

## 三原市シティプロモーション戦略【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」の実現をめざす
- 「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」をキーワードに, まちの魅力をブラッシュアップし, 人を惹きつける新たな魅力として構築
- 三原の魅力を発信し, 市内外の共感を広げる

《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
- 本市の施策との連携や, 市民や企業等をマッチングするなど, プロジェクトを拡充
- 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

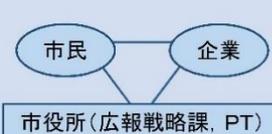
○市役所関係課・・・市民等の活動（プロジェクト）の拡充・推進のため、関係各課による連携・支援の実施

(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	<p>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</p> <p>市民や企業、市役所が一体となったプロジェクトの実施</p> <p>◆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</p>	<p>市施策と連携したプロジェクトの検討・実施</p>	<p>市民や企業、市役所が一体となったプロジェクトの拡充</p>
プロモーション（情報発信）	<p>〈ニュースが生まれるまちへ〉</p> <p>【プロモーションの手段】</p> <p>◆SNS、パブリシティ活動 ネット配信、デジタル広告等</p>	<p>◆首都圏等に向けたメディアリレーション活動等</p>	
市民、企業、市役所等による推進体制	 <p>◆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</p>	 <p>◆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</p>	 <p>◆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</p>

「〇〇なまち三原」のブランド確立