



決定したロゴマークが描かれたパネルを掲げる高橋敏彦市長(前列左から2人目)と東海大学の河井孝仁教授(同4人目)、きたかみ都市ブランド推進市民会議の委員

地域の魅力をみんなで育て発信する

— シティプロモーションのこれから —

問い合わせ 都市プロモーション課 ☎72-8308

市は、「地域資源を発掘し、魅力を育て、その魅力を市民や市外の北上ファンと共有し発信することで、北上市への愛着や誇りを高める取り組み」として、シティプロモーションに取り組んでいます。

北上に関わる人々の市への愛着や誇りを高めることで、まち育てが活性化した「あじさい都市」の実現を目指します。

都市ブランドメッセージ

これまで、市民などを委員とするきたかみ都市ブランド推進市民会議を開催。同会議では、市が目指す姿を示し、北上ならではの価値観を市内外に発信するために活用する都市ブランドメッセージの案を作成しました。案の中から、市民などによる投票で「Kita Coming!北上市」を都市ブランドメッセージに決定しました。

きたかみ都市ブランド推進フォーラム

7月17日、シティプロモーションの今後の展望や方向性を市民と共有する「きたかみ都市ブランド推進フォーラム」を開催しました。フォーラムでは、6月23日

から7月7日まで投票が行われた、都市ブランドメッセージのロゴマークを決める総選挙の結果を発表。また、北上市シティプロモーションアドバイザーを務める東海大学文学部広報メディア学科の河井孝仁教授が、シティプロモーションの今後の展望について講演しました。その後、同市民会議の委員として都市ブランドメッセージ案の作成に携わった2人と高橋敏彦市長が参加したパネルディスカッションを実施。市への愛着や誇りを高めるための取り組みについて意見を交わしました。同フォーラムは「Kita Coming!北上市」を旗印としたシティプロモーションを本格展開する第1歩となりました。

「Kita Coming!」マーク総選挙「結果発表!!
あじさいの花を表現したマークが最多票を獲得し、ロゴマークに決定しました。

1,498票(23%) 2,309票(36%) ◎ 2,614票(41%)

Kita Coming!
北上市

Kita Coming!
北上市

Kita Coming!
北上市

きたかみ都市ブランド推進フォーラム

きたかみ都市ブランド推進フォーラムでは、河井教授の基調トークと、河井教授をコーディネーターにパネルディスカッションを実施。内容の一部を紹介します。

【基調トーク】

「まちにマジになる人」をどれだけ増やせるかが大事



東海大学文学部
広報メディア学科 教授
河井 孝仁 氏

まちを活性化するには、ただ人口が増えれば良いのではない。積極的にまちに関わる「まちにマジになる人」をどれだけ増やせるかが大事。まちを勧める人が増えれば、市外からの目が変わる。注目されることでさらに良いまちを創っていくことになる。北上は他のまちとどう違うのか、どう世界一になれるかを示したものが「KitaComing」北上市。メッセージとロゴマークを活用した情報発信により、まちに関わる人の熱を高めていくことが重要である。

【パネルディスカッション】

まちの良さを自分が認識していないと他人に発信できない



市民会議に参加した
(公社)北上青年会議所
理事長 高橋 宏彰 氏

河井 どんな思いでメッセージの作成に携わったか
高橋(宏) 北上にある魅力や地域資源を掘りつくして作った。北上の良さを自分たちで認識していないと他人には発信できない。まずは自分たちからという思いで策定会議に参加した。
河井 北上の魅力が市民がどう伝えていけばいいか
高橋(宏) 楽しさを伝えるには、まず自分が楽しむことが必要。「楽しいからおいでよ」「面白くしようよ」と盛り上げ、巻き込む意識が重要だと思う。

河井 北上は素敵なまちだと外に伝えるために何をすればいいか
高橋(夏) 北上には転勤してくる男性が多く、その奥さまもさまざまなところから来ている。女性同士のネットワークを根付かせることで、帰省時に北上の魅力を広めてもらうことができると思う。

河井 夏江さんご自身は、フェイスブックで積極的に市内の魅力を発信しているようだが
高橋(夏) 北上が大好きなので、どんな小さなイベントでも子供を連れて行きたいと考えている。そういう経験をさせることが大事だと思うし、それが他の人にも伝わっていればいいと思う。これからもさまざまなところに行つて北上の良さをつぶやきたい。

転勤者が多いことを生かして魅力を広めるのでは



市民会議に参加した
きたかみ子育てネット
代表 高橋 夏江 氏

「KitaComing!」にはネットワークのパワーが表れている



北上市長 高橋 敏彦 氏

河井 「KitaComing!」は、次に進んでいくという意味で「ing」進行形だと感じたがどのように考えるか
市長 まさに、一生懸命動いている北上市を表現していると感じた。市民が動いて企業を誘致してきたように、人が持つネットワークのパワーが表れている。
河井 積極的にまちの良さを推奨するためにはどのようなことが必要か
市長 さまざまなメディアを通して情報を積極的に発信することが重要。日常をフェイスブックに載せると意外といい反応があるように、外の人からいいねと言われて魅力に気付く場合がある。何でもいいから日常を発信してみるとまち育ての動きにつながる。発信の際は都市ブランドメッセージを使っていたらいい。

今後のシティプロモーション

市は今後、北上の魅力をもっと多くの人が再認識し、まちへの愛着・誇りが広がっていくよう、市の魅力をまとめたウェブサイトの立ち上げや、広報紙での特集などにより、市の魅力発信を推進していきます。また、現在、決定した都市ブランドメッセージロゴマークを市民の皆さんに使用いただけるよう、使用手順などを定めたガイドラインを作成していきます。ガイドライン策定後に改めてお知らせしますので、印刷物や商品、イベントなどでご活用ください。

身の回りにある物や風景には魅力が隠れています。北上独自の魅力を見つけ、オール北上で市内外に発信していきましょう。



今後の展望を語ったパネルディスカッション