

栗 東市



シティセールス戦略改訂版

シティセールスとは

「まちを好きになって選んでもらえるように、内外に売り込む」活動

まちの特色や地域資源をはじめとする魅力などを地域内外へ効果的にPR・発信することで、まちの知名度や都市イメージの向上を図るとともに、ヒト・モノ・カネ・情報等をまちに呼び込み、まちを活性化し持続的に発展させることを目的とする戦略的な活動を言います。

本市におけるシティセールスの必要性

我が国の自治体を取り巻く状況は、人口減少、少子高齢化、都市間競争などの社会経済環境により大きく変貌してきました。それぞれの自治体では、地域の特性にあった自らの創意工夫によって地域の魅力づくりや自立的なまちづくりに取り組むことが求められています。

本市においては、これまで個別で行われていた様々な活動を「栗東市」というブランドの下で目的を共有し、より相互連携した活動に発展させ、総合的かつ戦略的な情報発信や具体的な取り組みを行っていく必要があります。

栗東市の課題

(1) 都市のイメージが明確でない

シティセールスを開始するにあたり、最初に目指す栗東市のイメージを構築し、次にそのイメージを市内外に普及するための取り組みが必要です。

(2) 情報発信の不足

栗東市は、高い都市ランキングの評価に表わされているように、行政サービスが充実し、都市の基礎力が高いといえるが、市内外に有効に浸透しておらず、認知度や都市イメージの向上に結び付いていないことから、効果的な情報発信を強力に進める取り組みが必要です。

(3) 豊富な資源の活用策が充分でない

栗東市には多くの資源や魅力となる「強み」を持っているが、その資源や魅力などの「強み」が有効に活用されていない状況にある。

シティセールス活動を通じて資源や魅力などの「強み」を有効に活用する方策を進めるとともに、多様な資源が栗東市の「強み」となるように育てる取り組みが必要です。

シティセールス戦略の基本的な考え方

▶栗東市がシティセールスにより実現する都市の姿を下記のように設定します。

いつまでも住み続けたいくなる安心な元気都市栗東

▶シティセールスを推進する上で3つの目標を設定します。

私たちのまちの持つ様々な魅力を市内外に積極的に発信し、認知度の向上、より良い都市イメージづくりを行うための「栗東ブランド」の構築に向けた取り組みを進めていきます。

都市イメージの
向上・情報発信

市民の誇り、
愛着心の向上

まちの個性や魅力づくりに自ら関わることで、自分のまちを愛し、郷土を思う心を育み、栗東に生れて良かった、育てて良かった、暮らして良かったという思いを市民が共有できるようにします。

まちの
魅力の向上

魅力的な地域資源をいかし、人が集まりたいくなる魅力づくりを進めていきます。今ある魅力を大切に、更に磨き上げながらも、新たな魅力を発掘、創造し、活用していきます。

○ターゲットは多様な市民と市外の人々や企業、団体

具体的な推進戦略

シティセールス戦略の3つの推進目標を達成するためには、栗東市の魅力を向上させることと併せ、効果的な情報発信により認知度を高め、栗東市を理解してもらうことが重要です。

そこで、シティセールス戦略の推進に向けた基本戦略として、の3つの戦略を設定し取り組みます。

(1) 市民の顔が見えるセールス戦略

【栗東市で輝く市民と活動に注目した情報発信】

栗東市の特色ある地域資源を活用しながら様々な活動に主体的に取り組む市民を応援し、それらの活動を広く知ってもらうことで、栗東市の魅力を伝えます。

【栗東市特有の人材である技能・技術の名人や著名人に注目した情報発信】

栗東にゆかりのある技能者や名人、著名人を紹介・活用することで、栗東市の持つ多彩なイメージを発信します。

【市民の交流機会を活用した情報発信】

私たちのまちで生活している全ての市民にとって「伝えたい」、「大切にしたい」魅力を共有できる機会を確保するとともに、これらの取り組みについても情報を発信します。

(2) テーマ性・ストーリー性が見えるセールス戦略

【地域資源活用ビジョンの推進】

地域資源活用ビジョンに基づき、特徴があり高い評価を得ている資源や施設などを更に充実させることで、資源そのものの魅力を最大限に発揮させます。新たな魅力づくりとして、これまで注目されてこなかった資源についても掘り起こしと磨きを継続して行い、活かし、つなげるという一連の取り組みを展開します。

【テーマやストーリーに基づいた情報発信の展開】

資源に新しい視点を持ってテーマやストーリーを検討するとともに、既に設定されていたテーマやストーリーについても見直しや組み直しを進めます。情報を発信する際には、テーマやストーリーを市民や事業者等と共有します。

(3) 様々なメディアや機会を活用したセールス戦略

【栗東市の広報メディアの効果的な活用】

市が発行する広報紙「広報りっとう」、公式ホームページ、公式フェイスブックページ、などを更に充実させるとともに、シティセールスの視点を効果的に取り入れていきます。

【新たなメディア、媒体の活用】

これまで活用してこなかったメディアや媒体を積極的に活用します。また、新たなメディアの活用やパブリシティ活動の強化について、市の方向性を明らかにするための指針を策定します。

【イベント等の機会を活用した情報発信】

市内で開催される様々なイベントの機会を活用し、効果的な情報発信を進めます。それぞれのイベントの企画やホームページ・パンフレットなどに、シティセールスの要素を積極的に取り入れていきます。

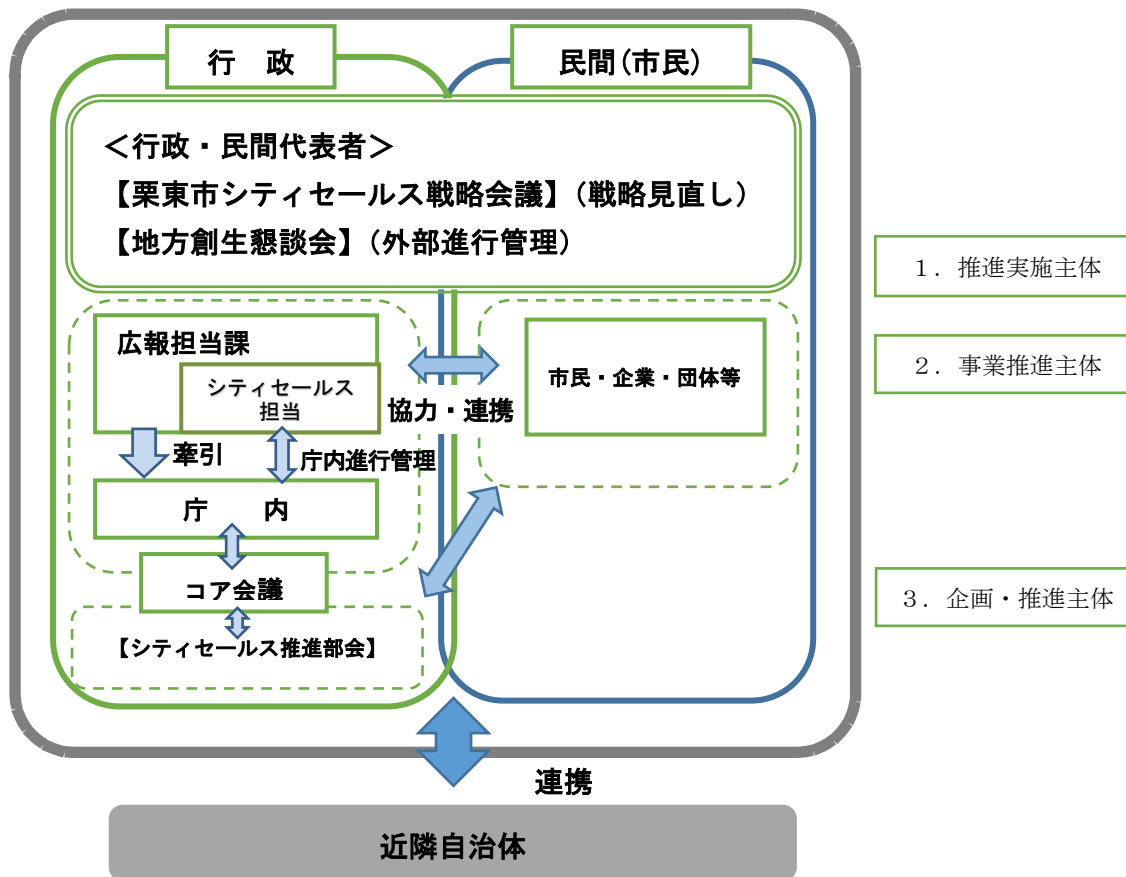
【多彩な人材を活用した情報発信の推進】

シティセールスを市内外からサポートするため、市民特派員、ふるさと自慢大使などの制度導入について検討します。

シティセールス戦略の推進体制と評価・検証

シティセールスを進める上では推進体制の充実が重要です。そのため、庁内の推進体制はもとより、地域住民や団体との連携による推進体制の整備や、近隣他都市との広域的な連携を図るなど、継続的にシティセールスの自主的、持続的な活動を推進します。

【栗東市シティセールス戦略推進体制のイメージ図】



キャッチフレーズ「うますぎる栗東」を活用した情報発信

「うますぎる栗東」には、技術力を褒める「上手い」、おいしさを表現する「美味しい」、暮らしのお得を意味する「旨い」、栗東の特徴である「馬」という意味が込められており、これらをキーワードに市の魅力を発信していきます。



- 美味しい！みごとな料理
- 上手い！たくみな技術
- 旨い！！暮らしの知恵
- 馬！！栗東といえば

発行：栗東市市民政策部元気創造政策課
〒520-3088 滋賀県栗東市安養寺一丁目 13-33
電話：077-551-0641, FAX:077-554-1123