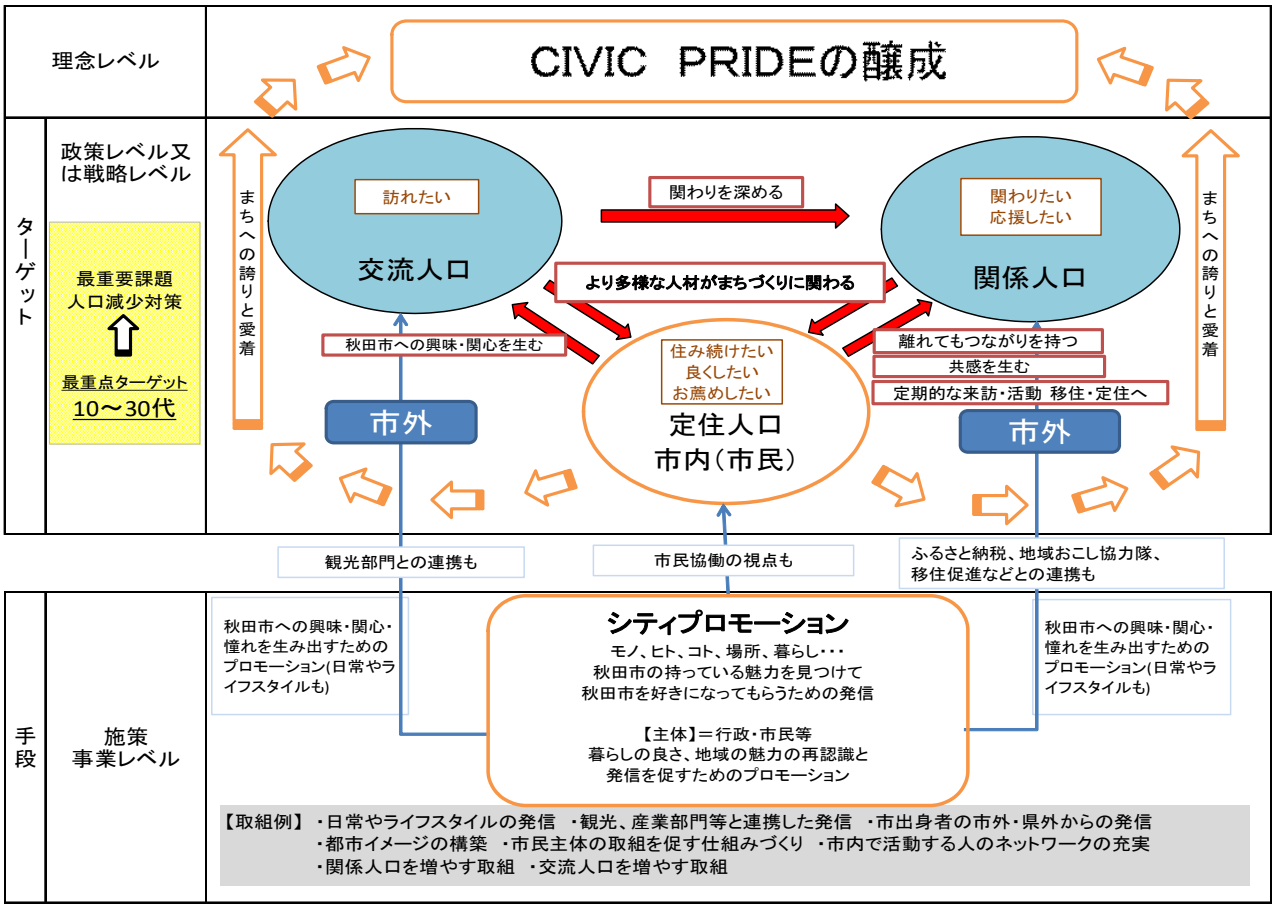
秋田市シティプロモーション基本方針（原案）（概要）

１　目的

（1）本市におけるシティプロモーションとは、自らの住む地域に関わる当事者意識の醸成を図り、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、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。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。

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

	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 Ⅲ魅力的、効果的、積極的な情報発信 【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
	Ⅳ推進の方向性	「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