

シティプロモーションの具体的な取組の例について [推進指針 p26～p27 相当部分]

◎ すべての取組に共通すること

- ・指標（KPI）の設定により効果検証をするとともに、継続的な改善を行う。
- ・調査結果や各種データについて分かりやすく整理・公表する。
- ・デジタル技術を積極的・効果的に活用する。

◎ 具体的な取組の例（案）

（1）本市のイメージの明確化に関する取組

市外の人々に富山市に対して興味や関心を持ってもらうことをねらいとして、本市の認知やイメージの向上を図るための取組を行う。

大まかな方向性（委員発言より）	具体的な取組の実例・方策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・それぞれのターゲットに応じた本市の魅力を「キーワード」などで具体的に分かりやすく伝える。</li> <li>・「食」「自然環境」「のんびり」といった魅力を細分化し、多様な形で示す。</li> <li>・富山市らしい日々の暮らし・ライフスタイルを見せる。</li> <li>・「変わらないもの／変わったもの」「良いところ／良くないところ」を対比して他都市との差別化（ブランド化）を図る。</li> <li>・受け手が興味・関心を持ってもらえるよう（ワクワクしてもらえよう）工夫した情報発信。</li> </ul>	

（2）若者・女性を主な対象とした取組

若者・女性の定着率・Uターン率の向上や来訪を促すことをねらいとして、若者・女性にとっての本市のイメージを高めるための取組を行う。

大まかな方向性（委員発言より）	具体的な取組の実例・方策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・富山市らしい「遊び方」を発掘し、広く知ってもらう。</li> <li>・現時点ですでに積極的な若者に、地域や人々との関わりを広げてもらうための機会を提供する。</li> <li>・市外から本市に来訪してもらうための「きっかけ」や、行きたくなる「目的（デスティネーション）」を創出する。</li> <li>・若者・女性が求めるような働き方のロールモデルについて情報提供する。</li> </ul>	

### (3) 市民の主体的な取組や市民との協働・共創を促す取組

市民に富山市への想い（各種意欲）を高めてもらうことをねらいとして、市民の活動を後押ししたり、市民に参加・関与の機会を提供したりする取組を行う。

大まかな方向性（委員発言より）	具体的な取組の実例・方策
<ul style="list-style-type: none"><li>・市民側と行政側それぞれの足りないところ（弱み）を相互に補い合う仕組みを提供する。</li><li>・まちづくりのキーパーソンや市民インフルエンサーなど、訴求力の高い人々の連携を密にする。</li><li>・市民が自ら「まちの魅力を挙げられる」「まちを語れる」ための機会を提供する。</li><li>・それぞれの市民にとって好きな場所や好きなものを探してもらう機会を提供する、</li><li>・小さな取組を促し、褒める（表彰する）ことで継続を促す。</li><li>・市民が生活の中の満足と感じている部分が見える化することで、当事者としての自覚を促す。</li></ul>	

### (4) 市出身者や市に関心がある人々との協力関係を深める取組

市外から富山市への貢献や将来的な移住を検討してもらうことをねらいとして、市外居住者との協力関係を深めるための取組を行う。

大まかな方向性（委員発言より）	具体的な取組の実例・方策
<ul style="list-style-type: none"><li>・本市への来訪経験者や本市の居住経験者に対する定期的な情報提供。</li><li>・市外居住者と連絡が取りあえるようなネットワークの構築。</li><li>・クリエイターや専門家などスキルや専門性を持った人々に富山市のファンになってもらい、本市に継続的に関わってもらう。</li><li>・市外居住者の客観的な目線による印象や思いをフィードバックするための仕組みづくり。</li></ul>	