

三原市シティプロモーション戦略（素案）について【概要版】

1 シティプロモーションの必要性

(1) 現状と課題

- ・市外への転出者数が市内への転入者数を上回る，転出超過による「人口減少」
- ・三原への居留意向や愛着などの「市民満足度の低下」
- ・市役所からの情報が分かりやすく伝わっていないという「市民満足度の低下」

(2) 社会的背景

- ・自然災害や新型コロナウイルス感染症により，慣例や形式など不要なものが明確化
- ・本当に必要なもの（本質）を見ようとする人が増加
- ・このような状況の中，デジタル化など社会イノベーションが加速

こうした課題や社会環境の変化を踏まえ，三原市が「選ばれるまち」すなわち，市民が「住み続けたいまち」，市外の人から「住んでみたいまち」になることが必要

このため，将来も存続し選ばれるまちとなる理由を市民や企業，市役所が共に考え，その実現に取り組み，情報発信するというシティプロモーションの取組が必要

2 シティプロモーションの方向性

(1) 戦略の策定に向けて

「選ばれるまち」とは何かについて，市民が参加した座談会や，三原商工会議所を通じた企業との意見交換会等により検討

○ 市民との座談会

- ・「三原の魅力・強みとは」⇒ 自然環境が豊富，住民同士の関係性が心地良い，新しいことにチャレンジできる環境がある など
- ・「三原の魅力向上に必要なこと」⇒ 学ぶ機会・環境の創出，人づくり・市民活動への支援，コミュニティの活性化 など

○ 企業との意見交換会等

- ・「シティプロモーションとは」⇒ 市役所と企業の両輪による情報発信，企業とやる気のある人材との連携，その人材への支援に取り組むこと など

座談会等を通じて，こうした「選ばれるまち」となるための要素を得るとともに，本市のシティプロモーションの方向性のヒントを得ることができた

また，これらの要素やヒントを踏まえ，シティプロモーションの専門家である外部アドバイザーや庁内プロジェクトチームと協議を重ね，三原市のシティプロモーションの目的や方向性となる行動目標，キーワードを整理した

シティプロモーションの目的

本市が，市民から「住み続けたい」，市外の人から「住んでみたい」と思われるような「選ばれるまち」となるため，市民や企業，市役所が一体となり，まちの魅力づくりや情報発信に取り組み，将来に向けて「〇〇なまち三原」と誰もが言えるブランドの確立をめざす

目的を実現するための行動目標

①自分事として参加する, ②伝わるように届ける, ③納得・共感してもらう

三原が「選ばれるまち」となるための最初の3つのキーワード

「チャレンジできる」, 「学ぶことができる」, 「面白いニュースを生み出す」

(2) 本市のシティプロモーション

市民等の意見からも, 本市のシティプロモーションは, 市役所が3つのキーワードに沿った市民や企業等の活動を情報収集し, その活動に参加・支援するとともに, 三原の魅力として, 市内外に情報発信することで, 三原の魅力への「共感」を生み出す取組

《三原市シティプロモーション》

- ①市民や企業, 市役所が一体となり, 「選ばれるまち」となる理由を考え, 納得し, 実現することに取り組む
- ②その取組やプロセスを市内外に情報発信する
- ③情報を受け取った人々の「共感」を得る

(3) 計画期間

令和3年度から令和5年度までの3カ年

(4) 取組方針

- 市民や企業, 市役所による総力戦で「選ばれるまち」を実現
- 「チャレンジできる」, 「学ぶことができる」, 「面白いニュースを生み出す」をキーワードとした取組を実施
- 市民のまちへの愛着や誇りの醸成や, 三原の魅力に対する市外からの共感を得る取組を推進

《三原市シティプロモーションのコンセプト》

“みんなで創るまち三原”

最初の計画期間の3年間で, このキーワードやコンセプトを進めることで, 3年後には, 三原が選ばれるまちとなる, 新たなコンセプト「〇〇なまち三原」につなげる

3 シティプロモーションの進め方

(1) 進め方の手順

- ①シティプロモーションの取組について, 市民や企業等に周知, 拡散し機運を醸成
- ②「みんなで創るまち三原」プロジェクトとなる市民や企業等の活動の発掘・参加及び共創
- ③プロジェクトがより効果的な取組となるよう, 必要に応じて本市の施策等と連携
- ④プロジェクトの活動内容やプロセスを話題として, 共感者の拡大をめざした情報発信

(2) 市役所の役割

- 市民等の活動への参加・アイデア出し
- 市民や企業等をマッチングするなどのプロジェクトの拡充

- 関係者や関係機関，市の施策との連携を調整
- プロジェクトに必要な活動費等への支援（クラウドファンディングの活用，ふるさと納税の充当等）
- プロジェクトを通じて，市内外の共感者（仲間・ファン）の拡大を図る情報発信

(3) 情報発信

情報発信については，プロジェクトがニュースとなり市の魅力の発信につながるよう，「PR 的発想※戦略本編 11 ページ参照」を持ちながら様々な手段で実施
 【手段】 SNS，パブリシティ活動，デジタル広告，ニュースのネット配信，メディアア
 リレーション活動等

4 シティプロモーションの推進体制

(1) 市役所内の推進体制

- 広報戦略課…シティプロモーションの取組を推進するための事務局となり，事業全体の進捗管理，新たな取組の企画・実施，職員の広報・スタッフマインドの醸成
- シティプロモーション推進プロジェクトチーム…市役所の若手職員を中心に構成し，プロジェクトへの参加・支援や PR 的発想による情報発信の実施
- 市役所関係課…市民等の活動（プロジェクト）の拡充・推進のため，関係各課による連携・支援の実施

(2) 市民活動団体，経済団体，学校，大学，NPO 法人等との連携

- ・シティプロモーションをより効果的な取組とするよう，学校や大学，NPO 法人など様々な団体と連携
- ・市民等へのシティプロモーションの周知と，取組への参加などを呼びかけるため，市内メディアである「三原テレビ放送」，「FM みはら」等とも連携

5 ロードマップ

	R3 【始動】	R4 【定着】	R5 【拡充】
シティプロモーションの取組	市役所によるシティプロモーションの周知・拡散による市民や企業等の認知・共感 市民や企業，市役所が一体となったプロジェクトの実施 ◆各プロジェクトのニュース性を高めるブラッシュアップ	市施策と連携したプロジェクトの検討・実施	市民や企業，市役所が一体となったプロジェクトの拡充
プロモーション（情報発信）	<ニュースが生まれるまちへ> 【プロモーションの手段】 ◆ SNS，パブリシティ活動 ネット配信，デジタル広告等	◆首都圏等に向けたメディアリレーション活動等	
市民，企業，市等による推進体制	 ◆市職員やPTが市民や企業等の活動に参画・支援 ◆市施策との連携を検討・実施	 ◆市民や企業，市役所が一体となった取組の推進 ◆市施策との連携を検討・実施	 ◆市民や企業，市役所が一体となった取組の推進 ◆市施策と連携したプロジェクトの推進

「〇〇なまち三原」のブランド確立