

伊賀市

シティプロモーション指針

平成 29 年 3 月 31 日

改定履歴

版	日付	改定内容
1.00	H29/3/31	・ 初版作成
		・
		・
		・
		・
		・
		・
		・
		・

目次

1	シティプロモーションの背景	4
2	シティプロモーションとは	5
3	シティプロモーションに不可欠な視点・要素	6
4	伊賀市におけるシティプロモーションの位置づけ	6
5	伊賀市の現状や地域の特性	8
6	伊賀市シティプロモーションのテーマ	9
7	伊賀市シティプロモーションの重点取り組み	10
	Ⅰ.「観光」を軸としたまち全体のブランド化	11
	Ⅱ. シビックプライドの醸成	12
	Ⅲ.「伝わる」広報と地域全体の情報発信力の向上	13
	Ⅳ. 協働による事業の推進	14

1 シティプロモーションの背景

近年、日本の各地方都市では、出生率の低迷（自然減）と三大都市圏への人口の流出（社会減）による人口減少が深刻化しており、それらに起因する地域経済の低迷、税収の減少、活力の低下、地域コミュニティの衰退などの悪影響が大きな社会問題となっています。さらに、日本創生会議が 2014（平成 26）年 5 月に発表した「ストップ少子化・地方元気戦略」によると、人口減少が現在の水準で進むと仮定した場合、2040（平成 52）年には 896 市区町村(全国の 49.8%)の存続が困難になると言われています*。

このような中、各地方自治体では、持続可能なまちづくりを進めるために必要な経営資源（ヒト・モノ・カネ）を域内だけで確保・調達すを強化しており、その結果、地域間の経営資源をめぐる争いが激化しています。ることが次第に困難になってきているため、域外に向けた取り組み

* 人口の「再生産力」を示す「若年女性（20～39 歳）」が現在より 50%以上減少する状態



一般的に利用されているシティプロモーションの概念

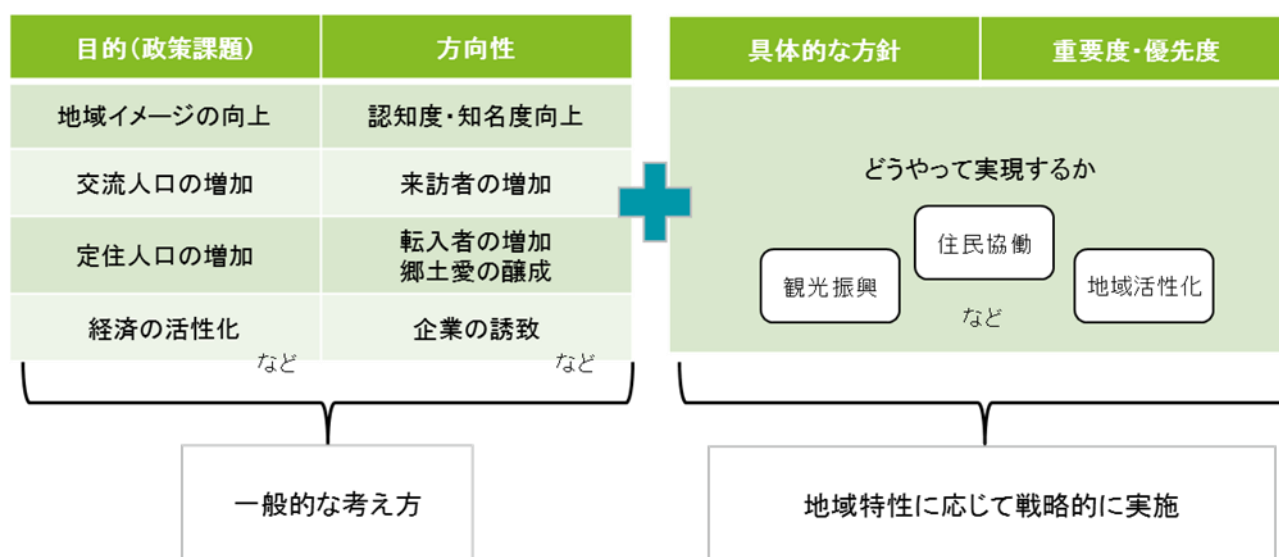
2 シティプロモーションとは

シティプロモーションとは、自らの地域のイメージを高め相対的な優位性を確保することにより、域外から経営資源の獲得を目指す活動や、地域住民のまちづくりへの参画意識を醸成することにより、域内の活性化を目指す活動など、各地域が人口減少社会における持続可能なまちづくりを進めるための取り組みです。

シティプロモーションの一般的な目的は、「地域イメージの向上」「交流人口の増加」「定住人口の増加」などがあります。また、取り組みの方向性としては、認知度の向上、観光客の増加、地域への愛着の向上などが考えられており、これらの目的や取り組みの方向性は、密接に関連しています。

また、シティプロモーションとは、それ自体が全く新しい取り組みによるものではなく、観光振興、住民協働、地域活性化など複数の概念や、以前から取り組んでいる数多くの施策を複合的に捉えたものであるとも言えます。

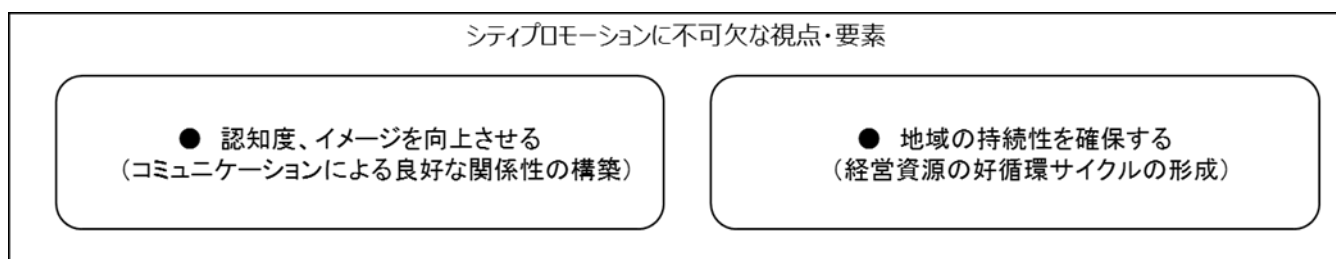
よって、各自治体は、地域の持つ状況や課題、これまで取り組んできた政策や実現すべき目標などを照らし合わせ、自らの地域特性に応じたシティプロモーションに取り組むことが求められています。



3 シティプロモーションに不可欠な視点・要素

前述のとおり、各自治体がシティプロモーションに取り組む背景は、地域間競争の中でも持続可能な地域を形成するために、経営資源を獲得あるいは創出することです。

これまでから取り組んでいる施策や事業を、シティプロモーションの考え方や概念の中で進めていく際に求められる視点は、①認知度やイメージを向上させ良好な関係を構築することにより、商品・サービスなどの本質的な価値を向上させるだけでなく相対的な価値を向上させること。②域内で経営資源が循環し、持続可能なサイクルを形成すること であると言えます。



4 伊賀市におけるシティプロモーションの位置づけ

伊賀市では、第2次伊賀市総合計画において、私たちが目指す姿（将来像）を『ひとが輝く 地域が輝く』伊賀市と定め、それを実現するための施策や事業を示す第2次再生計画*では、『**“誇れる伊賀市” “選ばれる伊賀市”へ**』を計画のテーマの一つとし、地域間（自治体間）競争が激化する中で「伊賀流」・「伊賀らしさ」を追及することにより、地方創生の実現を目指しています。

*平成29年3月時点で最終案を策定中

第2次 伊賀市総合計画	基本構想	伊賀市の将来像
		『ひとが輝く 地域が輝く』伊賀市
	再生計画 第2次	計画のテーマ
		(1)ガバナンスの確立 (2)「市政再生」の深化・進展 (3) <u>“誇れる伊賀市”、“選ばれる伊賀市”へ</u>

伊賀市シティプロモーション指針は、『誇れる伊賀市』『選ばれる伊賀市』の実現に向け、伊賀市におけるシティプロモーションの目的や伊賀市の特性に基づき重点的に取り組むべき方向性などを定めるものであり、これらの考え方を市全体として共有し、市民・地域・市がそれぞれの力を発揮することで、伊賀市のシティプロモーションを推進することを策定の目的とします。

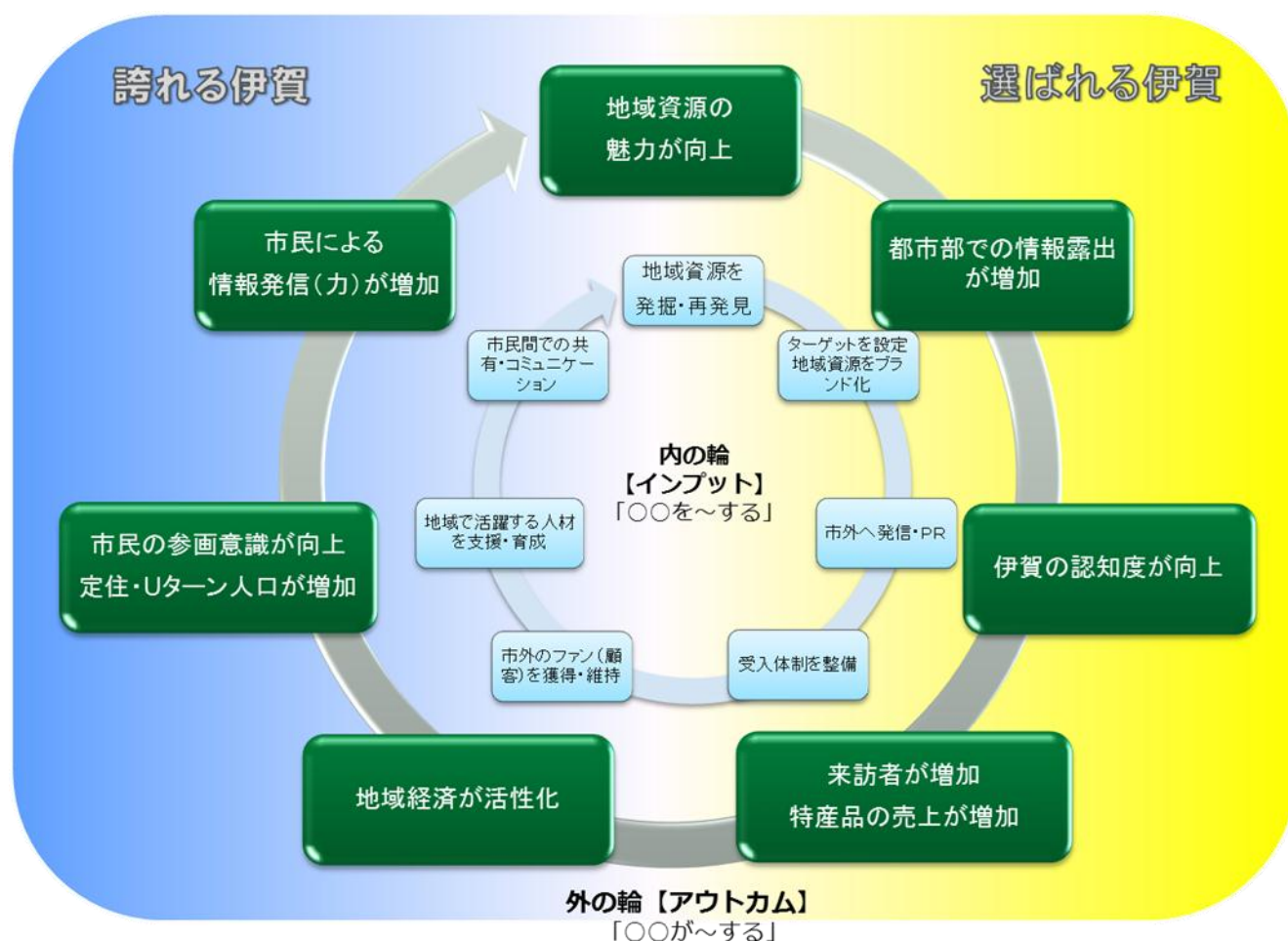


図 伊賀市シティプロモーションのテーマと目的・方向性・効果の関連イメージ

5 伊賀市の現状や地域特性

伊賀市のシティプロモーションを推進するにあたり、重点的に取り組む方針を定めるため、前述のシティプロモーションに不可欠な視点から伊賀市の現状や地域特性について整理します。

① 伊賀市の認知度・イメージ（相対的な特性について）

伊賀市の有する地域資源や関連するコンテンツのうち、忍者の認知度は国内外を問わず非常に高く、日本を訪れる外国人における忍者の認知度は 85%となっています（当市調べ）。一方で、地域ブランド調査*によると、伊賀市の全国的な認知度は 246 位（1,000 市町村中）で、上昇傾向であるものの近隣市町村と比較しても高いとは言えません（津市 150 位、鈴鹿市 99 位、伊勢市 30 位、鳥羽市 124 位、志摩市 83 位）。同調査による産品購入意欲度（その自治体の産品を購入したいか）は上昇傾向にあり（5.8（H25）→23.4（H28））、伊賀ブランドに対する関心が高まってることが伺えますが、想起率（具体的に何が欲しいか）は下落傾向にあり、伊賀市に対するイメージが具体的な産品に結びついていないことが伺えます。また、実際に伊賀地域を訪れた観光客の満足度は、三重県その他地域と比較すると高くない傾向にあり、伊賀のリピーターになってもらうには十分な水準ではないと考えられます。

これらのことから、①忍者の認知度を伊賀市への興味・関心につなげること、②伊賀市のイメージを具体的な地域産品をはじめとした地域資源に結びつけること、③地域資源全体の魅力をさらに向上させることが重要です。

* 株式会社ブランド総合研究所発行「地域ブランド調査 2016」

相対的な特性	課題	方向性
伊賀流忍者発祥の地	忍者の認知度は高いが、伊賀への関心が低い	忍者を伊賀市への興味や関心につなげる
歴史に裏づけされた文化・伝統産業	個の発信力・訴求力が弱い	個々のコンテンツをつなげて地域のイメージを形成する
魅力ある地域資源	伊賀を訪れた方の満足度が十分な水準ではない	魅力をさらに磨き上げる

図 シティプロモーションの視点による伊賀市の主な相対的特性

② 持続可能なサイクルの形成（まちづくりの方針について）

平成 24 年に策定した伊賀市観光振興ビジョンでは、「伊賀における『観光』とは、市民にとっての自分のまちへの誇り・愛着を育み、観光産業の振興のみでなく、多くの産業が互いに連携しながら、市民すべてにとっての、元気の素となるもの」と位置づけており、観光によるまちづくりを掲げています。

また、全国に先駆けて制定・導入した、住民自治協議会を核とした住民自治のしくみを定める「伊賀市自治基本条例」などのまちづくりのしくみに特色があります。

これら伊賀市の特色あるまちづくりを持続的に進めていくためには、住民との情報共有やコミュニケーションの促進により、まちづくりに主体的な意識を持った住民を増やす取り組みや、Uターンを視野に入れた若者の定住に向けた取り組みが必要不可欠です。

まちづくりの方針	課題	方向性
観光立市 (伊賀市観光振興ビジョン)	国内来訪者が減少傾向	海外を含めた誘客促進
住民自治 (伊賀市自治基本条例)	担い手の不足 世代間交流	各主体との情報共有 後継者の育成
子どもは伊賀の宝 (第2次再生計画)	若者の転出超過	地域に根付き、将来の伊賀を担う 若者の育成

図 シティプロモーションの視点による伊賀市の主なまちづくりの方針

6 伊賀市シティプロモーションのテーマ

シティプロモーションのテーマとは、伊賀市全体として、同じ方向を向くことで、シティプロモーションを効果的に実施するために設定するものであり、伊賀市においては、伊賀市の現状や特性を踏まえ、シティプロモーションテーマを以下に設定します。

伊賀市シティプロモーションのテーマ

「忍びの伊賀、趣きの伊賀、奥深き伊賀」

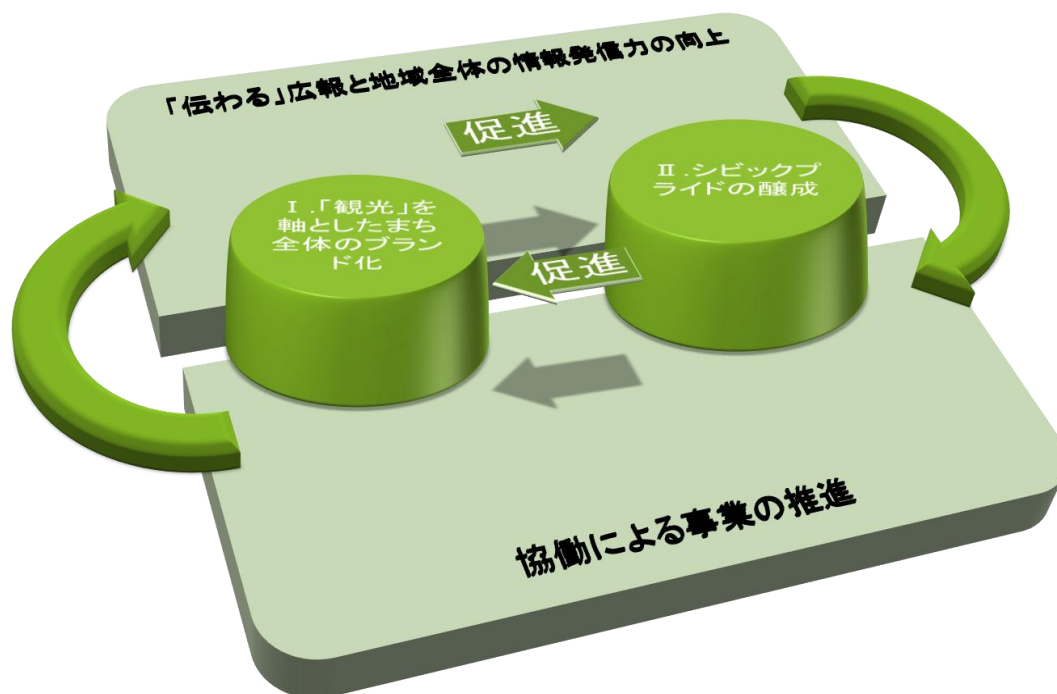
(サブテーマについては、俳句調で来年度以降検討)

シティプロモーションを通じて、伊賀の魅力を市内外に認識してもらう必要があると考え、忍びの国としての歴史感を表現したことと合わせ、伊賀流忍術を生み出した伊賀独自の趣きと奥深さがある伊賀の魅力を数多くの人に知って頂きたい、発信すべきであるとのメッセージを込めて設定しました。

7 伊賀市シティプロモーションの重点取り組み

伊賀市シティプロモーションのテーマである「忍びの伊賀、趣きの伊賀、奥深き伊賀」のもと、以下の重点取り組みを推進します。

事業分類	重点取り組み方針	もたらされる主な効果
シティプロモーションを推進する上で核となる取り組み	I.「観光」を軸としたまち全体のブランド化	・地域資源の魅力向上 ・来訪者の増加 ・特産品の売上増加
	II.シビックプライドの醸成	・定住・Uターン人口の増加 ・参画意識の向上 ・市民による情報発信の増加
効果を増幅させ、好循環サイクルを加速させる取り組み	III.「伝わる」広報と地域全体の情報発信力の向上	・ I、II のもたらされる効果を増幅させ、好循環サイクルが加速
事業を支える体制	IV.協働による事業の推進	・ I、II の継続的な実行



I.「観光」を軸としたまち全体のブランド化

伊賀市が域外から認知され、選ばれる最大の理由は、忍者をはじめとした魅力ある地域資源を生かした「観光」であり、観光振興はシティプロモーションを推進するにあたって最も重要な要素です。伊賀市は、これまで「伊賀市観光振興ビジョン」に基づく、観光施策に取り組んできましたが、今般、忍者をテーマとした観光を打ち出す地域も全国的に増加するなど、これまで伊賀市の代名詞と言えるコンテンツにおいても自治体間競争が激しくなっており、選ばれる観光地になるためには、戦略的なマーケティングや地域全体のブランディングが重要です。

今後は、伊賀市を知ってもらうきっかけ（入口）を忍者と捉え、忍者を中心に歴史・自然、文化、伝統、特産品など伊賀市の有する魅力的な地域資源を伊賀市外に十分にプロモーションすることで、伊賀市外の方々が伊賀市の魅力に気づき、関心を持って頂き、実際に伊賀市に足を運んでもらうための取り組みが必要です。また伊賀市に足を運んで頂いた方の満足度を向上させ、リピーターになって頂くためには、地域資源の魅力をさらに向上させることが必要不可欠です。

これらを通じて、伊賀市全体の観光地としての底力を上げ、伊賀市全体のブランド化を推進します。

- (1) 伊賀を忍者の聖地にする取り組み（忍者といえば伊賀）
- (2) 伊賀流忍術を生み出した歴史や文化のイメージを核とした地域資源のプロモーション
- (3) 観光の裾野を広げ、地域資源の魅力を磨く取り組み

<イメージ図>



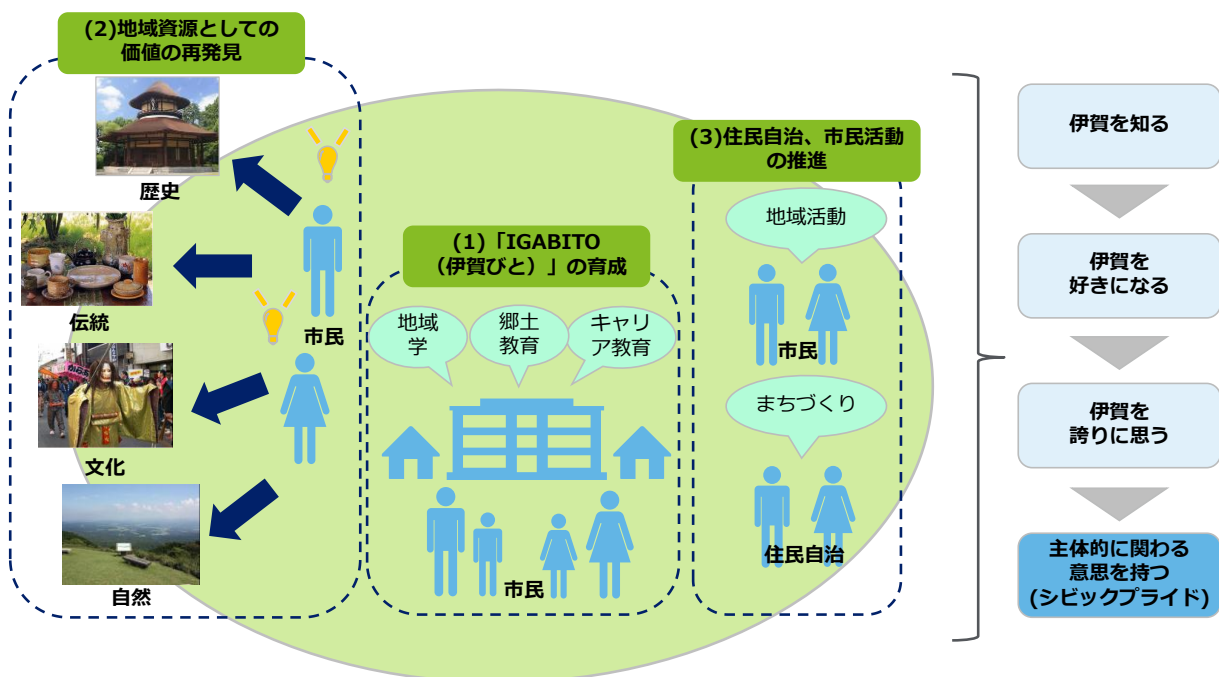
Ⅱ.シビックプライドの醸成

シビックプライドとは、「伊賀市民であること、伊賀出身であることを誇りに思うこと」「伊賀がより良い地域になるために主体的に関わる意思を持つこと」です。

伊賀に愛着を感じ、自らの意思で伊賀に関わる市民意識を醸成するための取り組みを、これからの伊賀市を担う若者に主眼を置いて行うことにより、「I.「観光」を軸としたまち全体のブランド化」により地域にもたらされる効果を単に受け入れるだけでなく、それらを住民が主役となったまちづくりの推進につなげます。

- (1) 地域に根付き、より良い“伊賀”を創る意識や実行力を持った若者「IGABITO（伊賀びと）」の育成
- (2) 自然・歴史・文化・伝統の地域資源としての価値の再発見
- (3) 住民自治、市民活動の推進

<イメージ図>



Ⅲ. 「伝わる」広報と地域全体の情報発信力の向上

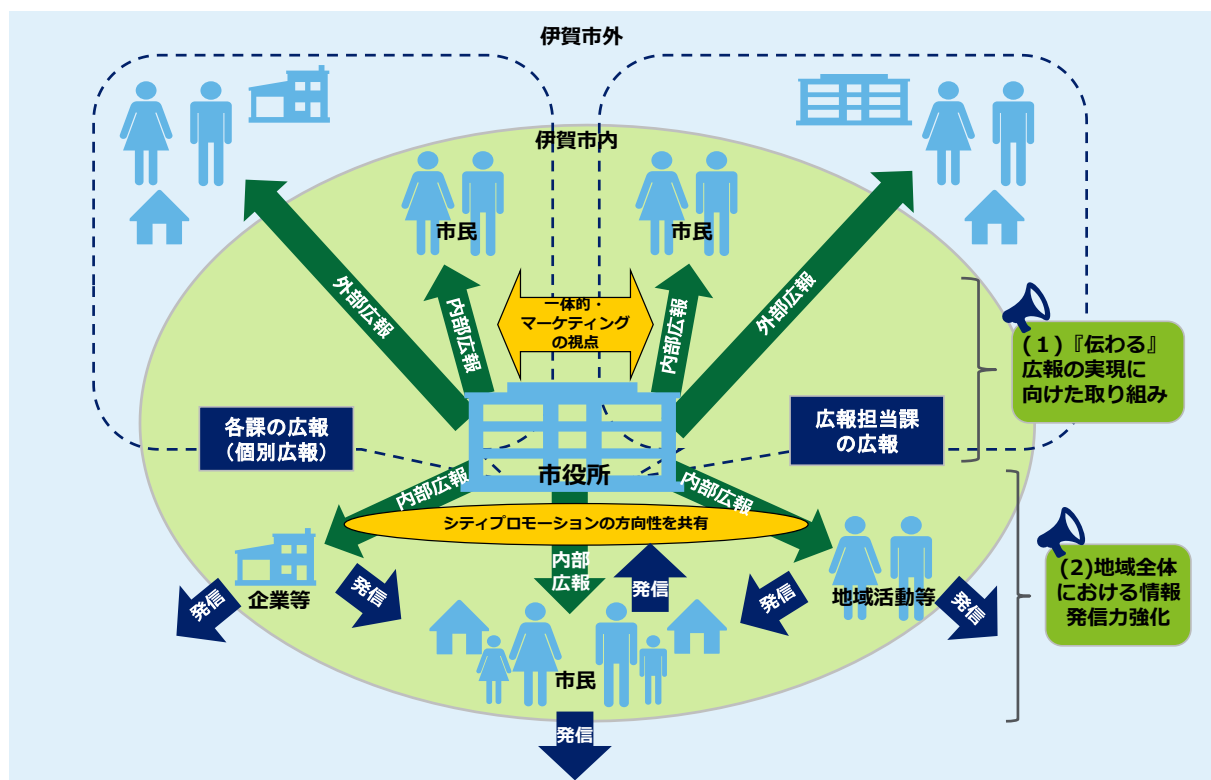
「Ⅰ.「観光」を軸としたまち全体のブランド化」と「Ⅱ.シビックプライドの醸成」によってもたらされる様々な効果を増幅させ、経営資源の好循環サイクルを加速させるためには、認知度やイメージを向上させたり、まちづくりに主体的に関わる意思を持った人を増加させることが必要であり、そのためには、コミュニケーションにより相手と良好な関係性を構築することが重要です。

市役所の各課が実施している観光や地域産品の PR（個別広報）と、広報担当課が行っている住民向けの市広報を一体的に捉え、「伝える」ではなく「伝わる」ための広報をマーケティングの視点なども取り入れながら取り組むことで、シティプロモーションによる伝えるべきメッセージの統一を図っていきます。

また、伊賀市シティプロモーションの方向性を伊賀市全体で共有し、市民をはじめとした各主体が取り組む事業が市内外に効率的かつ効果的に発信されるよう、地域全体の情報発信力を強化する取り組みを行います。

- (1) 「伝わる」広報の実現に向けた取り組み
- (2) 地域全体における情報発信力の強化

<イメージ図>



Ⅳ. 協働による事業の推進

第2次再生計画では、行政による取り組みだけではなく、多様な主体が、当事者意識を持って、目標を共有し、協働することで、地域を育む取り組みを継続的にやっていくこと（ガバナンス）をテーマの一つに掲げています。

経営資源の好循環サイクルを構築し、伊賀市シティプロモーションを継続的に推進させるためには、主体的に関わる意思を持つ人を育むだけでなく、それらの思いを実行していくことが必要です。

伊賀市シティプロモーションをガバナンスの視点から推進する体制を構築するために、下記の取り組みを行います。

- （１） 多様な主体との協働による施策の立案と実行に係る仕組みづくり(イメージ図参照)
- （２） 伊賀市シティプロモーションの推進主体の組織化

<イメージ図>

