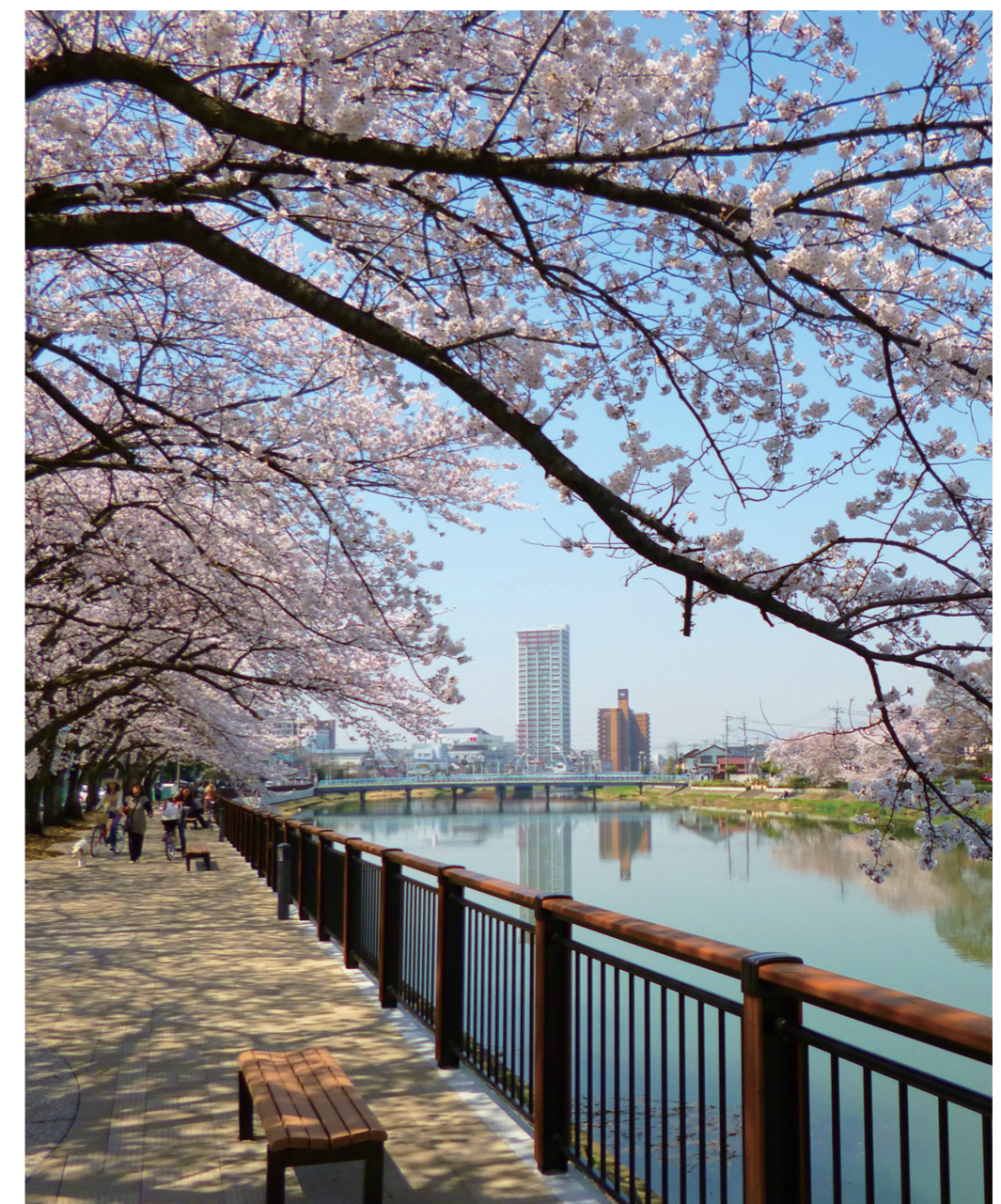


ホッとする住みごこち+1

春日部市シティセールス戦略プラン(戦略指針)概要版

平成26年2月



まちにかかわるすべての人が輝く、「わたしたちのまち」へ

少しずつ、シティセールスをはじめています

「kasukabe+ (かすかべプラス)」の創刊

まちの魅力を伝える・好きになるきっかけをつくる情報誌

「kasukabe+ (かすかべプラス)」創刊号



かすかべ音楽祭

音楽のまちとして、まち全体が音楽に包まれるイベントを開催



かすかべ音楽祭「まちかどコンサート」の演奏風景

情報発信の強化

広報紙、公式HPの利便性向上と公式SNS(ツイッター、フェイスブック)の充実

かすかべ親善大使

まちにゆかりのある著名人を通じて、全国・世界へ向けてのPR

かすかべフードセレクション

「食」を通じて地域イメージの向上を目指す

クレヨンしんちゃんの活用

クレヨンしんちゃんを「子育て応援キャラクター」「まちの案内人」として活用し、まちの魅力を伝える

地域力アップ提案事業補助金

まちの皆さんが主体となっていく地域活性化に向けた取組を支援

今後はこのようなことができれば、と考えています

まきこむ

- 市民参加型「(仮称)オープンワークショップ」の開催
- シティセールスシンボルの作成

つながる

- 「(仮称)みんなの『+1』を持ち寄ろう」コーナーの新設
- 市民が主役となるポスター等PRツールの作成

ひろがる

- 「(仮称)シティセールスサポーター」の設置

※取組事例は確定したものではありません。詳細はアクションプランで策定します。

いつもの場所で、いつもの毎日。当たり前の時間がずっと過ぎていく中で、その当たり前がとてもしとおしいことに、ふと気づく。

まちを好きになる。まちを自慢したくなる。それは、何気ないきっかけから始まること。

いつも帰ってくるこのまちが、もっと輝き続けるように。一人ひとりにできる、少しの一步。

たくさんの「好き」が集まって、まちはできている。たくさんの「人」が集まって、まちは息づいている。



1 シティセールスとは、何のことでしょう？

シティセールスとは

選んでもらえるように、
まちの売込みを
していくこと

地域の人々には、このまちに誇りや愛着を感じ、今後もここに住んでいたいと思ってもらうこと。
市外の人々には、どこに行こうか、どこに住もうかと考えた時、ここに行ってみよう、住んでみたいと思ってもらうこと。
シティセールスは、このまちにかかわる人々にそう思ってもらえるよう、みんなで「輪」になって、まちをPRしていく取組です。

2 みなさんが思う春日部市

春日部のまちについて、たくさん声を集めてみました。

身近に田んぼや川があって気持ちがいい。けど、都心へのアクセスもいい。毎日過ごす場所だから、田舎すぎず都会すぎず、背伸びしないバランスがちょうどいい。

住んでみて改めて感じたのが、ショッピングモールにスーパー、百貨店をはじめ、すべてが市内に揃っているということ。毎日の買い物もとても充実している。

とにかく暮らしやすい！
住みやすい！

「春日部といえばこれ！」と言えない。けれど、好きなお店や魅力はいっぱいあるから、「何もなしだね」って言われるのは、ちょっと悔しい。

季節ごとのイベントがたくさん。参加してみるとやっぱり楽しい。

広い公園、児童館、遊び場が多くて、子どもがのびのびできる。子育ての相談もできるし、心強いよね。

春日部って、どんなまちって
言えればいいだろう？

1 春日部のイメージって？

1位 庶民的なまち

2位 日常生活が便利なまち

3位 商店街や祭りなど歴史と伝統があるまち

2 春日部に暮らして感じたこと(魅力的な点)

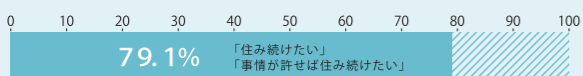
1位 自然環境

2位 日常の買い物の利便性

3位 都心へのアクセス

3 定住意向率

「これからは春日部市に住み続けたいと思えますか？」



※市民意識調査、各種団体・子育て世代ヒアリング等より

3 春日部市ならではのシティセールスを進めていきます

なぜ、シティセールス戦略プランは必要？

このまちが市内外から選ばれるまちとなるために、「こんなふうなまちを売り込んでいこう」という、まち全体で共有できる考え方が必要です

わたしたちならではのシティセールスを

このまちのことを自分のことのように思い、もっとよくしたいという「わたしたちのまち」への思いがまち全体でつながって、その思いが他の人にもひろがっていく。そのようにして、地域の愛着や誇りははぐくみ、地域のつながりを紡ぐことが、なにより大切です

取組の合言葉

まちが一体となった「オール春日部」でシティセールスに取り組むための合言葉です

ホッとする住みごこち + 1

春日部ならではの強みとして浮かび上がった「住みやすさ」「暮らしやすさ」のこと。

一人ひとりが持つ、春日部の「好きなお店」のこと。

取組の3つのステップ

まちにとって何よりも大切なのは「人」。まちにかかわるすべての人が、このまちを思い、その思いが互いの共感へと変わり、広がる。

たくさんの人の思いを大切にしたい取組として、3つのステップを進めていきます。

① まきこむ

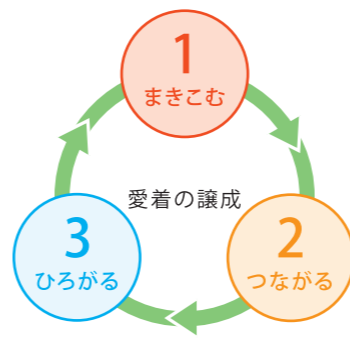
まちのことを意識し、個性や魅力づくりにかかわることで、「わたしたちのまち」という思いをはぐくみ、愛着醸成のきっかけをつくります。

② つながる

まちの個性や魅力づくりをきっかけに互いにつながることで、「わたしたちのまち」という意識・思いを大きくし、まちの活性化につなげます。

③ ひろがる

まちの個性や魅力がまち全体に浸透し、「わたしたちのまち」をたくさんの人に知ってもらいたいと行動することで、まちのイメージアップを図ります。



4 シティセールスを始めることで、まちはどう変わるのでしょうか

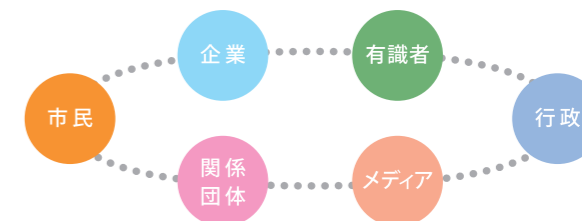
3つのステップを踏んで進めていくことで、まちにかかわる人、そしてまちはこのように変わっていきます。まち全体が一体となってシティセールスを進めることで、愛着と誇りに満ちた「わたしたちのまち 春日部」を目指します。



5 推進体制・推進期間

推進体制

効果的なシティセールスを展開するために、まち全体で連携する体制を整えます。



推進期間

平成26年度から平成29年度までの4年間で、重点的に進めていきます。

	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
プランの策定	戦略指針	→			
	アクションプラン		→		
活動の展開	第1段階(まきこむ)	→	→	→	→
	第2段階(つながる)		→	→	→
	第3段階(ひろがる)			→	→

※春日部市シティセールス戦略プランは、基本的方向性を示す「戦略指針」と具体的な事業などを示す「アクションプラン(行動計画)」で構成し、2年間で策定するものです。