

白 河 市

シティプロモーション 基本方針



おかえり、白河
はじめてでもなつかしい

目 次

I	背景・目的	1
1.	シティプロモーションとは.....	1
2.	シティプロモーションの効果.....	2
3.	基本方針の位置づけ	3
4.	白河市の現状とシティプロモーションの必要性	4
II	白河市の魅力	10
III	シティプロモーションの方向性	14
1.	シティプロモーション推進の基本的な考え方	14
2.	白河市のシティプロモーション推進のキャッチコピー	15
3.	シティプロモーションの展開にあたって必要な視点	17
IV	シティプロモーションの内容	20
V	シティプロモーションの進め方	26

I 背景・目的

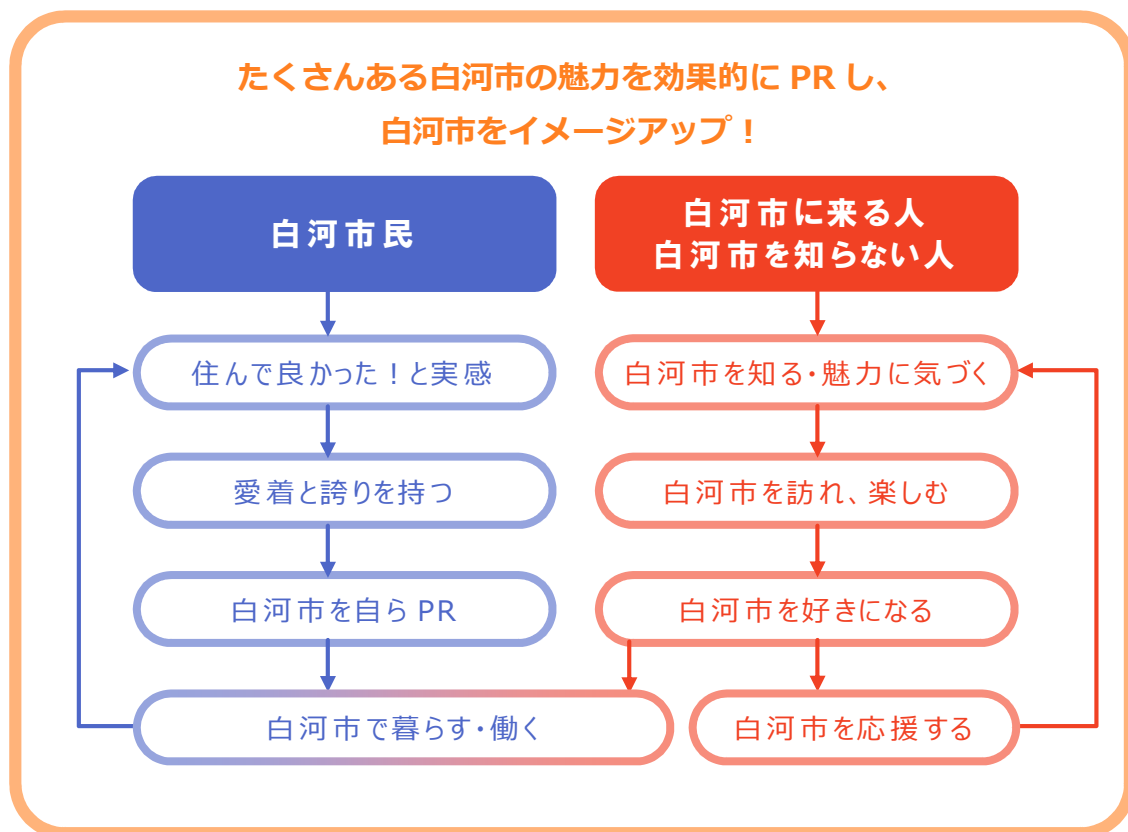
1. シティプロモーションとは

シティプロモーションとは、市の魅力を発掘・創造して、これを市内外へ発信することで、地域の統一イメージを形成し、まちのブランド力を高めるとともに、まちづくりにさまざまな効果を波及させる取り組みです。

シティプロモーションの推進にあたっては、行政と市民が協力しながら、まちの魅力を市内・市外に戦略的・継続的にアピールすることが重要となります。

シティプロモーションを進めていくことで、市民は住むまちへの愛着や市民であることの誇りを育み、市外居住者にはそのまちへの関心と憧れを醸成し、中長期的に「このまちに住みたい・住み続けたい」、「学びたい」、「働きたい」、「買い物や遊びに訪れたい」など、そのまちを選択させる力が強化されていきます。

【シティプロモーションのサイクル】



2. シティプロモーションの効果

シティプロモーションの取り組みを通して、市民自らがまちの魅力を再発見したり、創造したりすることで、暮らしにつながる喜びを実感し、まちを誇りに思い活動する市民が増えていきます。

さらには、こうした市民の想いや活動に出会うことで、このまちの魅力に共感し、新たにこのまちのファンになる人が増えていきます。この一連のプロセスがさまざまな場面でわき起こり、重なり、広がっていくことで、まちの魅力が人から人へと伝わり、まちそのものの総体的な価値が高まっていきます。

関わる人が増えることにより、白河市を元気に！

市民の白河市への愛着・誇りが高まることで、「自分のまちをもっと魅力的にしたい」と白河市に積極的に関わる人が増えます。そのことは、「みんなに白河市の良いところを自慢する」、「白河市でさまざまな活動に参画する」、「白河市にずっと住み続ける」といった行動となり、白河市の活力の維持、活発化につながります。



白河市が大好き！
自分のまちをもっと魅力的にしたい！

賑わいが増えることにより、白河市を元気に！

白河市への興味がわくことで、市外から買い物や日帰りでのレクリエーション活動など、「白河市を訪れる」人が増えます。そのことは、市内での消費や施設の利用促進などに結びつき、中長期的には地域経済の活性化につながります。

また、市外の人々の白河市のイベントへの参画やふるさと納税など「白河市を応援する」行動にもつながり、白河市の活力の維持、活発化につながります。



白河市を訪れてみよう！
良い場所だったので、また行こう！
白河市に愛着がわいたので、応援しよう！

つながりが広がることにより、白河市を元気に！

市民や学生など多様な人が集い、芸術や文化、にぎわいづくりなどの活動を行うことで、交流やネットワークづくりが広がります。

さまざまな場面でつながりが広がることで、さらに魅力的かつ多様な人材が白河市に集まり、新たな文化や芸術、産業が生み出され、白河市の活力の維持、活発化につながります。



白河市で面白いことをやっているのでも自分も参加してみよう！

ほかの活動にも参加してみよう！

知り合った人と協力して新しいことをはじめてみよう！

3. 基本方針の位置づけ

(1) 基本方針の位置づけ

本基本方針は本市の将来像と施策の方向性を示した「白河市総合計画」を上位計画とします。また、本基本方針に位置づけられる施策・事業は平成 27 年度策定の人口減少対策に重点をおいた「白河市みらい創造総合戦略」と連動して推進します。

(2) 策定経過

本基本方針の策定にあたっては、高校生、市内の企業・団体・市役所の若手職員が対話しながらワークショップを実施しました。

市民・市職員の目線から白河市の地域資源の洗い出しを行い、その後、シティプロモーションのターゲットやロゴ・キャッチコピー案について検討しました。



4. 白河市の現状とシティプロモーションの必要性

白河市は、交通の利便性、小峰城・南湖公園・白河関をはじめとした歴史的な観光地、緑豊かな自然環境、製造業・流通業の集積があるなど、暮らしやすい環境にあります。

しかし、その認知度はまだ十分であるとは言えません。近年、「地方創生」の流れの中で、全国規模での居住者の獲得、観光誘客のための動きが急速に活発化しています。

このような中、白河市が持つさまざまな資源を最大限に活かして「シティプロモーション」を進め、多くの人々から選ばれるまちとなる必要があります。

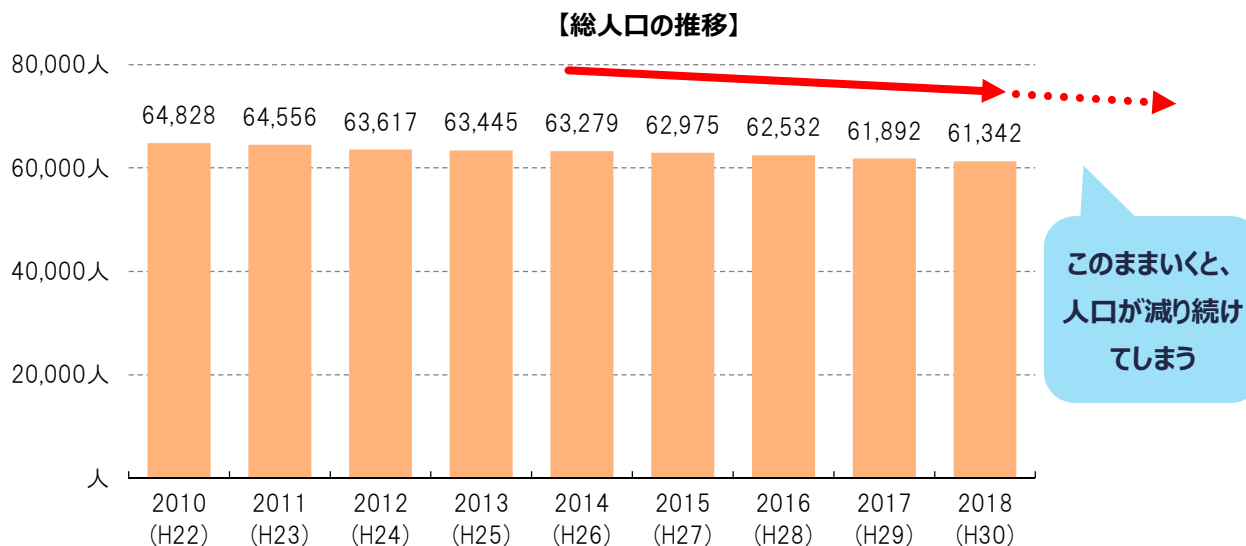
(1) 人口減少

❗ 【住む】人口減少の加速化に歯止めをかけることが求められています。

全国が進む少子高齢化により、日本は近年経験したことのない人口減少局面に入りました。

日本の人口は2008年（平成20年）をピークに減少しており、2060年には8,700万人程度まで減少するといわれています。

白河市においても人口は減少の一途を辿っており、今後も減少していくことが推測されます。



資料：住民基本台帳（各年4月1日現在）

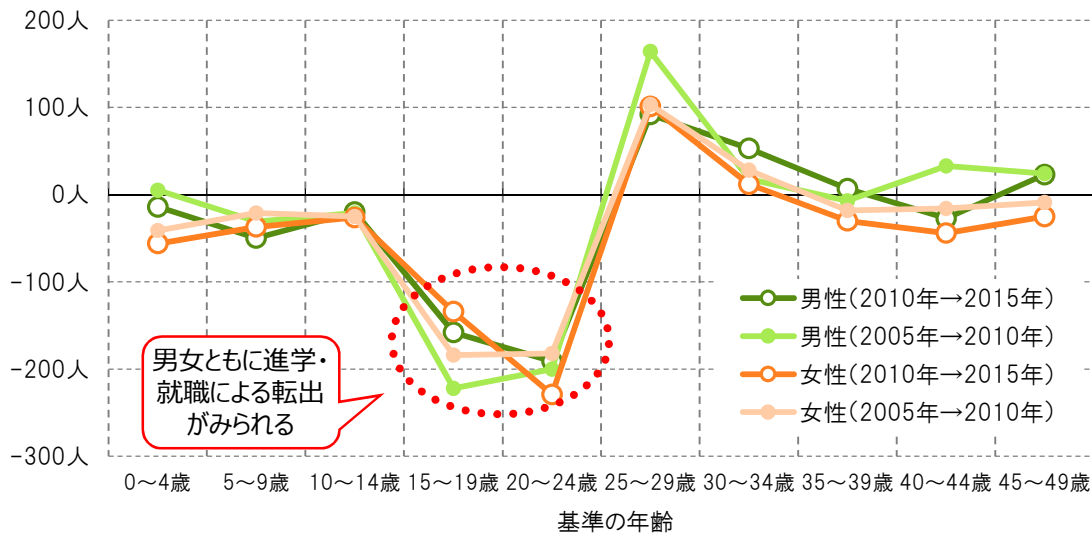
全国的に人口減少が進んでいるなかで、白河市も人口が減少しています。まちの活力維持のためには人口減少に歯止めをかけ、一人でも多くの人に白河市に住んでもらうことが重要となります。

❗ **【住む】10代後半の進学・就職、20歳代前半の異動や転職等を機会とした転出が多く、転出人口の抑制と白河市へのUターン促進が必要です。**

移動人口をみると、進学・就職を機とした10・20歳代の転出が顕著となっています。特に10歳代では進学、就職における転出、20歳代前半では異動や転職等による転出が多いことが推測されます。

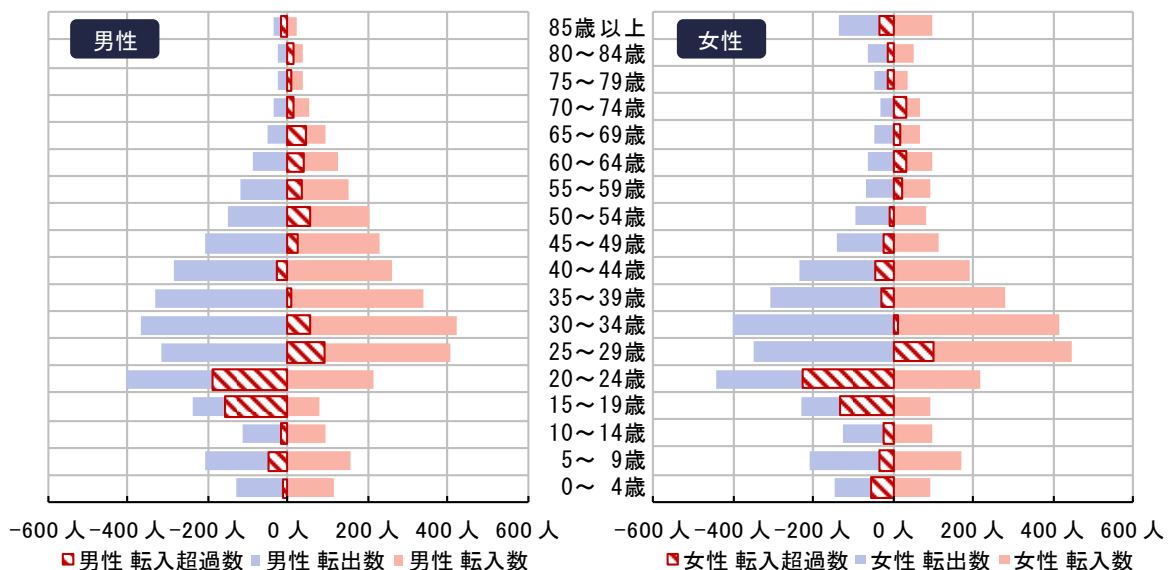
また、20歳代後半は転入超過となっているものの、転出者も一定数おり、出入りが激しいことがうかがえます。

【移動人口の状況】



資料：国勢調査

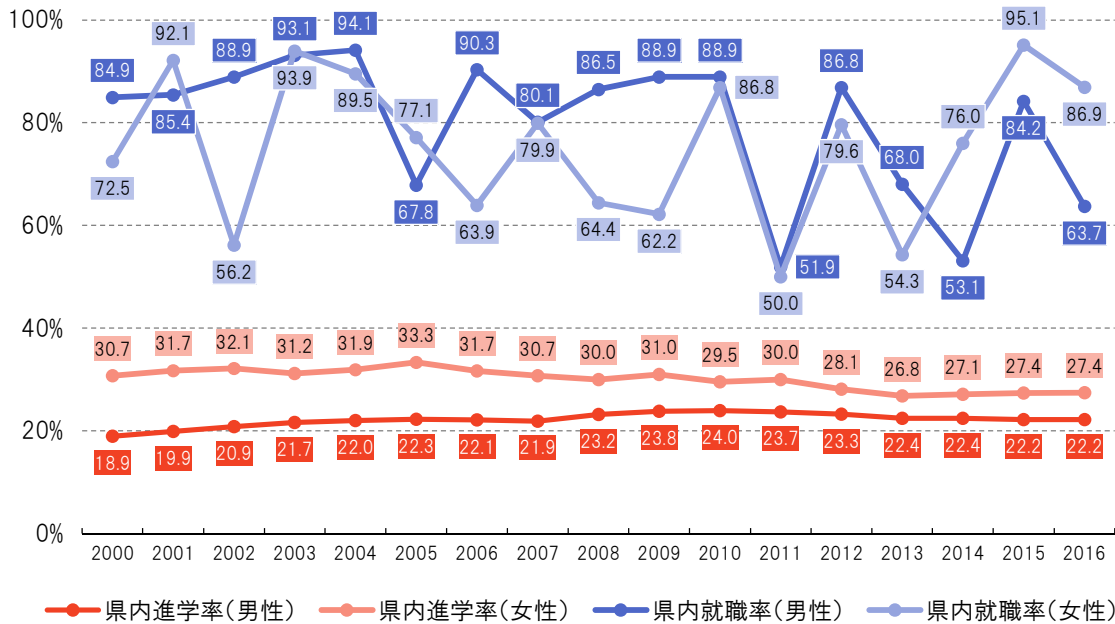
【転出入人口の状況】



資料：国勢調査（平成27年）

福島県全体の高校生の新卒者就職・進学率をみると、新卒者の県内就職率は男女ともに6~8割台となっている一方で、県内進学率(大学・短大等)は、男女ともに1割後半~約3割の間で推移しており、県外への進学率が高いことがうかがえます。

【参考：福島県の高校生の新卒者就職・進学率(大学・短大等)の状況】



資料：RESAS

東京をはじめとした大都市圏に進学・就職の求心力があるなかで、白河市で働いてもらう、または一度市外に出ても帰ってきてもらえるような魅力づくりが重要となります。また、白河市を離れてしまった人が、白河市を気にかけて、多様な機会を通じて白河市に関わったり、支援することができるような仕組みも重要です。



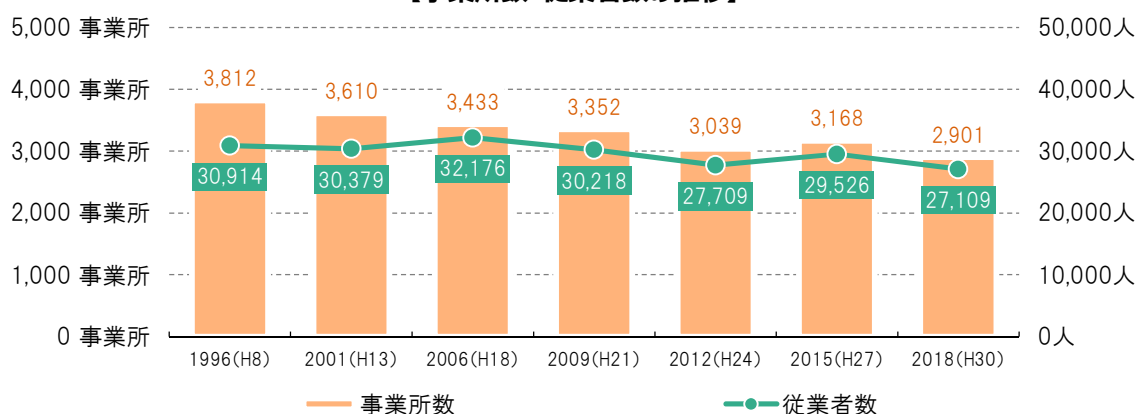
(2) 従業人口の減少

① 【働く】市内の事業所・従業者数は減少傾向、 一方で近隣市町村から白河市に働きにくる人が多い

事業所数・従業者数は近年減少傾向にあります。

白河市在住の従業者数のうち、市内で従業している割合は7割弱となっています。また、白河市在住の西郷村、泉崎村での従業者数が、西郷村、泉崎村在住の白河市での従業者数を上回っています。

【事業所数・従業者数の推移】



資料：事業所・企業統計調査（平成 18 年以前）／経済センサス活動調査

【白河市における従業地・常住地の関係】



※「不詳」を除く

資料：国勢調査（平成 27 年）

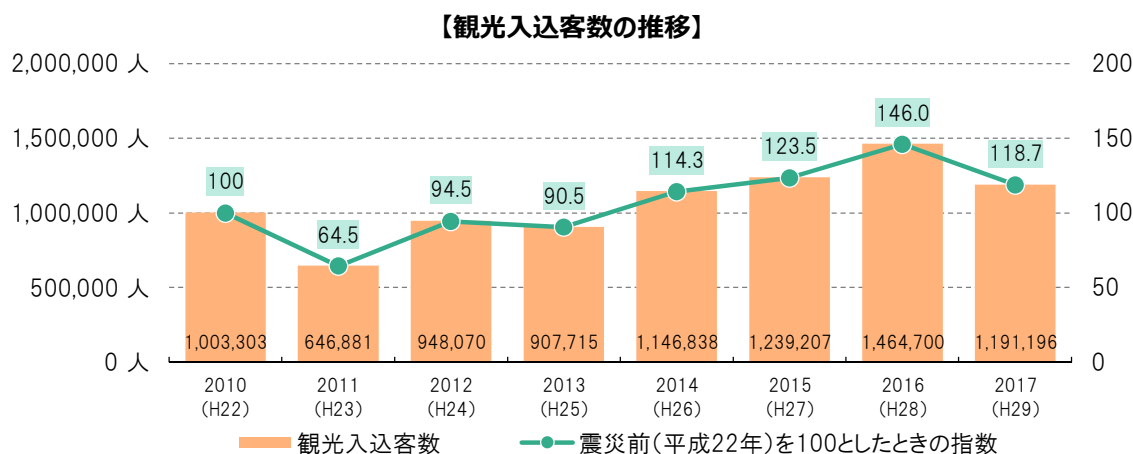
まちの活力を維持する上で産業振興は重要な役割を持っています。白河市では、近隣市町村から働きに来る人も多い状況です。「働く場」としての魅力を PR しながら白河市に関わりのある人を増やして行くことが重要です。

(3) 交流人口拡大への期待

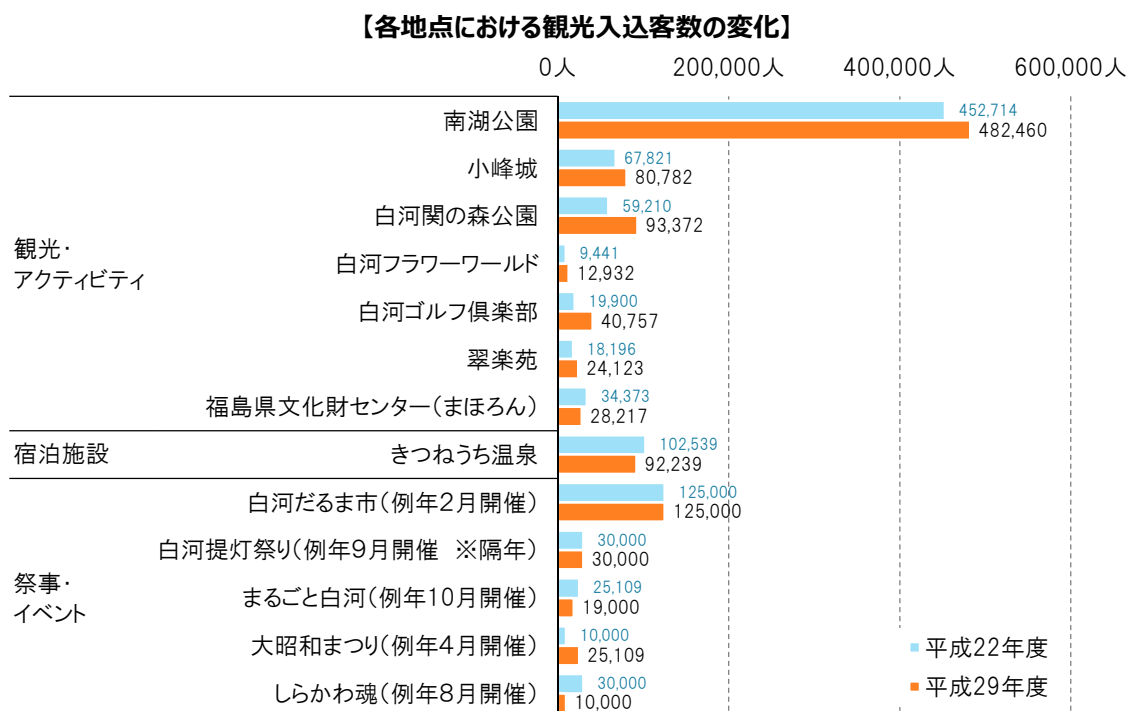
① 【訪れる】震災前を上回る観光客の増加と今後の観光振興への期待感

観光入込客数は近年増加傾向にあり、平成28年には約146万人と、東日本大震災以前の水準を上回っていますが、平成28年から平成29年にかけて減少しています。これは、隔年のイベントである白河提灯まつりが実施されなかったことや各種イベントの集客数が減少していることが影響しており、イベントを中心とした交流人口が多いことがうかがえます。

また、各地点における観光入込客数は、南湖公園、小峰城、白河関の森公園をはじめ、概ね増加傾向にあります。



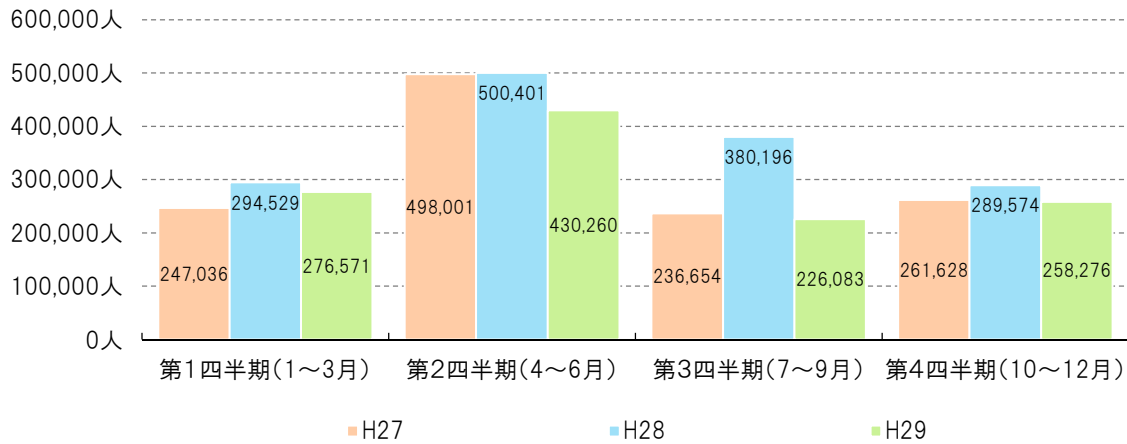
資料：福島県「福島県観光客入込状況」



資料：福島県「福島県観光客入込状況」

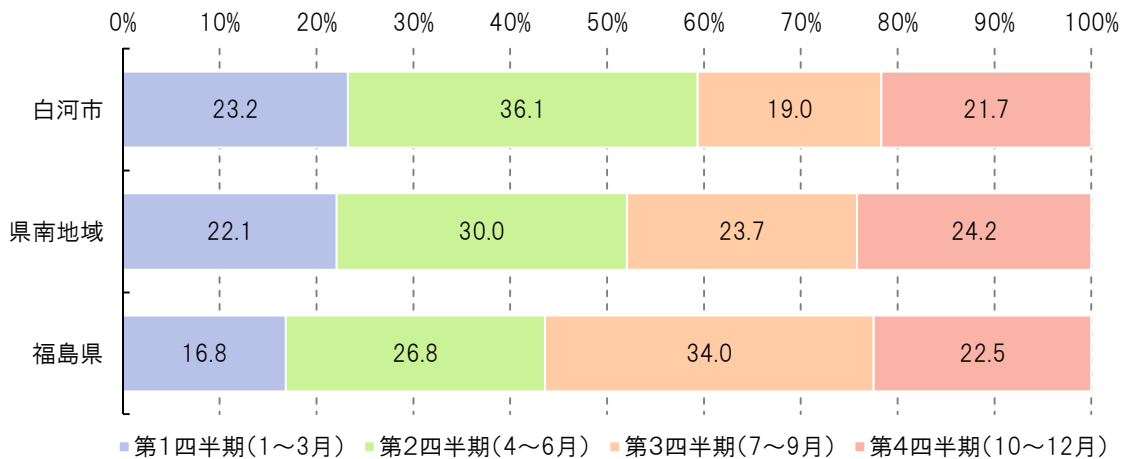
四半期別の観光入込客数の推移をみると、桜の季節にあたる第2四半期が各年高くなっています。また、白河提灯まつりが実施された平成28年は第3四半期の観光入込客数が高くなっています。四半期別観光入込客数の割合は福島県、県南地域に比べ第2四半期が各年高くなっています。

【四半期別観光入込客数の推移】



資料：福島県「福島県観光客入込状況」

【四半期別観光入込客数の割合の比較（平成29年）】



資料：福島県「福島県観光客入込状況」

東日本大震災の影響で減少した観光客数は、市民や市の取り組みによって、震災以前の水準を上回るようになりました。観光資源は白河市にとって大きな財産であり、魅力でもあります。これらの資源を活かして効果的にPRし、観光振興をより一層活性化させていくことが重要となります。特に、白河市では季節によって観光客数にバラつきがあるほか、イベントによる集客の依存度が高いため、年間を通じた観光客の確保と底上げを図ることも重要となります。

II 白河市の魅力

これまでのワークショップの参加者の意見を中心に、白河市の魅力・強みを次のようにまとめました。

市外からの アクセス良好！


- J R 新白河市駅には新幹線が停車し、東京駅から約 90 分、仙台駅から約 60 分！
- 東北自動車道のインターチェンジがあり、市外から訪れやすい！



これらを活かして…



○アクセスの良好さをPRし、まずは白河市に来てもらいたい！
リピーターになってもらいたい！

 **那須連峰を望み、
花々に囲まれた
豊かな自然環境！**

- 「ほどよい田舎」を感じることができ、ゆっくりした時間を過ごせる！
- 初心者でも安心していけるハイキングコースがあるほか、まちなかを流れる谷津田川沿いなど、歩いてまわれるスポットが充実！
- 小峰城や南湖公園など、白河市は桜の名所！また、四季折々の風景がある！



これらを活かして…

- 季節ごとの自然の魅力をPR！年間通じて白河市の魅力を多方面から見てもらいたい！

🌸 歴史・文化・伝統に 裏付けられた 観光資源が豊富！

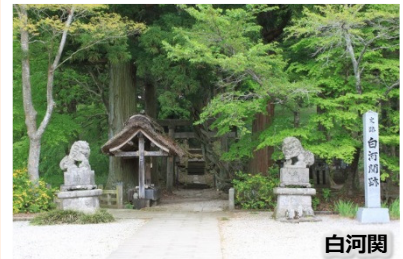
- 小峰城、南湖公園、白河関など歴史的な観光資源が残っている！まちなかに城下町の名残が街並みなどに残っている！
- 松平定信ゆかりの土地！
「士民共楽（武士も庶民も共に楽しむ）」の場として南湖公園をつつたほか、白河そば、白河だるまなどのルーツをつつた）
- 神社仏閣も多く、特に神社の狛犬は、全国的に有名な小松寅吉の作のものが多い！
- 白河だるまが有名！幸運の象徴とされている「鶴亀松竹梅」の顔の模様が特徴的！
- 近隣地域を含め優良なゴルフ場が多い！また、キャンプ場や温泉などの宿泊施設もある！
- 白河提灯まつり・だるま市といった伝統行事がある！そのほか、しらかわキャラ市などイベントも多い！



小峰城



南湖公園



白河関



白河提灯まつり



だるま市



神社の狛犬

これらを活かして…



- 小峰城、南湖公園だけでなく、そのほかの魅力にも目を向けて、もっと白河市を知ってもらいたい！
- 土日に行われるイベントに集客が偏りがちのため、これらをきっかけに白河市を再度訪れてもらい、平日の観光客を増やしていきたい！

❀ 白河ラーメンだけじゃない！ おいしい「食」がたくさん！

- なんととっても白河ラーメンが有名！白河ラーメンを目的に来訪してくる人も多い！
- 米や野菜・果物など美味しい農産物も多い！
- ラーメンだけでなく、「白河そば」も有名！日本四大そばどころの一つ！
- 地元の人しか知らない老舗の飲食店、スナック、カフェ、惣菜屋なども豊富！



白河ラーメン



市内のカフェ



南湖だんご



白河そば



これらを活かして…

- ラーメンだけじゃない！白河市の食どころをPRして、さまざまな「うまい！！」を楽しんでもらいたい！

❀ とにかく住みやすいまち！

- 白河市立図書館「りぶらん」や白河文化交流館「コミネス」、中心市街地市民交流センター「マイタウン白河」などの公共施設が充実している！
- 病院、公園、飲食店、量販店が一通りそろっており、日常生活を過ごしやすい！
- 県内でも雪が少なく、生活しやすい気候である！
- 白河っ子すすく赤ちゃんクーポン券や病児保育施設の新設など子育て支援にも積極的！
- 「白河市創業者支援施設らくり」や「産業サポート白河」など、産業支援も行っている！
- まちづくりに積極的な人がたくさんいる！



白河市立図書館「りぶらん」



白河文化交流館「コミネス」



白河市中心市街地市民交流センター「マイタウン白河」



コミュニティ・カフェ EMANON

これらを活かして…



- 白河市の住み良さをPRし、移住してもらいたい！いつまでも住んでもらいたい！
- 多様な働き方や起業を白河市で実現してもらいたい！

Ⅲ シティプロモーションの方向性



1. シティプロモーション推進の基本的な考え方

白河市の魅力を最大限に活用し PR していく

白河市には、緑豊かな自然環境や多様な観光資源、交通の利便性や住み良さなど多岐にわたった魅力が存在します。一方で、市外の人のみならず市民にもその魅力が十分に認識されていない現状もあります。

シティプロモーションを推進するにあたり、白河市に住んでいる市民自身が白河市の魅力を再認識し、発信していくことを促進します。

多様な人材・組織が関わりあい、持続的なプロモーションを展開する

シティプロモーションの手法は、実施する自治体により考え方や方法がさまざまです。認知度向上を重視し、マスメディアを活用した大々的な広告等を実施する自治体もあります。しかし、キャンペーンによる話題性は一時的で、多額の費用を投じて広告事業を継続しないかぎり、期待する効果は得られません。

白河市では、こうした話題を集めるキャンペーンではなく、限られた費用のなかで、効果を持続的に発展させていくために、まちと関係するさまざまな人々が協働して白河市をプロモーションしていきます。

また、白河市の活力を維持していくためには、白河市の魅力が全国的に認知されるということだけではなく、長期にわたって人を惹きつけるということが大切です。白河市のことが好きな人や愛着と誇りを感じ活動を行う人が増えていくことにより、まちの魅力そのものが高まり、「訪れたい」、「戻ってきたい」、「移り住みたい」、「住み続けたい」といったまちそのもののブランドを確立していきます。

そのため、白河市では、シティプロモーションにより、白河市に関わる全ての人々のまちへの誇りや愛着を醸成することによって、まちと人とのつながりを深め、まちの魅力を創り上げていきます。

2. 白河市のシティプロモーション推進のキャッチコピー

シティプロモーションを推進するためには、白河市のイメージや目指す方向性を分かりやすく端的に表現していくキャッチコピーが必要となります。

そのため、キャッチコピーとともにロゴを作成し、効果的に情報発信していきます。

これらのキャッチコピー・ロゴを活用することで、白河市におけるシティプロモーションの展開に統一性や一貫性をもたせ、発信力・求心力を強化します。

【参考：ワークショップで挙げられたキャッチコピー及びロゴ活用用途アイデア（抜粋）】

行政で…	公共空間で…	商品に…	その他
<ul style="list-style-type: none"> ○ホームページ ○観光パンフレット ○名刺・封筒 ○SNSのアイコン 	<ul style="list-style-type: none"> ○駅構内 ○電車（都内）の中吊り ○県境の標識 ○案内板 ○ラッピングバス 	<ul style="list-style-type: none"> ○土産物屋の包装紙 ○白河ラーメンのどんぶりの底や海苔に印字 ○白河だるま ○保育所・幼稚園や小学校での活用 	<ul style="list-style-type: none"> ○観光地の隠れロゴ ○顔出しパネル ○イベントの入場券・グッズ ○ラインスタンプ ○商店街の装飾

ロゴ・キャッチコピーをみんなで検討！



本基本方針の策定にあたって実施したワークショップでは、参加者の皆さんどうして、キャッチコピーにつながるキーワードを出しあったり、ロゴの案を検討していただきました！



おかえり、白河 はじめてでも なつかしい

◆キャッチコピーについて

○「おかえり、白河」という言葉には、Uターンなど、一度外に出ていった人に戻ってきてもらう、受け入れていくという意味を込めています。また、「はじめてでも なつかしい」という言葉には、初めて白河市を訪れる人に対しても、“なつかしさや居心地の良さを感じてもらえるようなまちをつくっていききたい”という意味合いを込めています。

◆ロゴについて

○白河市は東北地方最南端のまちとして、「東北の玄関口」と言われています。この言葉の意味あいを引き継ぎながら、「東北の入口としてぜひ来てほしい」という想いをのれんで表現しています。また、のれんには白河市のシンボルでもある小峰城や南湖などの柄を入れているほか、「いつでも歓迎します」という意味合いを、白河だるまが内側から振り向いてこちらを見ているようすで表現しています。

3. シティプロモーションの展開にあたって必要な視点

(1) ターゲットに合わせたプロモーションの展開

各種メディアやインターネット、SNSが普及し情報が飽和状態にある現代社会では、自分に関係のない情報は見過ごされてしまう傾向にあります。そのため、効果的に情報発信やシティプロモーションを行うためには、明確なターゲットを設定し、そのターゲットに応じた取り組みを展開する必要があります。

本市におけるシティプロモーションの推進にあたっては、まちの活力を維持・継続していくための人口の確保に向けた取り組みを次の3つの視点から展開するものとします。

【ターゲットに合わせたプロモーションの展開の視点】

定住人口 の確保

市の活力を維持していくためには、白河市に定住する人を増やしていくことが重要です。

市民の市外への転出を抑制し、定住を促進するとともに、市外からの転入促進のためのプロモーションを進めます。

- 例) ・進学を機に転出した10代に就職で戻ってきてもらえるよう、白河市への愛着を育む
- ・転出の多い20歳代の働き盛り世代に対する子育て支援と連動したプロモーションの展開

交流人口 の増加

小峰城や南湖公園をはじめ、白河市にはたくさんの魅力・資源が存在することから、観光振興は白河市にとって今後より重要なものになってきます。

観光客の受け入れ促進に向け、魅力・資源を今まで以上に活かしたプロモーションを進めます。

- 例) ・東北自動車道沿線や首都圏などアクセスしやすいエリアに対するプロモーションの展開
- ・市民の共感を得ることができる新しい観光資源の発掘

関係人口 の創出

近年、定住・交流ではないかたちで、地域と多様に関わる人々である「関係人口」が注目されています。

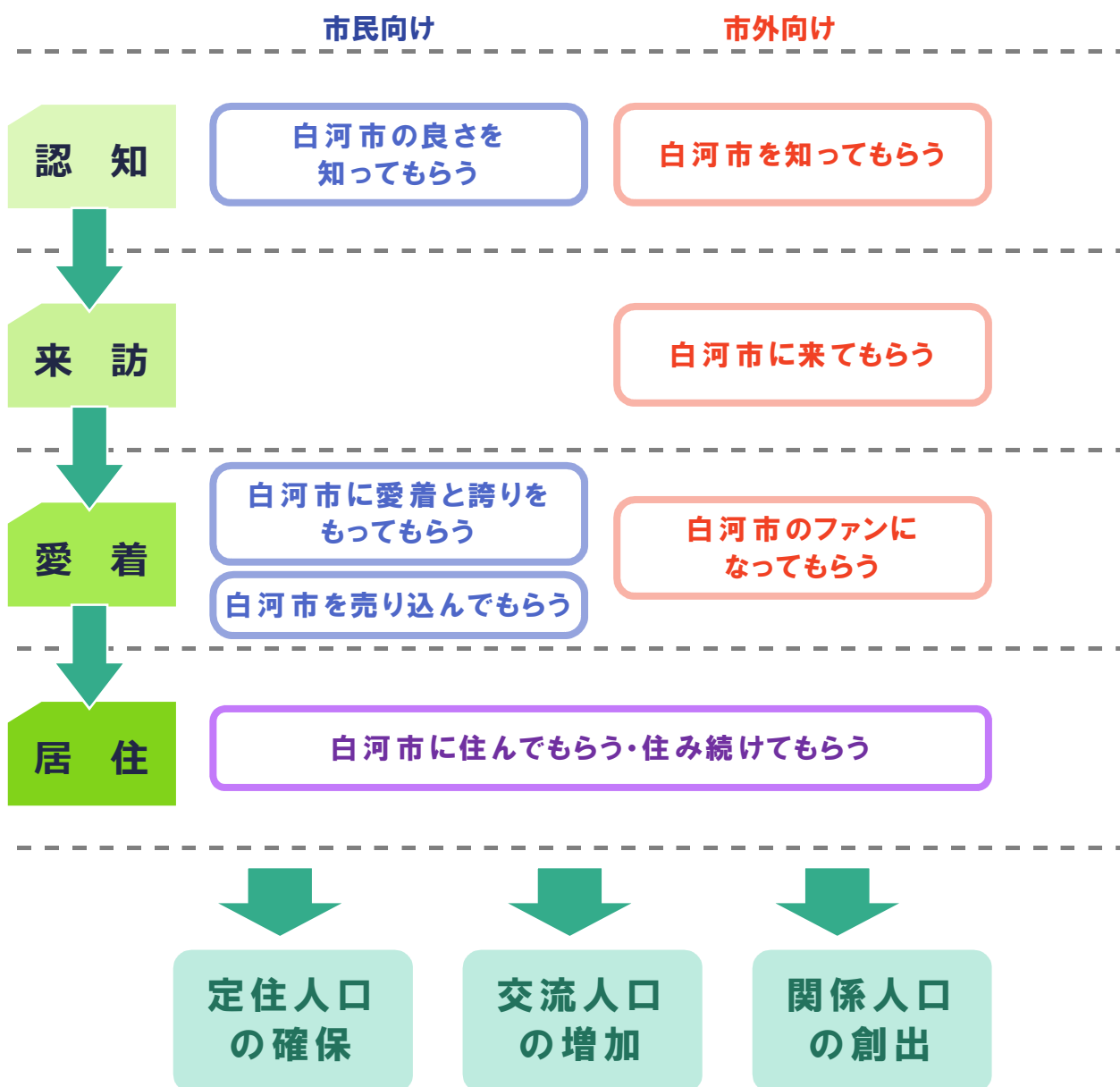
市外の人材が地域づくりの担い手となることができるよう、全国にむけたプロモーションを進めます。

- 例) ・白河市にゆかりのある人が白河市の情報を積極的に発信する
- ・ふるさと納税を通して小峰城清水門の復元や図書館の活動に寄与する

(2) 段階に応じたプロモーションの展開

シティプロモーションの展開にあたっては、それぞれのターゲットに合わせた効果的な取り組みを進めていく必要があります。そのため本方針では、定住人口・交流人口・関係人口の確保を見据えながら、白河市に対する認識や関わり、愛着や思いに応じた取り組みを進めていきます。

【シティプロモーション推進事業の考え方】

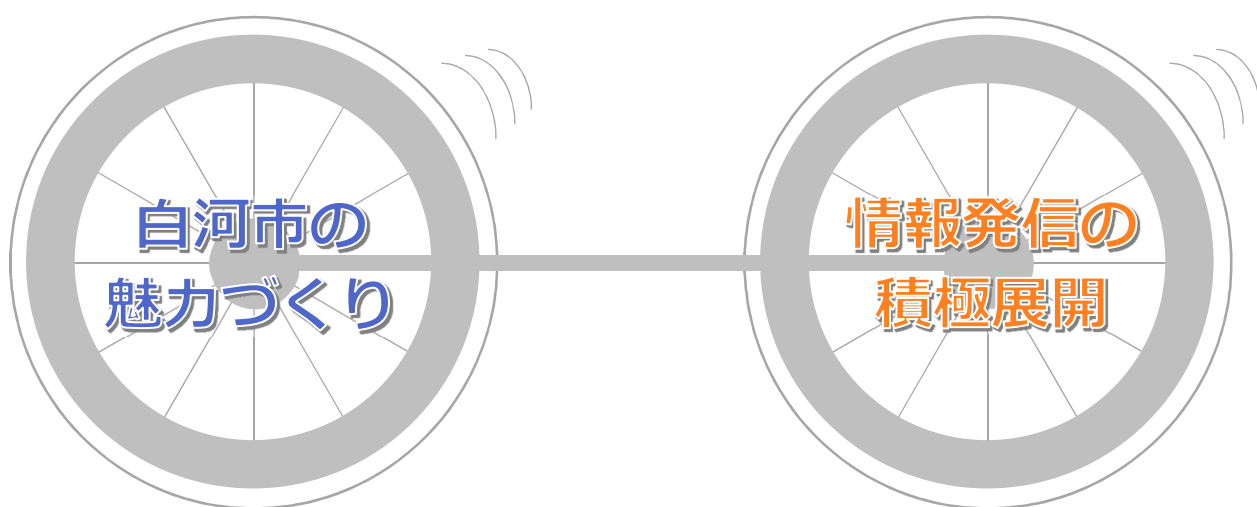


(3) 魅力づくりと情報発信の両輪による事業展開

シティプロモーションの展開にあたっては、「白河市らしさ」を抽出して、まちのイメージを構築するとともに、アピール力を向上させることが重要となります。

今ある資源・魅力の整理を行い、その魅力を高める取り組みを進めることによって、より効果的なシティプロモーションを展開することができます。

白河市においては、地方創生の考え方にに基づきながら「白河市の魅力づくり」に取り組むとともに、それを市内外へ発信していくプロモーションを車の両輪の関係で推進していきます。



○白河市に住みたい、訪れたい、関わりたいと思えるような事業の展開

例えば…観光客受入体制の充実
子育て支援の充実
インフラの強化
ふるさと納税の返礼品の充実 など

○各種事業の情報や創出される魅力を発信し共感を広めていく

例えば…ウェブサイトの充実
各種広報媒体への情報発信
市民のシビックプライドの醸成
SNSの有効活用 など

IV シティプロモーションの内容

認知

市民も市外の人でもまずは知ってもらうことが大切！



市民向け

白河市の良さを知ってもらう

白河市には、生まれた時からずっと住み続けている人、就職や結婚を機に移り住んだ人など、さまざまな背景をもって市民になった方々が暮らしています。特に転入して間もない市民や一時的な住まいとして考えている市民は、白河市について興味を持たない、あるいはよく知らない場合も少なくありません。そのため、多くの市民に“まちの良さを知ってもらう”取り組みを進めます。



たとえばこんな人に…

- ◆ 就職や結婚を機に移り住んだ人
- ◆ 転入してきて間もない人
- ◆ 白河市を一時的な住まいとして考えている人



たとえばこんなことを

転勤で市外から来た人に白河市の良さをPR！

広報を充実して、もっと必要な情報が届くように！

SNSを活用して、若者向けにまちの魅力や楽しい話題などを発信！

白河市で子どもを生み、育ててもらえるよう、子育て支援の手厚さをPR！

空家バンクや同居・近居のための助成制度もある！不動産屋と連携してPRできるかも！

市外向け

白河市を知ってもらう

市外の人に白河市の存在を知ってもらうことがシティプロモーションの第一歩です。白河市がより多くの人の目に留まる“まちを知ってもらう”取り組みを進めます。



たとえばこんな人に…

- ◆ 白河市のことを知らない人
- ◆ 白河市の名前は聞いたことがあるが、行ったことはない人



たとえばこんなことを

テレビやラジオ、新聞などのメディアに取り上げてもらえるよう、積極的に情報発信する！

公認キャラクターがたくさんいるので、市外に出向いてPRする！

若者の興味をひくようなイベントを企画する！

白河市にゆかりのある有名人も多いので、協力していただきながら、様々な場面でPRする！

高校野球で「白河の関越え」が注目されている！話題性のあることとタイアップしながらPRする！

白河市公認キャラクター



ダルライザー

白河商工会議所青年部が制作したご当地ヒーローで、平成 20 年に誕生。

転んでも起き上がるだるまがモチーフで、「だるま」に「起き上がる（ライズ）」をプラスした名前を持つダルライザー。

市内をはじめ、県外でもショーを行うなど、白河市を守るヒーローとして活躍中。



小峰シロ

公益財団法人白河観光物産協会の公認キャラで、平成 23 年に誕生。

3 パターン（小峰城「桜花（おうか）」、南湖公園「鏡花（きょうか）」、白河の関「葉花（ようか）」）に変身する、ご当地萌えキャラ初の変身ヒロイン。



しらかわん

平成 25 年に誕生したご当地キャラクター。特定非営利活動法人しらかわん市民活動支援会が運営。特徴的な眉毛は白河だるまの「鶴」をモチーフに胸元には市の花「梅」がかかっている。

「しらかわいいし、しらかわん」をキャッチコピーに、白河市の PR 活動を行う。

来 訪

白河市を知ったら
今度は来てもらいたい！



市外向け

白河市に来てもらう

観光資源や各種イベント等を活用し、多くの人に“まちに来てもらう”取り組みを進めます。



たとえばこんな人に…

- ◆ 福島県内（会津地方など）や那須地域を観光している人
- ◆ 白河市に訪ししやすい場所に住んでいる人（東北自動車道・東北新幹線沿いなど）
- ◆ 外国人観光客



たとえばこんなことを

東北自動車道・東北新幹線沿いなど、アクセスしやすいエリアに積極的にPR！

近隣市町村と連携したPRで、「東北の玄関口」の白河市に立ち寄ってもらえる工夫を！

ラーメンだけを目的に来る人も多いので、食事と合わせた観光ルートを提案！

東京オリンピックもあり、外国人に来てもらえるチャンス！白河市の歴史・文化や食を外国人へPR、ツアーの企画！

イベントやゴルフだけじゃもったいない！リピーターになってもらえるよう、市内の様々な魅力を発信！

移動手段がない人は小峰城など駅周辺のみで留まってしまうので、南湖公園や白河関などにも気軽に行ける移動手段を検討！

愛着

市民も市外の人でも白河市を
もっと好きになってもらいたい！



市民向け

白河市に愛着と誇りをもってもらう

多くの市民に白河市を「わがまち、ふるさと」として愛着と誇りをもってもらう「ふるさと意識」を醸成する取り組みを進めます。子どもから大人まで“まちへの愛着と誇りをもってもらう”ことで、白河市にずっと住み続けてもらうとともに、一度転出したとしても、白河市を「心のふるさと」として愛し、再び白河市に戻る、他のまちに住んでいても継続的に白河市を応援してもらえる関係の構築を目指します。



たとえばこんな人に…

- ◆ 白河市に住んでいる人（全員！）
- ◆ 特に、これから白河市を担う世代
（ずっと住み続けてもらう、一度転出して
も再び白河市に戻る、他のまちに住んでいても
白河市を応援してもらえる関係づくり）



たとえばこんなことを

広報を通じて市民が
白河市の魅力に
触れる機会を
増やしていく！

市民活動を活性化し、
主体的にまちづくりに
取り組む市民を増やす！

白河市の次代を担う
高校生がまちづくりに関わる
ことができる機会を増やす！

郷土教育などを通じて
白河市の魅力を伝えることで、
子どもたちに白河市を好きに
なってもらう！

しらかわ検定合格者など、白
河市に詳しい人がその力を発
揮できる機会を増やす！

市民向け

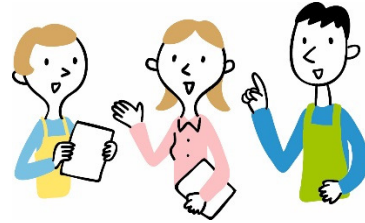
白河市を売り込んでもらう

行政のみならず、まちをよく知る市民に、まちの魅力を外の人へ伝えてもらうことにより、シティプロモーションの効果が高まります。そのため、「オール白河」で積極的にシティプロモーションを展開し、“市民にまちを売り込んでもらう”取り組みを進めます。



たとえばこんな人に…

- ◆ 就職や結婚を機に移り住んだ人
- ◆ SNSを活用している人



たとえばこんなことを

白河市のことをまだまだ知らない人に白河市の魅力を知らせてもらえる機会をつくる！

ハッシュタグなど白河市の話題を誰でも発信できるSNSの仕組みをつくる！

白河市の魅力を発信する人材を育て、自発的にプロモーションしてもらう！

市外向け

白河市のファンになってもらう

白河市を「心のふるさと」や「愛着のある場所」と感じ、継続的に応援してくれる“まちのファンになってもらう”取り組みを進めます。



たとえばこんな人に…

- ◆ SNSやメディアで発信力を持っている人
- ◆ ふるさと納税制度の利用者
- ◆ 以前に白河市に住んでいたことがある人



たとえばこんなことを

“インスタ映え”スポットを紹介するなど、積極的に白河市のことを発信してもらう！

ふるさと納税の納付者向けのツアーなど、関係が一過性のもにならないようなくみづくり！

中学校、高校の同窓会を継続すれば、市外に住んでいる人も定期的に帰ってきやすい！

居 住

白河市の良さを実感してもらいながら、いつまでも住み続けてもらいたい！



市外向け

白河市に住んでもらう・住み続けてもらう

市民向け

白河市にいつまでも住み続けてもらえるよう、居住環境の充実を進めるとともに、住み良さをPRしていきます。

また、移住希望者に対して直接的な働きかけを行うことにより“まちに住んでもらう”取り組みを進めます。



たとえばこんな人に…

- ◆ 就職・転職を機に移住を考えている人
- ◆ 白河市に移住してきた人・白河市に住み続けている人（特に子育て世代など）



たとえばこんなことを

白河市で起業してもらえよう支援する！

移住相談窓口などを通じて白河市の魅力を発信！

白河市の企業を選んでもらえるよう、企業紹介や新卒就職者へのサポートを充実する！

妊娠・出産・子育ての支援の充実により、子育てしやすいまちをPR！」

農業や伝統工芸、アートなど、移住後の生活イメージをわかりやすくPR！

一度市外に出て行った人がいつでも帰ってこれよう、市外でのつながり（コミュニティ）づくりを進める！

V

シティプロモーションの 進め方

「オール白河」体制でのシティプロモーション

シティプロモーションは、行政のみが主体となって取り組むのではなく、市民や民間団体、企業と連携しながら取り組むことにより、その効果を最大限に高めることができます。

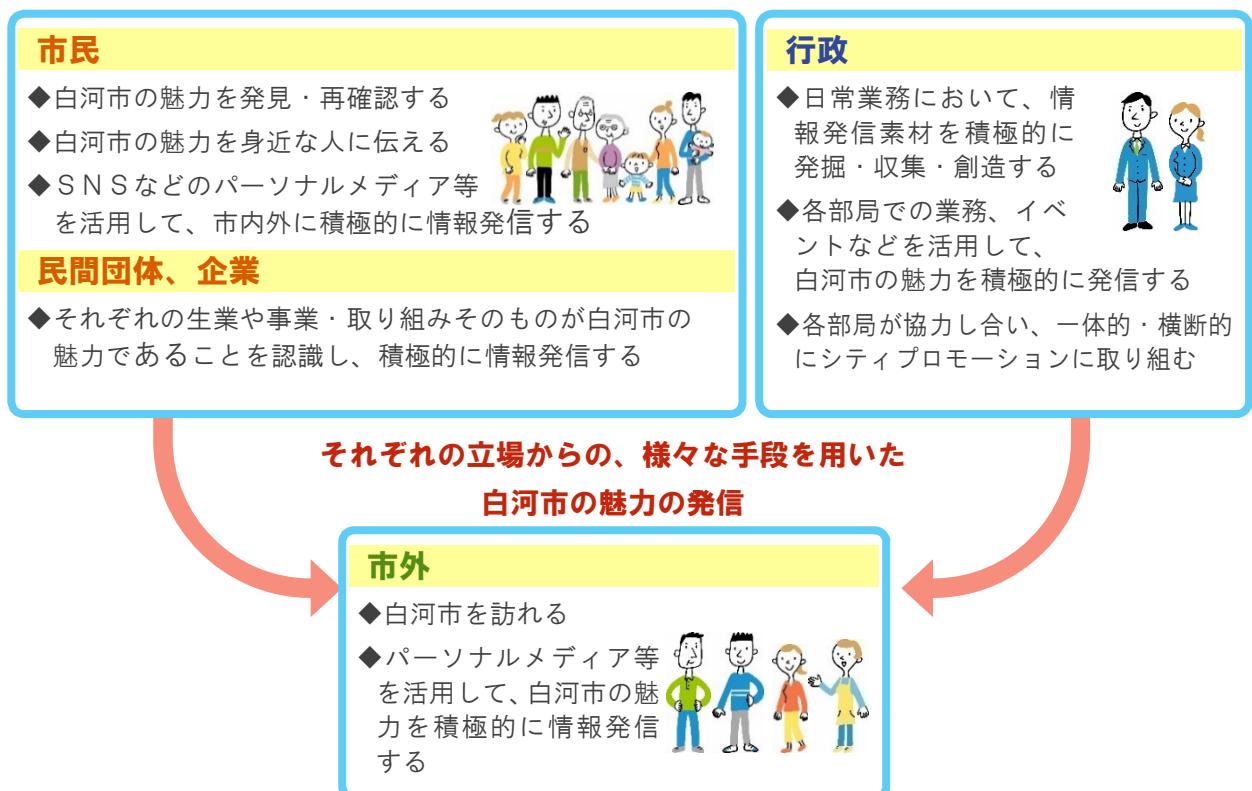
市民は、行政が把握していないまちの魅力を知っていたり、スマートフォンの普及により、市民自らがリアルタイムでさまざまな情報を気軽に発信できるようになっています。

また、民間団体、企業は、独自の技術やノウハウを持っており、特に飲食店や製造業においては、その企業や店の製品に付加価値を感じて訪れる人も多くいます。これらの民間団体、企業が地域の魅力の創造、磨き上げを行うことで、行政だけでは成し得ない効果が期待できます。

シティプロモーションを通じた相互協力の中で、「市民一人ひとりが白河市のセールスマン」であるという認識を持てるよう、「オール白河」の体制を築き上げていきます。

また、シティプロモーションを効果的に進めるため、全庁的にシティプロモーションの取り組みを実施します。

【「オール白河」体制によるシティプロモーション推進の考え方】



白河市シティプロモーション基本方針

発行年月 : 平成31年3月
発 刊 : 白河市 市長公室 企画政策課
〒961-8602
福島県白河市八幡小路7番地1
TEL 0248-22-1111 (代表)
FAX 0248-27-2577
URL <http://www.city.shirakawa.fukushima.jp/>

白 河 市

