

人口減少問題への対応策としてのシティブランド戦略（愛媛県新居浜市）

取組概要

「シティブランド戦略」は人口減少問題への対応策として、大きな効果を期待し、平成28年度に策定した戦略である。本市では、約1年間をかけ戦略を策定したが、市役所を横断的に約20名の若手職員からなる検討組織を立ち上げ、ワークショップ等の検討を重ねるとともに、学生や若いママ、市外からの転入者など様々な年齢層、居住歴の市民へのヒアリング調査及び無作為抽出による大規模な市民アンケート調査を実施し、本市の現状と課題を丁寧に考察、ブランド戦略の指針、シンボルターゲット、ブランド・エッセンス「新しいをチカラにするまち」、吹き出しや風船をモチーフとしたシンボルマーク「Hello! NEW新居浜」を決定した。平成29年度以降、新居浜市の未来について語り合う会議等を精力的に開催するとともに、シンボルマークの普及・浸透に努めており、徐々に成果が表れている。

人口 120,915人 (H30.1.1現在)

担当 地方創生推進課

取組の効果

- | | H28 | H29 |
|---------------------|-------|---------|
| ①新居浜市の好意度(市外からの転入者) | 76.4% | ⇒ 81.4% |
| ②新居浜市魅力度(全国) | 558位 | ⇒ 520位 |
| ③新居浜市魅力度(県内) | 8位 | ⇒ 6位 |
- ・直近の市政モニターアンケートでは、回答者の約9割が取組を「良い」と回答
 - ・新居浜市の年間社会増減数はこれまで△400人～△500人で推移していたが、年々減少幅が圧縮傾向にあり、直近の平成29年実績では△98人まで減少数が圧縮された。
 - ・「ブランド戦略」に基づく活動を通じ、新居浜市の良さを再認識していただいた市民の声多数。ロゴマークの人気も上々で、イベント等に主体的に参加してくれる市民も増加している。

創意・工夫した点

・唐突感がなく、新居浜市民が理解しやすい戦略やロゴマークにすべく、製作過程に十分な時間をかけた点。

・ロゴマークを汎用性のあるものとすべく製作した点。
「Hello! NEW ○○」と展開することで、様々な分野の取組や活動にも当てはめることができ、行政が打ち出す新規施策等を一貫性あるもの、一体的なものとして打ち出すことが可能となった。

他団体へのアドバイス

戦略策定にあたり、時間、労を惜しまず、市役所内の様々な部署(職員)を巻き込み、様々な市民に意見を伺い、課題をしっかり認識し、そのうえで取組指針やシンボルターゲット、ブランド・エッセンスを積み上げて作り上げた戦略、ロゴマークであるから、自信をもって市民にPRでき、また多くの職員や市民が応援してくれるのだと考えている。同様の取組を展開される自治体においても、過程を大事にし、わかりやすいストーリーでの戦略・ロゴマークを作ることが、長期的な結果に結びつくものと考えている。



Hello! NEW宣言イベント



みらい会議