

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 | 京都府福知山市 |
| 担当部局(担当課) | 市長公室 秘書広報課 |
| 連絡先メールアドレス | hisyo@city.fukuchiyama.lg.jp |

事例概要(文字数自由・図表等記載自由)

「いがいと!福知山」と「明智光秀」

両輪で進める、京都府福知山市のシティプロモーション

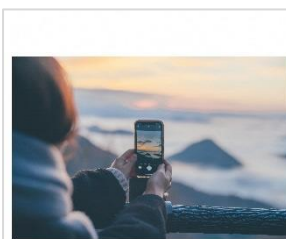


市民協働で福知山市の意外な魅力を発掘・発信する「いがいと!福知山」と、明智光秀が主人公の大河ドラマ『麒麟がくる』を契機に全国へ打ち出す地域ブランド「明智光秀が築いた城下町 福知山」。この両輪を、市民や福知山ファンとともに進めることで、まちの認知度とイメージ向上、関係人口・交流人口の拡大、そしてシビックプライドの醸成を目指しています。

①市内向けの戦略:【バリエーション】

⇒ ブランドメッセージ「いがいと!福知山」 (2017年度～)

公募市民30人と市職員のワークショップの中でよく出てきた「意外と」をキーワードに構築した。「なんもない」から「なんもないとはいつつ、いがいと…」と、市民のマインドを変えていくための合言葉として設定し、フォトコンテストなどで市の魅力を市民とともに発掘。2022年3月現在、Instagramで「#いがいと福知山」は約6万投稿を記録している。



②市外向けの戦略：【一点突破】

⇒ ブランドメッセージ「明智光秀が築いた城下町 福知山」(2018年度～)
 いくつかある「光秀ゆかりのまち」の中で、福知山の強みは、光秀が築いた城が唯一あること。再建天守だが、市民たちの寄附で再建されたという「まちのシンボル」を象徴するエピソードもある。そこで、明智光秀と福知山城を立脚点に、まちのストーリーを伝えるシティプロモーションを行っている。

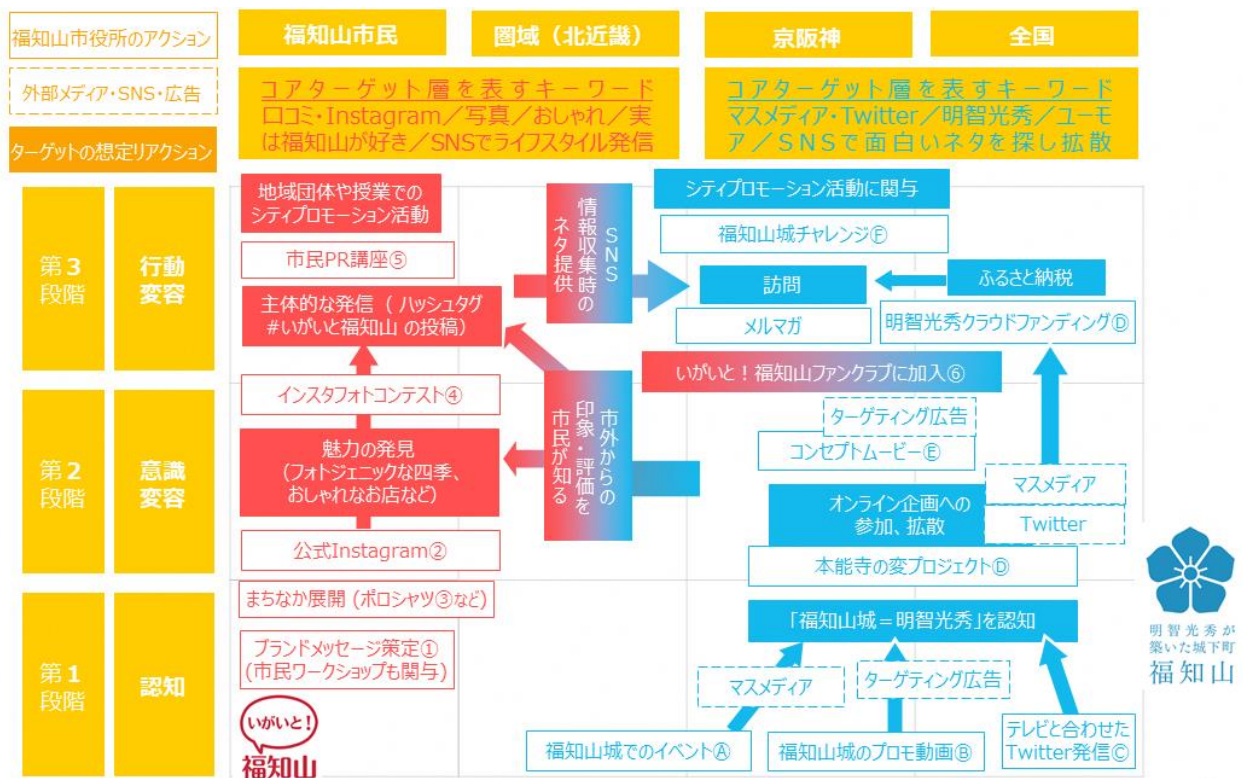


明智光秀が築いた城下町
福知山



▼ロジックモデル

「いがいと」「光秀」のブランド訴求と、ブランド同士の効果の循環を設計するロジックモデル。適宜検証しながら次の展開を考えている。



明智光秀が築いた城下町
福知山

資料等参考になるウェブサイト等の URL (複数可)

京都府福知山市シティプロモーションサイト <https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/>

いがいと！福知山とは <https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/2535.html>

いがいと！福知山 Instagram https://www.instagram.com/fukuchiyama_city/

いがいと！福知山 Twitter <https://twitter.com/fukuchiyamaPR>

本能寺の変プロジェクト <https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/honnojiproject.html>

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)

<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/42005.html>

<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/award.html>

[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000031.000053572.html](https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000031.000053572.html) (24 の Web メディアに転載されました jiji.com、Biglobe ニュースなど)

(必要に応じて、記入する枠を拡大してください)