伊万里市が『伊万里市』であり続けるための

『シティプロモーション』を推進します

～いまりで、決まり！～

●**問合先**　情報政策課シティプロモーション推進室（☎㉓４３１３）

今や日本における少子高齢化の波はとどまるところを知らず、それにより減っている人口は、東京に一極集中している状態にあります。

この現状を目の当たりにしながら何もしないでいると、人口が減り続けることを肯定することとなり、地域が衰退していくのを黙って待つだけとなってしまいます。

何もしないわけにはいかない――。しかし、何をすればいいのでしょうか。

伊万里市が、佐賀県の中で、日本の中で、世界の中で、未来永劫（ごう）『伊万里市』であり続けるためには、『伊万里』が『伊万里』であることを証明し続けなければなりません。

つまり、『伊万里（シティ）』の『周知活動（プロモーション）』という視点ですべてを見直し、一度深く考え、そして行動することが必要です。

今回の特集では、なぜ今、シティプロモーションを推進するのか、シティプロモーションに必要なこと、身近なプロモーションの紹介について取り上げていきます。皆さんも一緒に、シティプロモーションについて考えてみませんか。

このままでは『伊万里市』が無くなってしまうかもしれません

減り続けている人口

皆さんは、「今ある自治体の多くが、そう遠くない未来に消滅の危機を迎える」という話を聞いたことがあるでしょうか。これは、平成26年に作成された『ストップ少子化・地方元気戦略（日本創生会議・人口減少問題検討分科会）』の中で分析されている事実です。伊万里市でも、厳しい人口減少問題を抱えています。昭和30年に8万人を超えていた人口は、この60年間で約3分の1も減少している状況にあります【グラフ1】。

そのようなことはできて当然だと言う人もいると思いますが、一方で、次のようなデータがあります。

平成29年7月に実施した市民アンケートでは、「伊万里市を大切に思い、愛する心を持っていますか」の問いに対し、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と答えた人の割合が87・2％であるのに、伊万里を好きな子どもが減ってくると、高校卒業と同時に伊万里を離れ、ふるさとを思うことなく帰って来ない若者が増えてくるのではないでしょうか。そうなると、市の将来を率先して担う人材が少なくなり、もしかすると、『伊万里市』が無くなってしまうかもしれません。だからこそ、市ではシティプロモーションを推進しています。

他の自治体のいいところを参考にしながら、「伊万里は（も）良いところ」だと胸を張っ

> *伊万里市に関わるすべての人や企業、団体などが、伊万里市のことを知り愛着心を持つことで、観光、企業立地、就労、移住など、あらゆる面で『選ばれるまち』になるためにできることを考え実行する取り組み全体のこと*
>
> 『第２期伊万里市まち・ひと・しごと創生総合戦略』より

だからこそ、シティプロモーションを推進します

シティプロモーションで大切にすること

市では、次の5つのことを大切にしながら情報を発信していきます。

郷土愛

伊万里が好きでなければ発信できません。「伊万里が好き」という気持ちを育てます。

コミュニケーション

今の伊万里を知る（知ってもらう）ために伊万里に関わるすべての人と人との距離を縮めます。

地域資源

伊万里には何があり、誰がいるのか。改めて地域資源を見つめます。

発信力

情報をただ表に出して「発信した」と言えるでしょうか。必要な人に正しく・確実に情報を届けるために、やり方を手に入れます。

人　材

伝えたいこと、そして伝える人がいて初めて情報は広がります。周りを巻き込みながら情報を発信できる人材を育てます。

進む子どもの『伊万里離れ』

全国規模で人口が減る将来を見据え、国を中心として『地方創生』が推進されています。これは、それぞれの地域で住みよい環境を確保し、将来にわたって活力ある社会を維持することを目的としていて、『広報伊万里』2月号でも本市の取り組みを紹介しました。

その中で特に必要とされるポイントとして、『シティプロモーション』という言葉が使われていて、次のように定義しています。（4ページ2段落へ）

【グラフ1】

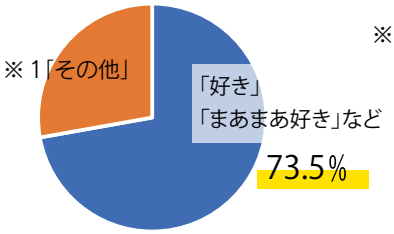
出典：国勢調査（総務省統計局）

対し、令和2年6月に市内すべての小学校・義務教育学校5年生と、中学2年生、義務教育学校8年生を対象に行ったアンケートでは、「あなたは伊万里が好きですか」の問いに「好き」「まあまあ好き」などと答えた人の割合は73・5％と、大人と比べ13・7％少ないという結果がでています【グラフ2】。

【グラフ2】

令和2年の子ども

伊万里市が好きですか？

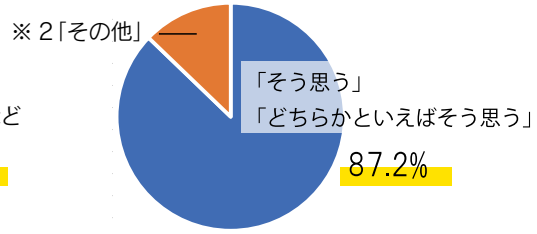


小・中学生アンケート（令和2年6月）

※1「その他」とは…
「嫌い」、「好きでも嫌いでもない」、「好きではない」、「無回答」など（自由記述）

平成29年の大人

伊万里市を大切に思い、愛する心を持っていますか？



市民アンケート（平成29年7月）

※2「その他」とは…
「そう思わない」、「どちらかといえばそう思わない」、「不明・無回答」

て言える。伊万里に住んでいる人も、離れたところに住んでいる人も、伊万里を大切に思い、伊万里が『選ばれるまち』になるためにできることを考えて、実行する。そのようなシティプロモーションができる素地を作ること。それが、市が取り組んでいる『シティプロモーションの推進』です。

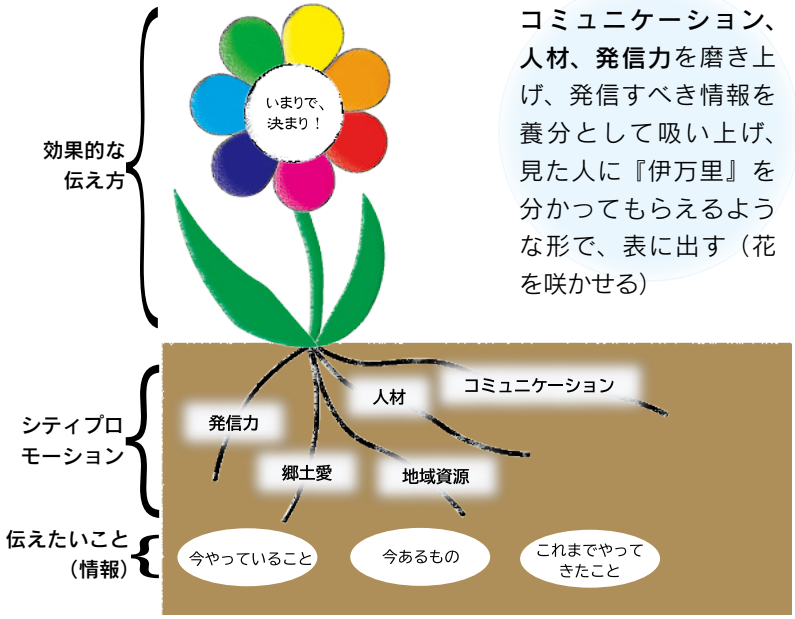
これらの一つ一つを大切にしていくと、どうなると思いますか。

まず、市の『今やっていること』、『今あるもの』、『これまでやってきたこと』を、『伝えたいこと（情報）』として捉えることができるようになります。さらに、その情報を吸い上げて表に出し、魅力的な形にすることができるようになります。そうすると、これまで情報を知らなかった人の目や関心が伊万里へ向くようになります。

新しい何かをしなければ情報が伝わらないのではありません。大切なのは、**『情報を誰に伝えたいのか』、『そのためにはどのようにすれば良いのか』、『自分には何ができるのか』**を、市に関わるすべての人が考え、実行していくことです。

これが、伊万里市のシティプロモーションです。

シティプロモーションのイメージ



地域資源、郷土愛、コミュニケーション、人材、発信力を磨き上げ、発信すべき情報を養分として吸い上げ、見た人に『伊万里』を分かってもらえるような形で、表に出す（花を咲かせる）

伝え方は人それぞれ
これが私の“プロモーション”

市内には、きっかけや目的はさまざまですが、今あるものを自分の目線で発信することで、新しい価値を生みだしている人がたくさんいます。

情報の発信は誰にでも出来ます。皆さんもこれから一緒に価値を創（つく）り出していきませんか。

①あなたにとって、『シティプロモーション』をひと言で表してください。
②あなたのプロモーション活動の核となるものを教えてください。

①今だからこそ、同士へ向けて

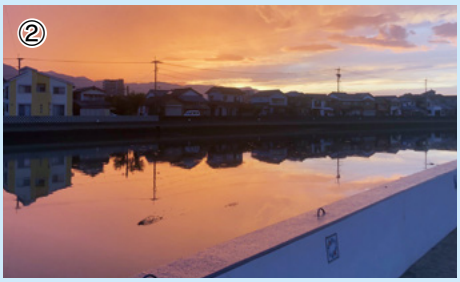
②

↑伊萬里まちなか一番館内で運営している貸しアトリエでの作業の様子

イラストレーター
金子　梓 さん
（二里町）

①身の回りにあるものを愛する

②



↑伊万里川の夕焼け

LIB COFFEE IMARI
（リブコーヒーイマリ）
経営
森永　一紀（かずき） さん
（二里町）

①コミュニケーションを大切に、大川内山の良さを発信

②

↑落ち着いた雰囲気の basecamp 伊万里

basecamp 伊万里
（ベースキャンプ）
経営
ボーフィス ジル さん
まゆみさん
（大川内山）

①まずは、なんでもやってみる

②

→Ne　doco?の要素がギュッと詰まったオリジナルTシャツ

GUESTHOUSE
Ne doco?
（ゲストハウス
ネ ドコ？）
経営
石黒　みさと
さん
（木須西）

①「ありがとう」を忘れない、等身大のリアルな自分

②

いまりパパネットワークで作成したパパのリアルな子育てコラムの冊子

いまパパ.
～いまりパパ
ネットワーク～
代表
片桐　亮 さん
（立花台三丁目）

①伊万里には、自分の知らないいいところがたくさんある

→焼き物であふれる伊万里の街並み

早田株式会社　代表取締役
早田　文昭 さん
（二里町）

①子どもたちを何よりも大切にした種まき

→子どもたちの居場所として運営するPopo（ポポ）cafe（カフェ）の様子

菓子職人
内田　充信 さん
（蓮池町）

①交流で生まれる学びと誇り

農業
善齊（ぜんさい）　浩司（こうじ） さん
洋子（ようこ）さん
（木須東）

←農家民泊体験の様子

今あるものを生かして新しい価値を

いろいろな考え方はありますが、地域をプロモートする（宣伝して売り込む）ということは、『その地域の価値を際立たせる』ということだと思っています。

そのためにはまず、地域の一人一人が伊万里市のことを客観的に見つめ、いいところと悪いところをしっかりと捉えることが大切です。

観光とは『光を観（み）る』と書きますが、潜在的にそこにあるものを、今の時代に合った『光』として見せられるように、その見方を変えるきっかけを生み出していくことで、結果的に新しい価値がつくられていきます。

伊万里市のキャッチコピーに全国からたくさんの応募がありました。それだけ『伊万里』が持つイメージは全国に根付いていて、古いものから新しいものまで、光になり得る資源がたくさんあるということではないでしょうか。

無いものを探して焦るのではなく、未来を考えながら足元を見て、今あるものを自分なりに伝えていく。これは、伊万里市でも個人単位で、すでに行われています。この動きの広がりや重なりを繰り返して、伊万里市の新しい価値をつくり出してください。

株式会社ホーホゥ
代表取締役　木藤（きとう）　亮太さん

本市の令和２年度シティプロモーション推進アドバイザー。かつて「猫すら歩かない」と揶揄（やゆ）された宮崎県日南市の油津（あぶらつ）商店街の再生をデザインし、目標を上回る成果を上げた自治体のコンサルタント。