

ピースフル 「PEACE-full」 将来像をかなえる5つのリーディングプロジェクト

重点 施策

その① 市民の誇りと愛着を高める「庄原ブランディングの推進」

経営戦略課シティプロモーション係 ☎0824-73-1159

本市では、第3期長期総合計画において「安心な暮らしが充実し、庄原に関わる人の未来がつながっていくまち」という将来像を掲げており、この将来像を実現するため、分野横断的に5つのリーディングプロジェクト「PEACE-full」に取り組んでいます。

今回は、そのプロジェクトの1つである「庄原ブランディングの推進」について紹介します。

Q 1 「庄原ブランディング」とは？ なぜ今、「庄原ブランディング」が必要なのですか？

A 1 「庄原ブランディング」とは「庄原の魅力を再認識し、その価値を高め、効果的に発信することで、市民の皆さんの誇りと愛着を高めること」と定義しています。

現在、本市が直面している大きな課題が「人口減少」です。人口減少が進むと、閉塞感から地域の魅力が実感されにくくなり、住んでいる私たちの「誇り」や「愛着」が薄れてしまう恐れがあります。それにより、若年層の流出を招き、さらなる人口減少を加速させるという「悪循環」に陥ってしまいます。

そこで「庄原ブランディング」により市民の誇りと愛着を高め、この悪循環を断ち切っていく必要があります。

Q 2 どのように「庄原ブランディング」を進めていくのですか？

A 2 本市がまず取り組むのは、市民や市職員に向けた「内側へ向けたブランディング」です。

庄原には、「美しい星空」「お米や新鮮な野菜」「地域で大切に守られてきた名所」など、住んでいる人には日常の風景かもしれませんが、市外から来た人にとっては、お金では買うことのできない価値ある魅力があります。

このような誇りにすべき地域の魅力を、改めて深く理解し、共有し合う「内側へ向けたブランディング」に取り組むことで、皆さんの心に、庄原ブランディングの基礎となる「市民の誇りと愛着」を形成します。

※「市民の誇りと愛着」を高めていくことで、特に定住や観光などの施策の相乗効果が期待できます。

Q 3 内側へ向けたブランディングを進めると、どのような効果が期待されるのですか？

A 3 一人一人の地域への誇りと愛着が高まれば、自然と自らの言葉で庄原の魅力を語る機会も増えていきます。

それが「外部への強い発信力」や「人を引き付ける力」につながり、さらに市民の誇りや愛着を高めるという「庄原ブランディングの目指す好循環」を生み出します。

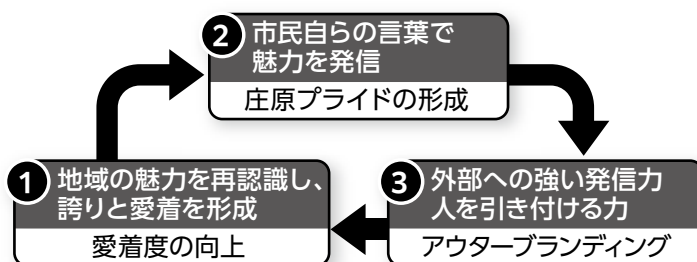
この好循環を確立することで、庄原に「つながりたい」「行ってみたい」「住みたい」「住みつづけたい」という人の流れを創出することが期待されます。

今後はこんな取り組みを考えています！

- ① 効果的な発信のための市民セミナー
- ② 市公式 YouTube チャンネルの開設
- ③ 県大生を対象とした SNS コンテスト
- ④ 市出身者と連携したシティプロモーション
- ⑤ シティプロモーション構想の策定

セミナー開催の際には、ぜひご参加ください！

【庄原ブランディングが目指す好循環】



庄原に「つながりたい」「行ってみたい」「住みたい」「住みつづけたい」という人の流れを創出

庄原ブランディングの推進 東プロジェクトリーダーからのメッセージ

皆さんが、誇りと愛着を持って語り合える、「帰ってきんさい」と言い合える、そんな「まち」の実現に向けて、共に庄原の未来を創り出していきましょう。

※次回は、その②「食料とエネルギー自給の推進」について紹介します。