

Tochigi City Promotion Design & Creation 1st の策定について

栃木市のシティプロモーションをより効果的に推進するため、10年間の方向性を描いた「^{トチギシティプロモーションデザイン}Tochigi City Promotion Design」と平成29年度から平成31年度までの具体的な取り組みを描いた「^{トチギシティプロモーションクリエイション}Tochigi City Promotion Creation ^{ファースト}1st」を策定しました。

1. ^{トチギシティプロモーションデザイン}Tochigi City Promotion Design

平成29年4月から平成39年3月までの10年間にどのようなイメージを持ってどのように進めて行くか、その方向性（基本方針）を定めました。

【A4変形版、36頁、1,000部作成、概要版A4変形版、12頁、5,000部作成】

①市の今の魅力

市の魅力を、写真を用いてわかりやすく紹介しました。

②市の現状

平成28年度に行ったアンケートにて紹介しました。

③栃木市のシティプロモーションの定義

「栃木市の魅力を伝えていくことでイメージが良くなり、みんなに栃木市を知ってもらい、住んでいる人、来てくれる人が増えていくように取り組む戦略」としました。

④キャッチコピー

栃木市に“ある”たくさんの魅力をこれからも創り、磨くとともに、ほっこりとした優しく温かい“ゆるやか”な雰囲気イメージが浸透するために創りました。

「“ある”が嬉しい ゆるやか栃木市」

“ある”が嬉しい
ゆるやか
栃木市

(キャッチコピーロゴ)

⑤期間とテーマ

10年間で3～4年に区分し、それぞれCreation（行動計画）を策定して進めます。

ア. Creation 1st（H29.4～H32.3の3年間）：テーマは「浸透」

イ. Creation 2nd（H32.4～H36.3の4年間）：テーマは「行動」

ウ. Creation 3rd（H36.4～H39.3の3年間）：テーマは「検証」

⑥4つの分野

「きづき」「あそび」「くらし」「おもてなし」の4つの分野で進めます。

⑦みんなと一緒に

栃木市のシティプロモーションはみんなと一緒に進めます。

⑧あれこれ栃木

栃木市の位置図と強みや特徴を紹介しました。

2. Tochigi City Promotion Creation 1st

平成29年4月から平成32年3月までの3年間に、どのようなことを行うのか、その具体的な取り組み（行動計画）を定めました。

【A4変形版、20頁、3,000部作成】

①Designの要約

初めの部分に、Designの要約を記載しました。

②目標

平成31年度までの具体的な目標を設定しました。

- ・栃木市の関東圏知名度アップ 45%⇒60%
- ・栃木市の全国（関東外）知名度アップ 28%⇒40%
- ・市民の愛着度アップ 64%⇒70%

③具体的取り組み

4つの分野に分けて、各種取り組み事項を記載しました。

ア. きづき

- ・市民組織の立ち上げ
- ・PR冊子と動画の作成

イ. あそび

- ・渡良瀬遊水地「ハートランド」

ウ. くらし

- ・防災
- ・子育て支援
- ・就農の応援

エ. おもてなし

- ・とちぎ市民大学

3. 冊子の配布

広く市民に見て戴くため、市役所内及び市所管各公共施設の待合スペースに設置するほか、市内金融機関や病院等の待合スペースに設置させてもらうとともに、地域で活動する人や団体に配付する。

また、市外で栃木市のPRを行えるスペースを活用し積極的な設置を図る。

栃木市役所 総合政策部
シティプロモーション課
担当：小林
TEL:0282-21-2172