

シティプロモーション基本方針

シティプロモーション展開の背景

古くから地域の中心都市として発展してきた本市も大きな転換期を迎え、右肩上がりの成長を支えてきた社会条件を今後も前提とすることは困難な状況。

- ◆人口→生産年齢人口の減少、就業人口の減少、高齢化の進展、若年層の流入減少
- ◆産業→製造業の将来への不透明感、商業の停滞
- ◆観光→市内の主要観光施設の集客は安定するも、観光目的の宿泊率は低い
- ◆住みやすさ→市民評価・外部評価とも「住みやすい街」との評価

定住人口の維持、交流人口の拡大、市の魅力向上等に向け、従来のまちづくりに「新たな取組み＝シティプロモーション」を付加する必要性

シティプロモーションとは

付加する「新たな取組み」をシティプロモーションとして展開

シティプロモーション活動の定義

将来にわたり市が活力を維持し持続的に発展するため、**魅力づくり**を推進し、それを**市内外に発信**する活動

シティプロモーションの基本方針

①新たな視点の魅力づくり
(魅力向上戦略)

②効果的な情報発信
(魅力発信戦略)

「岡崎ブランド」の確立

「岡崎ファン」の拡大

市内外の多くの人から認められ、選ばれる都市となり、
本市の活力の維持、持続的な発展へ繋げる

シティプロモーション戦略(1)

調査結果から導き出される課題とシティプロモーション方針

課題

- 個々の資産が点在化、資産同士の繋がり不足
- 岡崎イメージの特定資産への固着化
- 独自の暮らしイメージ、体験価値の欠如



魅力向上戦略を推進し、「**岡崎ブランド**」の確立を図る。

課題

- 個々の資産への受容性は決して低い
- 情報発信不足により、資産の魅力が伝わっていない



魅力発信戦略を推進し、「**岡崎ファン**」の拡大を図る。

シティプロモーションコンセプト



岡崎ルネサンス

OKAZAKI RENAISSANCE

市制施行100周年という節目を迎える本市が、次の100年で目指すこと。

それは、これまで培われた大切な伝統や文化を、
ただの伝統や文化で終わらせないこと。

「伝統＝古いもの」ではなく、「伝統＝流行り続けているもの」と捉え、
急速に変化していく世の中に合わせて、価値化し続ける。

本市の**伝統や文化を革新し続け、新しい価値を生み続ける活動**。
この未来に向かった前向きな活動を、「**岡崎ルネサンス**」活動として推進し、
「**岡崎ブランド**」確立、「**岡崎ファン**」の拡大を図ることによって、
本市の活力維持、持続的な発展に繋げていく。

シティプロモーション戦略(2)

魅力向上戦略

⇒

「岡崎ブランド」の確立

戦略1

資産の現代価値化

岡崎市の歴史・伝統資産などを、そのままの価値として伝えるのではなく、**現代的な価値として再解釈し、新たな魅力を創出。**
先行事例として、岡崎まぜ麺、大樹寺のビスタライン等

戦略2

岡崎の顔づくり

名鉄から望める岡崎市民の原風景でもある岡崎城・岡崎公園から乙川河川敷一帯を、岡崎資産が集約された場所
すなわち**岡崎の「顔」と位置付け、市民の誇りを培う**とともに岡崎訪問の入口として機能させていく。

戦略3

地域愛の醸成

住みやすさや独自の暮らしぶり、地域の自慢などを再確認し、**地域への誇りや愛着の醸成を図る。**
例えば、川沿いの散歩が日常化し、市民が集い、交流する場となり、その暮らしぶりや満足感から地域愛が醸成されるなど。

魅力発信戦略

⇒

「岡崎ファン」の拡大

戦略1

市民による主体的な発信活動の土壌づくり

岡崎ルネサンス活動を市民に浸透させ、根付かせることで、ムーブメントを形成し、市民による発信力の強化を図る。

- コンセプトブック作成
- シンボルマーク作成・共有
- シティドレッシング

<マークは活動主体によってアレンジ可能に>



戦略2

本市の魅力情報が内外に拡散する仕掛けづくり

岡崎ルネサンス活動によって新たに育まれた本市の魅力が、広く内外に伝わる仕掛けを構築し、岡崎ファンの拡大につなげる。

- シティプロモーションサイト設置
- PRキャラバンの実施

シティプロモーション戦略(3)

魅力発信の展開スケジュール

平成26年度

活動の
下地づくり

岡崎ルネサンス活動を市民へ拡散するための下地づくり期間
シティプロモーション戦略を公表し、本市シティプロモーションに関する
コンセプトブックを作成する。

- 市民に対する広報
 - ・シティプロモーション戦略概要説明
 - ・シンボルマーク発表
- コンセプトブック作成
 - ・岡崎ルネサンスの考え方を市民に理解していただき、自発的な活動につなげる拠り所となるコンセプトブックの作成

平成27年度

活動の
育成・強化

岡崎ルネサンス活動の育成・強化を行う期間
シティプロモーションに関するホームページの開設や岡崎ルネサンス
認定制度を開始する。

- シティプロモーションサイト公開
 - ・岡崎ルネサンスの活動記録と情報発信の基となるWEBサイトの開設
 - ・フェイスブック等、SNSの活用も検討
- 岡崎ルネサンス認定開始
 - ・市民が主体となって行うルネサンス活動について、認定・支援・紹介を行う。

平成28年度

市民への
普及

岡崎ルネサンス活動を市民に浸透・拡散する期間
シティドレッシングやPRキャラバン等、ムーブメントの形成を図る。

- シティドレッシング
 - ・バナーやポスター等、街中や駅などでの告知を展開し、岡崎ルネサンス活動を盛り上げる。
- PRキャラバン
 - ・複合商業施設等、市民が多く集まる場所でルネサンス活動を啓発するキャラバンイベントなどの実施