

シティプロモーションで 戦略的にまちを売り込む



やすだ きみひろ
安田 公寛
あまくさ
天草市長(熊本県)



くぼた きみこ
久保田 后子
うべ
宇部市長(山口県)



やまわき みのる
山脇 実
とよかわ
豊川市長(愛知県)



よしだ ひでお
吉田 英男
みaura
三浦市長(神奈川県)

司会・コーディネーター

ほその すけひろ
細野 助博

中央大学総合政策学部教授

まちの魅力である地域資源を
地域内外へアピールし、まち自
体を効果的に全国に売り込む「シ
ティプロモーション」。人、モノ、
お金、情報を呼び込んで地域を
活性化し持続的に発展させるこ
とができ、市民のまちへの愛着
や誇りを高めることにもつなが
ります。ポイントとなるのは、
認知度や好感度向上に向けての
戦略的な取り組みです。

座談会では、シティプロモ
ーションを積極的に展開する吉田
英男・三浦市長、山脇実・豊川
市長、久保田后子・宇部市長、
安田公寛・天草市長にお集まり
いただき、取り組みの経緯や内
容、その効果、市民や企業との
連携の重要性などについてお話
させていただきました。
(本文中の役職名・敬称は一部省
略しています)

まちの活力が沈滞する中で、「手をこまねいても仕方がない」と、市外にまちを売り込む専門部署が整備されました。



吉田 英男
三浦市長(神奈川県)

地域の宝をいかに磨き効果的に市内外に売り込むか

細野 各都市には、その特性により違いはあろうとも、歴史や文化、産業など、さまざまな地域資源を有しています。これらの資源を、まちを売り込む要素としてどのように磨き、魅力を高められるか。そして、効果的にその情報を発信し、地域活性化に結び付けられるか。これは

の高校駅伝部やプロバスケットボールチームを市民とともに応援していますし、これまで築き上げてきた産業・都市基盤やアクセスの良さという強みを生かし、臨海部や内陸部への企業誘致も積極的に進めています。観光資源の掘り起こしとしては、日本三大稲荷の一つといわれる豊川稲荷をさらに知ってもらえるようにPRするののもちろんのこと、あまり知られていない境内奥の霊狐塚をパワースポットとして紹介し、光を当てるといったことも取り組んでいます。

久保田 宇部市では市制施行90周年を迎えた平成23年以降、シティセールスのための専任組織の設置、専用フェイスブックの開設など、さまざまな取り組みを推進していますが、シティセールスの中で最も伝えたいものは、苦難を「市民力」により挑戦、克服してきた、「緑と花と彫刻」のまちづくりの歴史とその魅力です。

宇部市は、戦後の公害問題で苦しみました。衰退した石炭産業からセメント・化学工業へ転換を図ることができたものの、その代償として煤塵汚染が発生。これに市民が立ち上がり、昭和26年には、「産・官・学・民」からなる「宇部市ばいじん対策委員会」を設置し、独自の公害対策を進めました。「宇部方式」ともいわれるこの取り組みは国際的にも高い評価を受け、平成9年には国連環境計画の「グローバル500賞」を受賞しています。

現在、宇部市は「緑と花と彫刻のまち」をキャッチフレーズにしていますが、これも公害対策の中で生まれた「緑化運動・花いっぱい運動」や「まちを彫刻で飾る運動」など、市民とともに展開してきた各種運動の成果です。その運動は、今では50年以上の歴史を誇る「UBEビエ

今日の地域づくりにおいて、大きく問われていることだと思えます。

本日は、その試みに取り組む都市の市長にお集まりいただきました。いずれも、戦略性を持って、シティプロモーションに取り組み、まちのブランド力を向上させていらつしゃいます。それでは、シティプロモーションを実施するに至った経緯、そして、その事業概要についてお話しください。

吉田 三浦市は東京近郊にありながら、手つかずの自然、昭和の風情が色濃い町並みなど、魅力的な地域資源に恵まれた都市です。さらに、古くから漁業が盛んで、全国に13港しかない特定第3種漁港にも指定されているほか、ダイコンやキャベツをはじめ全国有数の露地野菜の産地としても知られています。

ところが、こうした貴重な資源を有しているにもかかわらず、交通アクセスの悪さや都市基盤整備の遅れもあり、平成6年をピークに人口は減少。これに伴い、地域経済も低迷し、市の財政力も著しく弱体化しています。

そうした中で、平成16年度、私の市長就任の直前に設置されたのが、「営業開発課」でした。まちの活力が沈滞する事態を前にして、「手をこまねいても仕方がない」と、市外にまちを売り込む専門部署を立ち上げ、戦略的にシティプロモーションに取り組み体制を整えたのです。それを成功させるのは人財です。私はそこやる気と能力にあふれた職員を配置しました。

当初から掲げているミッションは、対外的には新たな三浦ファンを獲得すること。そして、市民に対しては、わがまちを再認識して、三浦市はこんないいところだったんだと自慢や誇りに思ってもらうこと。この2つを旗印にさ

ンナレ(現代日本彫刻展)や「花壇コンクール」として引き継がれ、まちを代表する資源として定着しました。

市外の方々には、こうしたまちの再生の歴史をご理解いただいた上で、野外彫刻など独自の地域資源を楽しんでいただき、わが宇部市のサ

平成25年11月9日と10日に開催される「第8回ご当地グルメでまちおこしの祭典! B-1グランプリin豊川」では、市民と力を合わせて、精一杯おもてなしをさせていただきます。



山脇 実
豊川市長(愛知県)

さまざまな主体と効果的に連携して、シティプロモーション活動を推進しています。

山脇 豊川市においても、昨年の8月、「豊川市シティセールス戦略プラン」を策定したのを機に、まちの魅力を地域内外へ効果的にアピールする、シティプロモーションに取り組んでいます。

その背景にあるのは人口減少や都市間競争による都市の活力減退への危機感でした。豊川市は平成18年以降、3度にわたり周辺の4町と合併しましたが、近年は全国の都市と同様に、人口の減少傾向が見られますし、今後、ますます激しくなる都市間競争の中で、個性や強みを打ち出すことができれば、経済活動の低下や、さらなる人口減少に陥ることが懸念されます。そこで、積極的にまちを売り込み、市内に人、モノ、金、情報を流入させることで、持続的な発展に結び付けようと考えました。



広報プロモーションの展開や効果的な情報発信はもちろんですが、本市では「文化・歴史」「スポーツ」「祭り・イベント」「環境・自然」「産業・都市基盤」をはじめとした地域資源をバランスよく底上げし、市全体の魅力を高めることに力を入れています。スポーツ振興に向けて、全国高等学校駅伝競走大会でも優勝している地元

ポーターとなっていたいただきたい。一方で、市民にも、こうしたまちの歩みを再認識し、「わがまちへの愛着心の向上」に結び付けていきたいと考えています。

安田 天草市は、平成18年3月に天草諸島内の2市8町が合併して誕生しました。以来、「日本の宝島「天草」の創造」を基本理念に、市内の各地域が有する地域資源(宝物)を生かし、いかに売り込むかという視点で、地域づくりを進めています。

その柱となっている事業の一つが地域ICTの活用です。市内の各施設を光ケーブルで接続するなど、情報基盤整備を進めるとともに、ポータルサイト「天草Webの駅」も平成20年に立ち上げ、イベントや宿泊、地域情報など、市民自らが発信しています。

また、平成23年11月には、天草の新鮮な農林水産物や加工品を首都圏に紹介するためのアンテナショップ「あまくさ宝島市場」を横浜市の中村区に開設しました。オープンから1年が過ぎましたが、お客さまや地元事業者への認知度も高まり、取り扱う商品も約500品目と充実。天草産の加工品の新たな販路としても機能し、地元への経済波及効果も高まっています。

加えて、総務省の「緑の分権改革推進事業」の採択を受け、今年から京都大学と連携して実施しているのが「天草宝島二地域就労促進事業」です。市や大学の支援の下、地域の企業と都市圏の企業の双方のメリットとなるプロジェクトを企画し、協定を締結した上で、事業を進めます。異業種からの農業参入をはじめ、既にいくつかのプロジェクトが動き出していますが、行政



安田 公寛
天草市長(熊本県)

情報発信は市民の役割。
地区振興会が「天草Webの駅」を活用して、自分たちの宝を市外へ積極的に伝えています。

のまちの歴史を再認識するようになり、より自発的に情報発信なども取り組まれるようになりました。今では、市内51の地区振興会それぞれが「天草Webの駅」を活用して、自らの地域の宝を市外へ積極的に伝えていきます。

こうした動きを受けて、現在、特に期待しているのは、地域発のコミュニティビジネスの活性化です。現在、二地域就労促進事業の一環として、市民を対象にした「天草宝島起業塾」も開

催していますが、塾生の中から一人でも多くの担い手が生まれてくれればと考えています。

世界遺産については、平成27年の本登録を目指し、機運が高まっていますが、将来的には世界にも目を向けて、市の魅力売り込んでいきたい。そのためには、天草の歴史・文化への深い造詣を持つ人材はもとより、英語・フランス語・中国語・韓国語などで天草を語ることが出来る人材の育成にも取り組んでいきたいと思っています。

山脇 豊川市でも市民がシティプロモーションの担い手として積極的に活動しています。中でも活発なのが、平成21年に結成された「いなり寿司で豊川市を盛りあげ隊」の活動です。設立以来、「豊川市」と言えはいなり寿司。いなり寿司と言えは豊川市」と認知されることを目的に、「豊川いなり寿司フェスタ」や「創作いなり寿司コンテスト」などのイベントを開催するなど、活動の輪を広げながらまちおこしを展開しています。

平成22年以降は、B-1グランプリ全国大会にも毎年参加しています。平成23年には、中学生を含む市民ボランティア600人以上の方に手伝いをお願いしたところ、「おもてなしが素晴らしいところ」との高評価をいただき、念願の「第8回ご当地グルメでまちおこしの祭典！B-1グランプリin豊川」の開催が決定しました。まさに、人、モノ、金、情報呼び込むことができ、地域の活性化が期待できます。開催される11月9日、10日は、市民と力を合わせて、精一杯おもてなしをさせていただきたいと考えています。

吉田 実は三浦市でも、市民団体の協力の下、まぐろを使用したご当地ラーメン「三崎まぐろラーメン」を売り出しています。豊川市と同様、毎年

本市のウリは、「市民力」により
挑戦、創りあげてきた
「緑と花と彫刻のまち」の
歴史と魅力を持つ、
海の幸・山の幸に恵まれた
緑あふれる工業都市です。



久保田 后子
宇部市長(山口県)

ん方です。おかみさんの協力の下、地域一体となった受け入れ態勢の整備、体験メニューの開発にも取り組んだ結果、平成22年度までは皆無だった教育旅行の受け入れが、平成24年度は14校、約1500人、さらに来年度は15校、約2000人と大幅に増加しています。

フィルムコミッション事業も、平成19年にNPO法人化した市民団体が中心となって業務を担っていますし、今年年間25万人が訪れる「三浦海岸桜まつり」も市民団体による自発的な動きから始

B-1グランプリ全国大会に参加しており、最高順位は第5回の5位。豊川市で行われるグランプリにももちろん参加予定です。

久保田 やはり、多くの人にまちへ来ていただくには、地場産品の「おいしさ」など「食」という要素は欠かせませんね。宇部市においても特産品のPRはもちろん、地元的一次産品を使用した加工品を「うべ元氣ブランド」として認証し、市外へ積極的にアピールしています。今後は宇部市ならではの「食(グルメ)」のPRにも取り組むみたいと思っています。

**単独の自治体ではできないことも
複数の自治体で連携すれば実現できる**

細野 市民や地域とのつながりの重要性についてご紹介いただきましたが、より大きな視点で見れば、民間企業をはじめとした産業界、さらには大学などの教育機関の役割も大きいのではないかと思います。シティプロモーションを展開する上での他領域の活動主体との連携の重要性についてもお話しください。

吉田 私もシティセールス・プロモーションを行う上で企業や大学も欠かせないパートナーだと認識しています。これまで三浦市においても、京浜急行電鉄さんやキリンビールさんと連携し

また取り組みです。そもそもこの桜は平成12年から10年間にわたってその市民団体が植え続けたものですからね。その意味では市民が一からつくりあげたイベントだといっているでしょう。

久保田 宇部市は「市民力」でまちを築き上げてきた歴史がありますから、多くの「人の輪」を生かしたシティプロモーションを展開することが重要だと考えています。そのための仕組みの一つが「宇部市シティセールスパートナー」制度です。ご登録いただいた人には、本市の魅力や出来事を、口コミやブログ、フェイスブック、ツイッター、新聞、雑誌などで情報発信し、PR活動を行っている方などを対象にしたファンクラブ「宇部倶楽部」も東京、九州、関西で設立しています。

それと併せて、地域の魅力を市民自らが発信・プログラム化して、参加者を募る体験型のイベント「うべ探検博覧会」も平成22年から毎年実施しています。今年度の博覧会には、地域の皆さんから、およそ50もの魅力的な体験プログラム(地域資源)が提案され、市内外から多くの方が参加しました。

安田 私もまちを売り込むに当たっては、何よりも市民の意識が非常に重要だと思います。その点、天草市民はその意識が高く、行政としても大変心強い。自分たちのまちに誇りを感じる市民が多いのもその背景にあるのだと思います。

そのきっかけになったのは、世界遺産登録に向けた活動です。天草市では、目下、長崎県と連携して、キリスト教の関連遺産の世界遺産登録に向けて取り組んでいます。昨年の6月には「天草の崎津集落」が、構成資産入りすることが決定。こうした中で、多くの市民が自分たち





細野 助博
(中央大学総合政策学部教授)

て集客プロモーションを展開しましたし、首都高速道路さんと組んで、パーキングエリアを活用して各種媒体を配布し、メディアミックスによる告知を行うなどしてきました。

首都圏へ向けたシティプロモーションの拠点であるアンテナショップ「三浦市東京支店・なごみま鮮果」も、大学(明治大学)との連携の成果です。明治大学のプロデュースという名目で、学生が事業主体となり、三浦市の特産品販売、観光情報発信を行っていた。それがそのまま地域連携・マーケティングなどの実践教育の場としても機能しています。一方で、三浦市は職員一人を派遣するものの、家賃は大学に支払っていただくことで、厳しい財政状況の中でも、まちの売り込みを図ることができる。双方がメリットを感じる、ウィンウィンの関係が構築されていますから、非常に連携はうまくいっています。

山脇 統一された方針の下に情報発信をすること。シティプロモーションを効果的に展開し、まちのブランド力を高めるためには、これが大切です。豊川市がシティセールス戦略プランを策定した理由の一つもそこにあります。市民、NPO、地域、企業、大学、行政が連携して取り組むことができるよう、基本的な考え方を共

有する必要があったのです。今年のB-1グランプリにおいて、豊川市だけで宿泊客を受け入れることは難しいのですが、近隣市町村と協力しながら対応していくことで、広域的なメリットが生まれてくると思います。

安田 これからの時代は、他自治体との連携も重要になると思います。例えば、二地域就労促進事業においても、天草市で成功したプロジェクトを、同じ条件の地域に水平展開すれば、全国共通の課題の解決も図れるし、天草の認知度の向上にもつながる。その一方で、プロジェクトを企画・検討する段階で、「それは天草市では取り組むことができないが、三浦市では需要があるのでは」という場合が出てくれば、こちらから三浦市に働き掛けるといってもできます。そう考えると、単一の自治体の目線で考えるよりも、さまざまな自治体と連携を組んだ方が、よりよい地域づくりができる。そうした観点から、実はこの2月には京都大学と共同で、二地域就労の「市町村連合」を設立する予定です。

久保田 宇部市では、企業による生産活動や社会貢献活動などを企業OBや郷土史家がエスコートして解説しながら産業観光を楽しむ「大人の社会派ツアー」を平成20年から、隣接する美祿市や山陽小野田市と組んで実施しているほか、平成24年には、築地場外市場の一面に、宇部市と萩市の鮮魚や水産加工品等を扱うアンテナショップ「萩と宇部のおいしい魚屋Bucchiline(ブッチーネ)」もオープンしました。一つの自治体ではできないことも、複数の自治体が連携すれば実現できるし、可能性も広がる。そのことを痛感していますね。

細野 他地域に誇れる地域資源を、どのように

売り込むのかという視点で、お話しいただきました。共通していたのは、アイデアやコンセプトなど、その地域ならではの戦略手段をいかに組み入れるかということでした。

そして、もう一つはネットワークの重要性です。決して行政だけで実施するのではなく、市民や企業、場合によれば、他自治体なども巻き込んで進めることで、効果的な売り込みが可能になる。その意味では、本日のテーマであるシティプロモーションとは、新しいネットワークづくりの仕組みの一つといってもいいかもしれません。

今後、さまざまな活動主体と手を取り合い、息の長い取り組みとして、シティプロモーション活動を推進し、まちの持続的な発展に結び付けていただきたいと思います。本日は長時間にわたり、ありがとうございました。

(平成25年1月30日、全国都市会館にて実施)

本コーナーは隔月掲載となります。次回は5月号に掲載予定です。

