



V シティプロモーションの推進体制

かかみがはらブランドを創り発信するのは「ヒト」です。

市民や企業、行政等がひとつにつながり、

共に活動できる仕組みをつくります。

「かかみがはらclass」の旗印のもとに、

多様な人々が、出会い、対話し、行動する共創力が

シティプロモーションを推進します。

1 シティプロモーション推進の考え方

市民協働の視点

各務原市は、「市民協働」を総合計画の「施策の一丁目一番地」に位置づけ、市民との対話を重視した様々な取り組みを実施しています。「公共サービスを提供する行政と供給される市民」というこれまでの構図を超えて、市民も行政も共に公共サービスを創り出す主体となる「新しい公共」という考え方です。これが、各務原市の進める「価値共創」シティプロモーションの基礎になっています。そして、「市民協働」を実現するため無くてはならないのが「シビックプライド」です。

近年、各務原市においては、「河川環境楽園夏フェス」や「マーケット日和」、「地域 CM 制作ワークショップ」など、若者を惹きつける、これまでになかった参画型のイベントが人気を集めています。単にボランティアとして参加するのではなく、事業の企画や運営に携わりたいという若者が増えています。多くの参加者が求めているのは、お気に入りの音楽や場所、時間、そして新しい発見です。そして、その背後にある「自分が好きなことに携わることで、まちが面白くなれば、このまちをもっと好きになる」という「シビックプライドへの気づき」が重要だと考えます。

「オール各務原」でシティプロモーションを推進

「かかみがはらブランド」は、行政だけで実現できるものではなく、市民や企業など各務原市に関わる全ての人々と共に創り上げていくものです。「かかみがはら class」を旗印に、多様な人々が協力してシティプロモーションに取り組むことで、街の魅力をつくりだしていく原動力や新たな活動が生まれます。その活動を通して創出された魅力に共感した人々を新たに迎え入れていくことにより、より広がりのある発展的なネットワークが構築され、シティプロモーションの取り組み全体が循環的に成長していきます。

シティプロモーション推進の方策

「価値共創」シティプロモーションを推進していくため、アイデアや行動力をもつ市民の参加を促進し、そのうえで、まちの魅力づくりのためのイベント開催や情報発信に市民が協働で取り組む体制を構築していきます。

具体的には、シティプロモーションの担い手を育成する機会として、体験や気づきを促すワークショップやセミナーなどを開催します。こうした機会を通して、自分なりに地域との関係性を見出し自発的な行動に結び付けてほしいと考えています。さらに担い手同士が協力して魅力の創出や発信に取り組めるような、価値共創型の組織を構築します。人や企業が集まりやすい組織にしていくことで、多様な価値観、多様な発想から魅力ある事業が生まれます。

2 シティプロモーションの推進組織

「各務原市シティプロモーションサポーターズクラブ（仮称）」

「価値共創」シティプロモーションを推進していくのは、「ヒト」です。まちの魅力を創造することも、発信することも「ヒト」が起点となります。世代や立場を超えて、様々な人が多く集まり、一人ひとりがシティプロモーションの担い手となることで、人のつながりを形成しながら都市ブランドは持続的に成長します。このような「価値共創」が生まれる良好な状況をつくり出していくためには、どのような人たちが、どのように協働し、シティプロモーションを推進していくのか、その組織の形を明確にすることが重要になります。

そこで、行政とともに各務原市のシティプロモーションを推進する市民組織として、「各務原市シティプロモーションサポーターズクラブ（仮称）※」を設置します。この組織は、様々な立場の人々との出会いや対話を通じて市の魅力を再発見し、お互いに協力しあい、行政だけでは形にできない新しいまちの魅力を創造し、発信することを目的として活動します。

※組織の名称は、活動がスタートする際に参加者と協議の上、決定します。

推進組織のイメージ

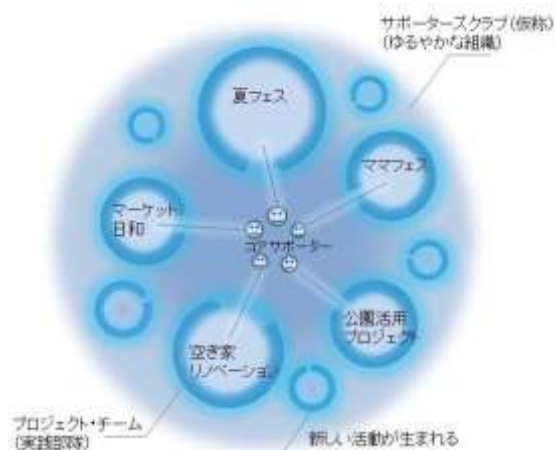
各務原市の魅力を高める各種活動・事業に参加したい人たちが集まって、それぞれプロジェクトチームをつくり、企画プランナーや運営スタッフとして事業をサポートします。

そのプロジェクトチームの集合体が「各務原市シティプロモーションサポーターズクラブ」となります。このクラブは、各プロジェクトチーム同士のフラットな関係を重視し、ブランド創造課に事務局を置き運営にあたります。

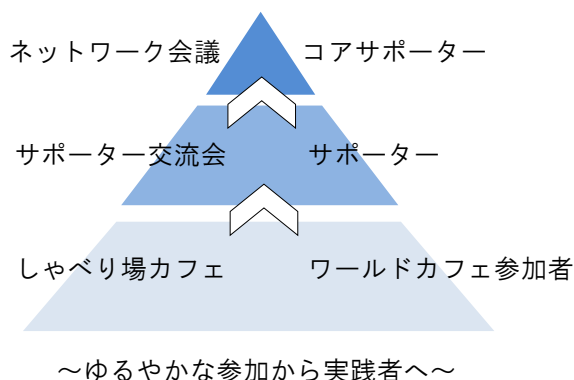
事務局は、事業の所管課と連携して、各プロジェクトチームの活動を支援するとともに、サポーター同士の交流機会を設けて、活動意欲の維持や情報共有を図ります。

また、参加者が集まりやすいように、ゆるやかな参加の機会（しゃべり場カフェ）を設け、連鎖的にプロジェクトチームへ参加者を誘導します。

■サポーターズクラブとプロジェクトチームの関係



■メンバー構成と市民参加フロー



3 シティプロモーションのロードマップ

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 32 年度 (5 年後)	平成 37 年度 (10 年後)
ヒトづくり	<u>みんなで一緒に考え、行動する</u> ・ブランドワークショップの開催 ・地域 CM ワークショップの開催	<u>サポーターの仕組みづくり</u> ・ワールドカフェやワークショップ開催 ・サポーター組織の設立 ・モノカтарыビトの発掘・育成	<u>サポーター組織が自立</u> ・サポーター組織が自立 (サポーター数が増え、プロジェクトリーダーも育ち、組織運営が軌道にのる)	<u>オール各務原体制</u> ・取り組みが市民全体に浸透し、さらには市外のファン層が拡大 ・様々な場所で自発的に新しいプロジェクトチームが生まれる
魅力づくり	<u>魅力づくりを計画</u> ・魅力(資源)を掘り起こす ・ブランド構築にむけて事業プランを立てる ・関連部署・団体との連携を強化する	<u>アクションプランの推進</u> ・サポーター組織を中心に、アクションプランの実践を開始	<u>都市イメージの確立</u> ・各務原市のライフスタイルが認知される ・ブランドを際立たせる拠点整備(景観・機能強化など) ・周辺地域との広域連携を実施 ・新しいブランド商品・サービスの開発	<u>好循環の確立</u> ・都市イメージの確立により各務原市の価値が高まるとともに、イメージの好感度が向上 ・各務原市のライフスタイルが定着する
共感づくり	<u>共感づくりを計画</u> ・ターゲットを設定する ・情報コンテンツの開発を計画 ・統一したブランドロゴを開発 ・HP や SNS でブランドづくり情報を公開 ・CM 作品をシネアド等で公開する	<u>各務原の認知度を高める</u> ・サポーター組織を中心に、アクションプランの実践を開始 ・モノカтарыビトの発掘・育成 ・情報プラットフォームの作成(専用サイト) ・プロモーションツールの作成	<u>市民活動+パブリシティ広告</u> ・キャッチコピー・ロゴが定着 ・価値共創プロモーションの取組がテレビや雑誌で特集される ・モノカтарыビトが活躍 ・市民自らブランドイメージ映像を制作 ・市民記者、市民ブロガーが活躍	<u>情報の発信地</u> ・施策が実り、SNS を活用した情報交流人口が増加 ・情報を呼び込み発信していくコミュニティが確立される

