

シティプロモーションアワード 2021 受賞自治体事例紹介

自治体名	富士市
担当部局（担当課）	総務部シティプロモーション課
連絡先メールアドレス	fukushima_yuuki@sq.city.fuji.shizuoka.jp （担当者：福島）
事例概要（文字数自由・図表等記載自由）	
<p>1 富士市のシティプロモーションの目的</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 10px;"> <p>まちの好感度を高めるシティプロモーション～つなぎ、共感が生まれるプロモーション～</p> </div> <p>本市におけるシティプロモーションとは、市民が自分の暮らすまちを知り、まちを好きになり、いつまでも住み続けたいと思う市民を増やすことや、市外に向けて本市の知名度や好感度を向上させ、来訪者や転入者の増加を促進すること、まち全体が元気になることを目的としています。</p> <p>2 指標</p> <p>シティプロモーションを推進していくためには、市民一人一人が自分の住むまちに対する「誇り」や「愛着」、「推奨する気持ち」を持てるようになることが大切だと考えています。</p> <p>実際に住んでいる市民が、自らお勧めできない“まち”は観光や移住先に選ばれません。</p> <p>そのため、本市では『富士市が好き』という市民を増やすことと首都圏等における本市の「認知度」の向上を指標とします。</p> <p>次の一步を踏み出し、このまちでライフデザインができることを市民の皆さんに伝え、富士市の<空気><雰囲気>が「いただきへの、はじまり 富士市」のもと、誰もが住みやすく、人に優しく、生き生きと魅力あふれるまちとなるよう貢献できるシティプロモーションを目指します。</p> <p>3 基本方針</p> <p>シティプロモーションを推進していくため、以下の4つの点に注力し、まちの好感度を高めま</p> <p>す。</p> <p>（1）広報・魅力発信</p> <p>☆広報、広聴を大切にし、市民と市政とのコミュニケーションを良好にする</p> <p>広報・広聴は、市の魅力を語る上で根幹をなすものと捉え、正しい情報をリアルタイムで発信することはもちろん、電話や窓口での的確で親切な対応、市民と一緒に考える公共施設の企画・設計から運営、人を育てる社会教育など、思いやりのある行政活動の全てだと考えています。</p> <p>また、業務を行う上で「市民の市政への理解を得ること」や「市民の声を的確に捉え、対応できる行政を展開すること」が求められている中、広報・広聴活動は大変重要であり、市民と市政を結ぶ対話のパイプを太くして、知恵と活力を交流させることがシティプロモーションにとって重要になります。</p> <p>毎日の仕事の中で、市民からの問合せに対応することや、事業・行事の内容を市民に分かりやすく説明することは、シティプロモーション課の職員だけの仕事ではありません。“職員一人一人の仕事はシティプロモーションにつながっている”という意識を持つことが大切です。</p> <p>◆広報活動…施策の動きや行政の考え方など、市の情報をリアルタイムに提供する。</p> <p>◆広聴活動…市民の声に耳を傾け、アイデアを積極的に市政に反映させ活力を生かす。</p>	

(2) 市民との関係づくり

☆多様な分野と連携・協働するシティプロモーション

自分の住むまちのために活動している人や団体が市内には数多くあり、その活動は福祉や環境、教育や子育て支援など様々で、それぞれに目的があります。まちに関わる人たちがそれぞれの力でまちを担って行けるよう取り組むとともに、これらの多様な分野と連携・協働していくことで、押し付けではないつながりと共感が持てるシティプロモーションが実現します。

また、それぞれの分野には窓口となる部署があります。各分野に正しい情報とシティプロモーションの要素を取り入れて魅力的に仕立てていくことで、それぞれの成果は高まるため、他部署との連携を強化していきます。

(3) ブランドメッセージの活用

☆目指すまちの姿を市民と共有する合言葉を活用

本市のブランドメッセージは、富士山（いただき）と海（はじまり）の両方を併せ持つ唯一の自治体である本市の特長を踏まえ、その高低差がもたらす多様性を背景に、一人一人が豊かな恵みを楽しみ、新たな一歩を踏み出していく意志を表したものです。

このブランドメッセージを活用し、「自分の人生を選択し、描き、誰もがあらゆるライフステージにおいて、人生を謳歌できるまち」であることを、富士市独自の魅力とともに発信していきます。

(4) 移住定住支援

☆シティプロモーションにより富士市を選んでくれた人をお迎えします

全国の自治体において同様の取組が進められている中、より多くの移住者を獲得するためには、本市ならではの魅力や特長を十分に生かしたプロモーションが重要となります。

本市のシティプロモーションは、富士市に住む市民のまちに対する愛着を育てるとともに、地域に誇りを持つ市民の姿を発信していきます。これにより、本市の目指すまちの姿に共感し、住む場所として選んでいただいた方に対して移住・定住支援を行います。

4 事業の進め方

ステップ1

「信頼」正しい情報をリアルタイムに発信する広報。市民の声に耳を傾け、市政に生かす広聴

ステップ2

「認知」富士市の魅力を知ってもらう。市民との連携・協働による関係づくり

ステップ3

まちに「愛着」と「共感」を持ち、富士市を好きな人、自らも何かしたいと思える人、移住定住したい人の増加

☆各課や市民との協働、他市町との協働

富士市の好感度を上げるためには、やはり富士市の魅力について知っていただく必要がありますが、私たちシティプロモーション課だけが発信するには限界があります。

市役所には様々な部署があり、それぞれが目標、つまり頂へ向かって頑張っているのので、各課との連携を心掛けています。

また、企業や団体、市民と連携し、協働して事業を行ったり、それぞれの皆さんが富士市の魅力を積極的に発信することをサポートしたりしています。(給食、食育動画、子育て支援センター動画、消防動画講座、キャリア教育、YEG イベントなど)

<ふじ応援部事業の紹介>

富士市では、ふじ応援部という、子育て世代の女性によって組織し、市民目線で富士市の魅力を発信する市民記者チームがあります。

富士市の公式フェイスブックへ市役所の職員と一緒に投稿したり、2020年10月に立ち上げた「ふじ応援部ウェブサイト」に投稿したりするなど、発信力をアップすることに大きく貢献していただいています。

現在、ふじ応援部のメンバーは、発足から5年が経ち、40人が在籍しています。

ふじ応援部の素敵なところは、行政では発信しにくい個人のお店や私有のもの、個人の話題などを市民目線で自由に発信できることです。

また、子育て世代のママたちのネットワークが、情報発信の大きな力になっています。

さらに、市民記者の枠を超え、富士市のために様々な活動もしてくれるようになり、応援部自体が成長しています。

例として、

- ・富士市公式Instagramキャラクターのデザイン
- ・シティプロモーションペーパーバッグの作成
- ・富士の魅力ワークショップの開催
- ・お茶チーム（お茶の入れ方リーフレット作成）
- ・ブルーベリー盛り上げ隊（商品名「のびのび富士育ち」の発案）
- ・チームカリフラワー（富士市のカリフラワーのPR支援）

最近では、市役所内でも知名度がアップしてきて、いろいろな部署からふじ応援部に協力してほしいという要望が届くようになりました。

今後の展開としては、富士宮市や長泉町など近隣市町との連携を始めています。富士宮市には「ふじのみやハハラッチ」、長泉町には「長泉ママラッチ」という、ふじ応援部と同様の市民記者団体があります。

一つの市だけではなく、広域で発信し合える形を作っていくことで、魅力の拡大を期待しています。まずは、各市町の団体から参加を募って、自分の住んでいるところを紹介し合うバスツアーなどをやってみたいと話している最中です。

5 最後に

シティプロモーションは、まちの魅力をとらえ発信していくこと、市民の声を聴くことがベースとなり、まちを元気にする取組だと考えています。

シティプロモーションを通して、人やモノ、場所、団体、企業など様々なつながりを生み出し、交流と笑顔があふれる元気なまちづくりを目指していきます。

資料等参考になるウェブサイト等の URL（複数可）

<https://fujicitybw.jp/>（富士市ブランドウェブサイト）

<https://fuji-ohenbu.jp/>（ふじ応援部ウェブサイト）

シティプロモーションアワード受賞について、貴自治体ウェブサイトあるいは報道機関等による紹介があった場合は、当該記事の URL（複数可）

あなたの静岡新聞（<https://www.at-s.com/news/article/shizuoka/1008897.html>）

富士市ウェブサイト

（<https://www.city.fuji.shizuoka.jp/shisei/c2106/rn201a0000031eff.html>）

（必要に応じて、記入する枠を拡大してください）