

3 シティプロモーション戦略

1) シティプロモーションの目的

本区におけるシティプロモーションは、すみだの地域力が一層高められるように、区民の地域に対する愛着と誇り（シビックプライド）を高めていくことを目的に実施します。

そのために、これまで墨田区が大切にしてきた、まちづくりに必要な「知る力」「つながる力」「行動する力」の3つの力のうち、「知る力」を大きくしていく活動に注力していきます。「知る力」が大きくなることで、「つながる力」「行動する力」も拡大し、シビックプライドの醸成につながっていくと考えています。

区民、事業者、区などの主体が、互いにつながりを深めて、力を合わせ、共に支え合う地域力を活かしたシティプロモーションの推進によって、基本計画に掲げる“すみだの夢”実現を加速させていきます。

シティプロモーションの目的について

近年、シティプロモーションに取り組む自治体が増加していますが、目的や定義は自治体によってさまざまです。なぜなら、人口規模、環境などの地域特性、まちづくりの進め方など、抱える課題は、そのまちによって異なるため、自治体によってシティプロモーションの目的は異なります。

(例) 定住人口の増加 / 観光客の増加 / 企業誘致 / 物産販売 / シビックプライド*の醸成 など

*シビックプライドとは

区民が自分の暮らすまちに対して抱く愛着や誇りです。区民一人ひとりがまちを構成する一員として、まちをよりよい場所に発展させていくことに関わっているという「当事者意識に基づく自負心」が育まれていきます。

現在、シティプロモーションの展開を実施している多くの自治体の戦略立案等で用いられています。

2) 基本方針

シティプロモーションの目的と今後の方向性を踏まえて、次の2つの視点で戦略を進めます。1つ目の視点として、各主体の広報活動がそれぞれにもっと活性化されて、活動やまちの魅力の伝え合いが生まれていくように取り組みます。この好循環を生み出すことで、持続的にシビックプライドを醸成していきます。

一方で、シティプロモーションの展開を地域全体で推進していくためには、区民、事業者と区との信頼関係をより一層高めていく必要があります。そこで、戦略の視点の2つ目として、区民・事業者目線に立った情報発信によって区への信頼獲得につなげるため、職員の広報マインドの向上、スタッフプライドの醸成等について広報広聴の観点から全庁で取り組みます。これは、戦略の視点1の取組を支える基盤としての役割も担います。

墨田区におけるシティプロモーションの目的

地域力の向上のために持続的にシビックプライドを醸成していくこと

戦略の視点1

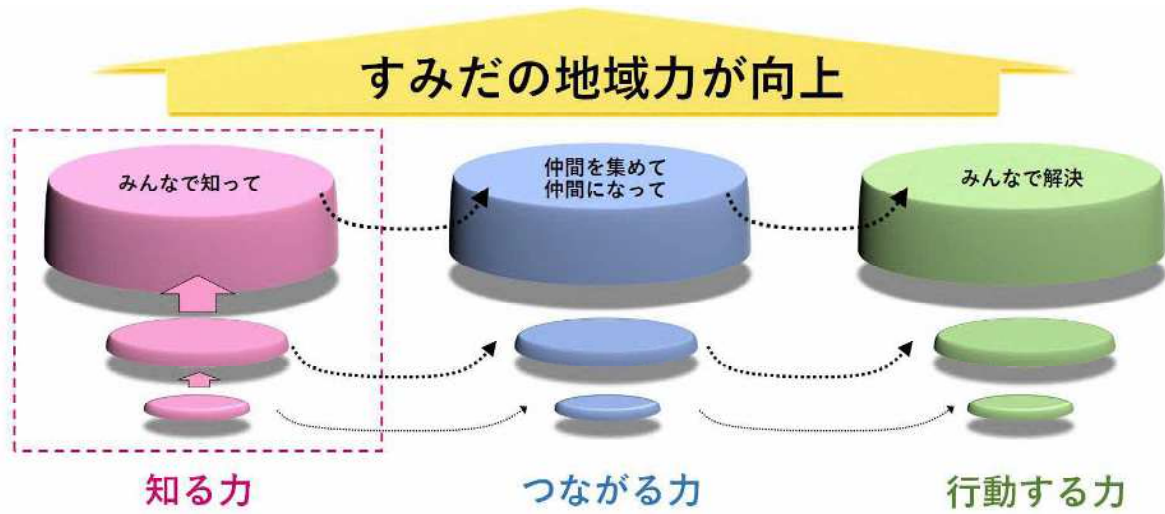
各主体の広報活動を活性化して、まちの魅力の伝え合いの好循環を創出する



伝え合いの好循環を支える基盤となる

戦略の視点2

職員一人ひとりが区民目線に立った情報の発信と共有に努めて、信頼関係を一層高める



すみだの地域力が向上

シティプロモーションの推進がすみだの地域力向上につながる

- ・シビックプライドの醸成が「まちをもっとよくしたい」という活動の原動力となる
- ・すみだの「知る力」が大きくなって「つながる力」と「行動する力」も大きくなっていく

①②③の要素が好循環することで伝え合いが広まるとシビックプライドが醸成されて、さらに伝え合いが広まる

地域の活動に関わってみたい！
すみだの魅力を もっと伝えたい！
もっと知りたい！

シビックプライドの醸成

まちの魅力を伝え合い

[戦略の視点1]
各主体の広報活動を活性化して、まちの魅力の伝え合いの好循環を創出する

活性化に必要な3つの要素

- 1** 地域情報を発掘して磨き上げる
⇒多くの人が「すみだ」を知る
- 2** 共感の輪を広げる
⇒多くの人へ「すみだ」を伝えたいくなる
- 3** プロモーション媒体を有効活用する
⇒多くの人に「すみだ」が伝わる

[戦略の視点2]
職員一人ひとりが区民目線に立った情報の発信と共有に努めて、信頼関係を一層高める
⇒区民と区の信頼関係が高まることで伝え合いの好循環を支える基盤が整っていく