



新市地域らしさ価値を高める

重点実現項目(重点課題)検討の視点

「新市地域らしさ価値」を高める重点ポイントは、どこにあるかを考えます。

市民の思いを材料とした「新市地域らしさ価値」は、様々な活動によって高めていく必要があります。ここでは、価値を高めるために、特に重点を置くべき視点を考え、その視点に従った重点実現項目(重点課題)立案への流れを示します。

※地域ブランド構築が進んでいる自治体の事例

*地域ブランドについては16ページに説明があります。

湯布院町「湯布院＝温泉の町」

全国的に認知が高く、人気のある観光地
住民が誇りを持てるまちづくりを推進中

- 一貫したアイデンティティの発信
- 官民協働(民が主体)のまちづくり
- 既存の温泉まち「価値」からの差別化
- 他産業への具体的な波及効果



「湯布院映画祭」パンフレット

札幌市「さっぽろ＝IT都市」

IT都市の新しいブランドに確立
IT化による大幅な行政改革を推進中

- 新しい都市(地域)価値の創造
- 住民の暮らし重視・満足度評価の徹底
- 住民参加型のまちづくりと住民主体の運営管理
- 行政支援による地域ブランド育成



「札幌市IT経営戦略」愛称 www.city.sapporo.jp/city/

神戸市「神戸＝ファッション都市」

青山アンテナショップで神戸ブランドの靴を販売
医療福祉都市のブランドイメージ確立を推進中

- 都市の強みを活かす
- 継続的な事業と多様なしかけ
- 販売面強化策としてのアンテナショップを行政主導で展開
- 先端医療分野イメージによるイメージアップ戦略



神戸ものづくりセンター「神戸靴」

岩手県「特産ブランド構築＝岩手ブランドの町」

県のイメージアップ戦略を推進中
物産ブランドの構築を推進中

- 「銀河系いわて」をキーワードとした統一イメージの発信
- 複数県、農林水産業共同のPR
- 徹底した素材の掘り起こし
- ブランドを束ね、県レベルのコーポレートブランドの確立

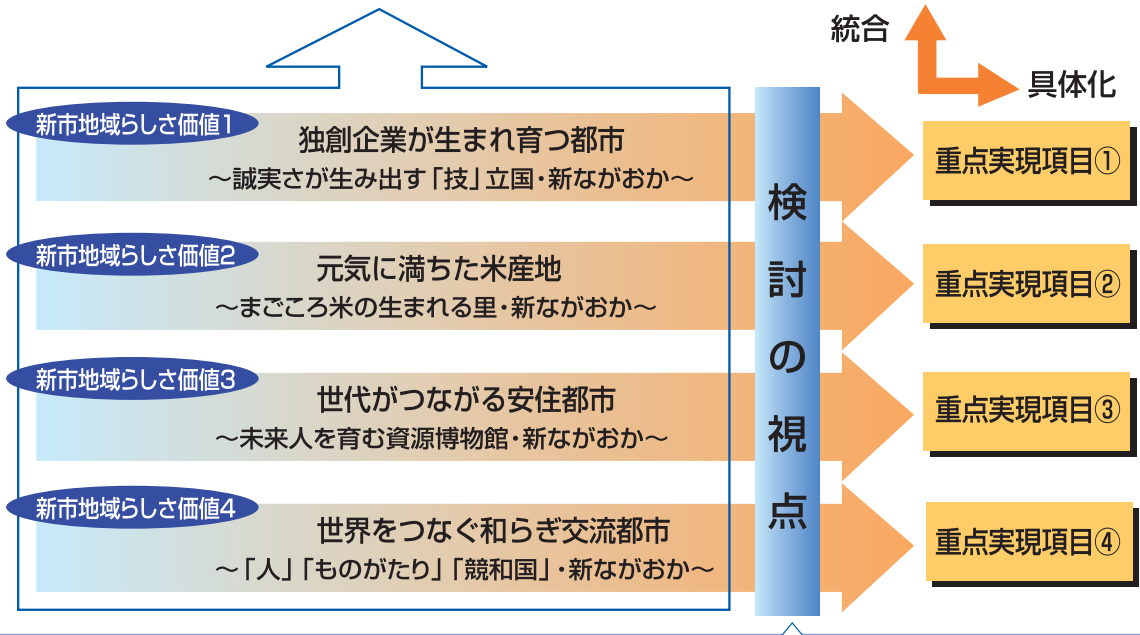


岩手県観光シンボルマーク

新市地域らしさ価値・統合ビジョンと重点実現項目の関係

新市統合ビジョン
～新市のスローガン～

たから
人は財、いきいき都市・新ながおか



先行事例やブランディングの考え方、小委員会意見からの視点整理(キーワード)

- 一貫したアイデンティティの発信 (⇒アイデンティティ確立)**
 - ・ コアとなる地域資源、都市(地域)の強みを生かす
 - ・ 都市(地域)の歴史・文化的背景を大切にストーリー性の高さ
 - ・ 住民が誇りを持てる価値の掘り起こしと差別化
- 多様な分野を束ねる統一コンセプト(⇒一貫性)**
 - ・ 都市(地域)レベルでのコーポレートブランドの実現(多様な産業への波及効果)
 - ・ ヒト・モノ・コトの多様な分野を束ねたコミュニケーション
- 多様なアイデンティティ発信の機会(⇒情報発信機会の多様性)**
 - ・ 都市(地域)の顧客(企業・観光客・通勤通学者等々)、ターゲットにあわせた情報接点
 - ・ 直に触れることのできるアンテナショップ機能
 - ・ 他地域との連携を含めた情報発信力の強化
- ブランドを育てる機能(⇒育成)**
 - ・ 価値観の共有化と協働が育てる信頼と愛着
 - ・ 開発、育成、生産、流通、販売の各分野を支援する場
 - ・ ブランド強化(イメージアップ)につながる新しい芽を育てる機能
- 継続的な事業・活動(⇒事業活動の継続性)**
 - ・ 民間主導の強いリーダーシップを育てる土壌
 - ・ 継続的にCS(住民(来訪者)満足度)を評価する体制
 - ・ 都市(地域)の住みやすさが地域の価値

