

平成28年度

「蓮田市政策研究会議 提言書」
(概要版)

蓮田市政策研究会議で考える「シティセールス」とは

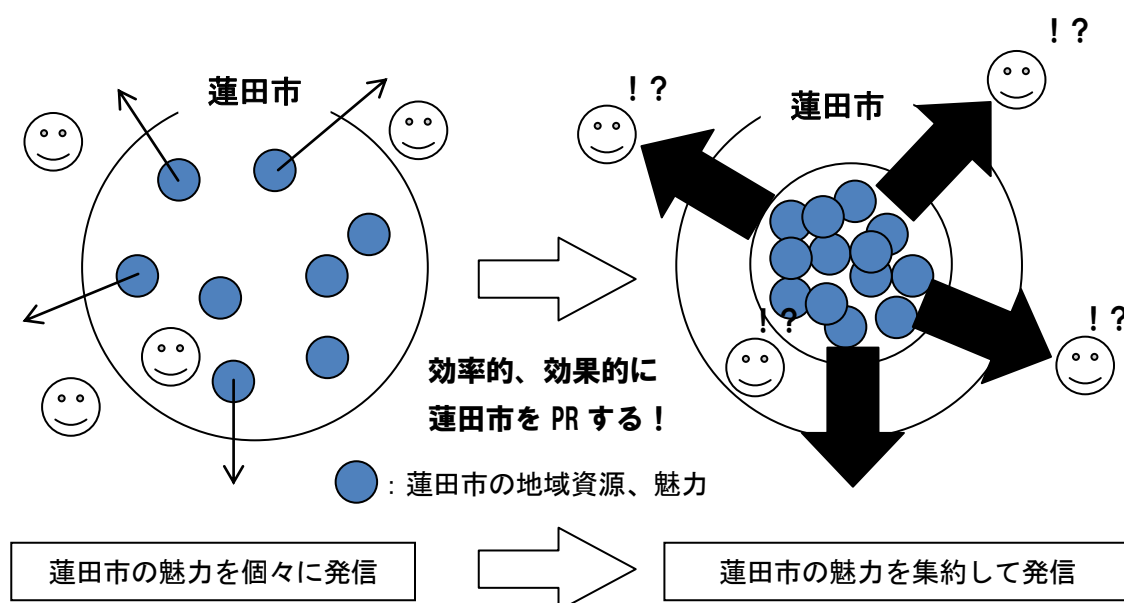
1. 政策研究会議の位置づけ

政策研究会議は、地方分権の進展及び社会情勢の急激な変化にあたり、的確に対応した政策及び施策を広く調査研究し、その具体化を図ることを目的とした組織で、市長が任命した市職員により構成しています。

この政策研究会議は、平成26年度から庁内に設置され、年度ごとにメンバーが入れ替わり、さまざまな政策の提言を行っています。過去2年間の政策研究会議で提言された政策は、実施されている事業、実施に向けて準備を進めている事業などがあります。28年度においては、過去2年間の提言や、先進地である栃木県宇都宮市への県外視察などを踏まえ、蓮田市のシティセールスの在り方や取り組みを研究し提言を行うことを目標としています。

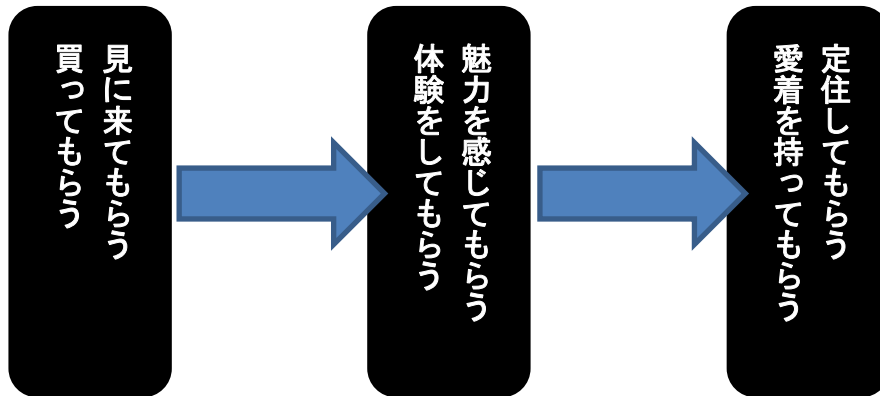
2. 蓮田市のシティセールス

「ひと」を「まち」に集めるために、「まち」を「ひと」にアピールすることを「シティセールス」と考えます。「まち」を「ひと」にアピールするためには、蓮田市の「まち」としての価値を高める必要があります。蓮田市に受け継がれてきた歴史遺産、現在行われているイベントなどの数々の取り組み、そして新たに行われている（これから行われる）取り組みを市内外に戦略的に発信していくことで、蓮田市のイメージ向上が図られ、蓮田市の価値を高めることができます。本来蓮田市の持つ良さや強さを再認識し、誇りと愛着を持つことにより、地域活動が活性化し、人が集まる「ワクワクするようなまち」へつながっていくと期待できます。



3. 提言事業

蓮田市は良いところだということを市内外の人に広く知っていただき、蓮田市に来てもらい、住んでもらい、いっしょに幸せを感じてもらいたいという想いで提言します。



提案事業

- ① 「キャッチコピー」で「まち」のイメージPR作戦
- ② 「蓮田ブランド」の創設

○「キャッチコピー」で「まち」のイメージPR作戦

事業概要

キャッチコピーを作成し、「ひと」を「まち」に集めるため、「まち」を「ひと」にアピールするため、ターゲットを絞って、効果的・効率的に情報発信を行います。ターゲットを絞って、効果的・効率的に情報発信をすることにより、交流人口を増やし、ヒト・モノ・カネ・情報等、さまざまな資源を呼び込みます。

目的

① 蓮田市の知名度の向上

「キャッチコピー」の活用をメインに、蓮田市の知名度を向上させるとともに良いイメージを定着させます。

② 蓮田市の人口増加

転入者を増やし人口の減少に歯止めをかけ、現に住んでいる人に蓮田市への「誇り・愛着」を持ってもらい住み続けてもらいます。就職、学業などのため蓮田市を離れた人に、結婚、出産などを機に蓮田市へ戻ってきてもらいます。

効果

- ① ヒト・モノ・カネ・情報などのさまざまな資源を呼び込むことで転入者が増え、更に、その転入者が蓮田に対する愛着を持つことで定住者の増加が見込めます。
- ② 蓮田市に対する「誇り・愛着」を持ち、住み続けたいと思う人の増加が見込めます。
- ③ 就職、学業などのため蓮田市を離れた人が、結婚、出産などを機に蓮田市へ戻ってくるのが期待できます。
- ④ 蓮田市の知名度を向上させるとともに、蓮田市の魅力を認識してもらい良いイメージを定着させ、「まち」としての価値そのものを高めることができます。
- ⑤ 蓮田市の良さを再認識し、誇りと愛着を持つことにより、地域活動が活性化し、人が集まる「ワクワクするようなまちづくり」へとつながっていくことが期待できます。

○「蓮田ブランド」の創設

事業概要

蓮田ブランド事業は、蓮田における「もの・サービス」、「歴史・文化」、「自然・風景」、「ひと・団体活動」をブランドに認定し、シティセールスのための地域資源として活用します。認定された「蓮田ブランド」には認定証などを交付するほか、専用のホームページやリーフレットで戦略的にPRします。

目的

① 蓮田の地域特性の発見・認識

「蓮田ブランド」を通して、蓮田の地域特性を具体化し、更に、具体化された地域特性を共有化することにより、多くの人の蓮田に対する愛着や誇りを高めます。また、「蓮田ブランド」を広くPRすることで、蓮田のイメージを高め、蓮田における産業活力、市民活力の向上を図ります。

② 蓮田市の人口増加

「蓮田ブランド」をPRし、市外の人にも「蓮田ブランド」を買ってもらったり、見に来てもらったりします。そして、蓮田市の魅力を感じてもらい、蓮田市に転入するきっかけを作ります。

効果

① 「ひと・団体活動」などの地域活動の活性化

ひと・団体活動をブランド認定することで、そうした活動に注目が集まり、地域活動が活発になります。

② 「もの・サービス」の創出・発見

ブランド事業でのPR支援があることにより、商品開発などが活性化されます。また、既にある「もの・サービス」を地域資源として再発見・活用することができます。

③ 「自然・風景」を意識したまちづくりの醸成

蓮田にある「自然・風景」をブランド認定することで、自然・風景を地域資源として意識したまちづくりを進めていくことができるようになります。

④ 「歴史・文化」を蓮田市のシンボルに

「歴史・文化」をブランド認定することで、市の新たな象徴（シンボル）にもなり、蓮田市の知名度の向上が期待できます。